

CCC
AJ
1043

Guadalajara, Jal. 28 de julio de 1994

Muy estimado (a) colega: **CARLOS E. LUNA**

Los presidentes del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Carlos E. Luna Cortés, y de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Alma Rosa Alva de la Selva, en respuesta a la iniciativa planteada por algunos de sus miembros, han considerado de importancia fundamental que ambas organizaciones apoyen un pronunciamiento público de los académicos de la comunicación en la coyuntura actual de cambio de gobierno en México.

Este pronunciamiento creemos que debe basarse en las investigaciones realizadas y los conocimientos generados por las instancias académicas nacionales, con el propósito de proponer al nuevo gobierno y dar a conocer a la opinión pública, las medidas de política de comunicación y derecho social a la información que desde esta perspectiva se consideren necesarias para el avance democrático del país.

Por ello estamos convocando a los profesores e investigadores académicos del área de la comunicación a participar en la elaboración de un documento propositivo, breve y conciso, sobre políticas y estrategias de comunicación para el próximo sexenio. La participación de los académicos sería a título estrictamente personal, como ciudadanos especialistas en el campo.

El procedimiento propuesto para la elaboración del documento es el siguiente:

1 Hacer llegar, antes del miércoles 31 de agosto próximo, un máximo de tres recomendaciones escritas en un máximo de dos cuartillas, a los suscritos. Es importante señalar puntualmente los hechos o razones que fundamentan cada recomendación y detallar la forma en que ésta podría aparecer en el documento final, según el siguiente ejemplo:

HECHOS: Gracias a la privatización creciente de los medios electrónicos de comunicación, que incluye la venta de los canales pertenecientes al Estado, el uso privado de los servicios de televisión por cable, la concesión de señales y el uso de los sistemas de comunicación vía satélite, entre otros, los medios han dejado de cumplir la función de servicio público para convertirse exclusivamente en negocio.

RECOMENDACION: Enviar al Congreso de la Unión una iniciativa de ley que regule el derecho a la información consagrado por la Constitución y que establezca mecanismos que garanticen que los medios de comunicación cumplan con su función fundamental de servicio público.

2 Las propuestas recibidas hasta el 31 de agosto, serán sistematizadas y organizadas por los coordinadores en un documento base.

3 Todos los autores de las propuestas podrán participar en un taller, en que se analizará y discutirá el documento base, para su afinación y aprobación como documento final a publicarse y hacerse llegar al nuevo gobierno, con las firmas de quienes decidan rubricarlo. Este taller se llevará a cabo el lunes 19 de septiembre, de las 9 AM a las 5 PM en la ciudad de México, en la

Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco
Calzada del Hueso 1100. Col. Villa Quietud
Sala "Xochicali" Edificio "A" (Central) Tercer Piso

Creemos que es una responsabilidad ineludible la participación de los académicos de la comunicación en el cambio democrático del país, y que esta iniciativa puede representar un aporte concreto en nuestra área específica de competencia.

Favor de colaborar en que esta convocatoria llegue a todos los profesores e investigadores académicos de la comunicación interesados en participar, y hacer llegar, antes del 31 de agosto, las propuestas y confirmaciones de participación en el taller del 19 de septiembre, a cualquiera de los coordinadores:

Enrique E. Sánchez Ruiz ó
DECS/Universidad de Guadalajara
Pasen Poniente 2093 J.del Country
44210 Guadalajara, Jal.
Tel y Fax: (3) 623 75 05
Tel y Fax: (3) 623 76 31

Raúl Fuentes Navarro
Dpto.de Comunicación/ITESO
Periférico Sur 8585
45090 Tlaquepaque, Jal.
Tel: (3) 669 34 58
Fax: (3) 669 34 60

Cordialmente,



Enrique E. Sánchez Ruiz



Raúl Fuentes Navarro

**PROPUESTA DE POLITICAS Y ESTRATEGIAS PARA LA
COMUNICACION PUBLICA NACIONAL
Septiembre de 1994**

INTRODUCCION

Los suscritos, ciudadanos mexicanos, profesores e investigadores académicos de la comunicación, adscritos a diversas instituciones de educación superior en el país, hemos acordado por consenso, ante la coyuntura del cambio de gobierno, dar a conocer la siguiente propuesta de políticas y estrategias para la comunicación pública nacional, que consideramos necesarias para el avance democrático de la república.

Consideramos que, a pesar del hecho ampliamente constatado de que los diversos medios de difusión tienen en su operación cotidiana influencias, efectos y consecuencias de orden social, las políticas que se han venido siguiendo en materia de comunicación pública en el país han favorecido desproporcionadamente en lo legal, en lo fiscal, en lo económico y en lo político a un grupo reducido de propietarios y operadores de los medios, quienes los manejan en función de sus intereses particulares y los de otros grupos de poder económico y político, y no de los de la sociedad nacional.

Por ello proponemos la elaboración e instrumentación de un plan global de comunicación pública, acorde a las necesidades y proyectos nacionales, cuyo diseño deberá estar a cargo de un organismo público responsable de la definición y ejercicio de las políticas de comunicación nacionales, con el cual se integre la participación de todos los sectores del campo.

Para la elaboración de esta propuesta se convocó a título personal a los especialistas académicos en el área de la comunicación de todo el país y se sintetizó y organizó en un sólo documento la colaboración de cada uno de ellos. La redacción final es producto del acuerdo colectivo alcanzado en una reunión citada para tal fin, preservando tanto la pluralidad de perspectivas académicas como la consistencia interna de la propuesta, buscando al máximo la concisión y claridad.

El propósito de basar la propuesta en las investigaciones realizadas y los conocimientos generados por las instancias académicas nacionales, implica que quede abierta la posibilidad de incorporar el aporte de quienes no pudieron, por alguna razón, responder a esta convocatoria. Creemos que el objeto de nuestra propuesta no puede ser considerado

de una manera estática o cerrada, sino como un proceso en continuo progreso, abierto a la participación social en su sentido más pleno y respetuoso de la pluralidad.

Por ello, esta propuesta se dirige principal pero no exclusivamente a los nuevos Poderes Ejecutivo y Legislativo federales, dada la responsabilidad que les asiste como instancias de gobierno, así como a los distintos sectores, organizados o no, de la sociedad civil, que tienen también un papel fundamental en la democratización de la comunicación pública nacional.

POLITICAS DE COMUNICACION

La operación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte y la liberalización de los mercados, así como la reciente reprivatización de un importante "paquete" de medios y la acelerada incorporación de nuevas tecnologías, modifican el esquema de la comunicación pública nacional e incrementan el flujo transfronterizo de información, incluyendo la cultural.

Dado el papel central de los medios de comunicación, no sólo en el aspecto económico, sino en la formación de identidades y su influencia social, se hace necesario plantear normas y principios para una política nacional de comunicación y cultura que parta del propósito de garantizar el derecho a la información, a la educación y a la cultura de todos los mexicanos, de enfatizar la función de servicio público de los medios de difusión, así como de promover la participación social amplia como parte del ejercicio democrático y del desarrollo espiritual de nuestra sociedad.

Se precisa, en consecuencia, convocar a todos los sectores involucrados en la creación, producción, comercialización, distribución y estudio de la cultura y los medios de comunicación, con el fin de que participen en la definición de los lineamientos de una política de comunicación y cultura integral para México.

1 Concertación Cultural

Por ello se propone involucrar a todos los sectores en un Acuerdo Nacional de Concertación sobre Comunicación y Cultura, que establezca acciones concretas a emprender en este sector, y constituir una Comisión Consultiva Nacional que instrumente

la participación y corresponsabilidad de cada uno de ellos y un organismo que se encargue de realizar un monitoreo permanente de la comunicación pública en México.

Para la institucionalización de una política clara de comunicación y cultura se propone reunir en una sola Secretaría de Estado (la de Educación Pública) las atribuciones que en la actualidad se encuentran asignadas a varias de ellas. Algunas de las facultades de esta dependencia serían:

a) Promover el establecimiento de centros de investigación, promoción y producción de programación televisiva, radial, cinematográfica, periodística, editorial, etcétera, con financiamiento proveniente de diversas fuentes, públicas y privadas.

b) Apoyar fiscalmente e incentivar de diversas maneras la generación de proyectos basados en la producción o transmisión de contenidos culturales de origen nacional e instrumentar mecanismos de apoyo a la producción y distribución de la oferta cultural que faculte el acceso de los diferentes sectores de la sociedad (como organizaciones políticas, gremiales, asociaciones de protección de grupos minoritarios, minusválidos, etcétera) a la infraestructura comunicativa y cultural existente.

c) Establecer mecanismos permanentes de evaluación de la infraestructura comunicativa y cultural y sus usos a nivel nacional, para determinar la conveniencia de integrar nuevas tecnologías o estrategias de producción y distribución, así como regular la importación y exportación de productos comunicativos.

d) La creación de una Red Nacional de Televisión Cultural, a partir de la infraestructura de los sistemas públicos establecidos en cada entidad y del otorgamiento de dos frecuencias en la banda de UHF y el aprovechamiento de los tres canales de cable a los que por Ley tiene derecho el Estado en cada una de las entidades federativas. Se trataría de una red de estaciones emisoras, no únicamente repetidoras de alguna emisora central. Es muy importante evitar que las televisoras de servicio público compitan y no colaboren entre sí, en términos del fortalecimiento mutuo.

2 Códigos de Responsabilidad Social

No todas las acciones y relaciones referentes a la comunicación pública pueden -o debenser reguladas por leyes, reglamentos o decretos. Los diferentes sectores que participan en algún respecto en estas actividades (emisores, gobierno, sociedad receptora) tienen una

gran responsabilidad social que asumir, la que para los medios de difusión incluye cumplir con su labor informativa de una manera plural y objetiva, elevar la calidad de los contenidos de sus emisiones y reforzar los elementos de nuestras identidades nacionales, regionales y locales. No es únicamente por medidas legales que el gobierno —o algunos funcionarios— dejarán de intentar ejercer presiones y censura sobre los operadores de medios, cuando se emiten informaciones que lesionan ciertos intereses políticos o partidistas.

Se propone, en consecuencia:

a) Que los diversos sectores que participan en la comunicación pública, especialmente los emisores, ^{asumiendo} dada su responsabilidad social, elaboren, den a conocer y hagan cumplir códigos de ética social y profesional en los ámbitos más trascendentes de sus labores cotidianas. Un código de ética no es una imposición "desde afuera" y "desde arriba", sino producto de la concertación entre pares, particularmente cuando concurren en una actividad que no constituye solamente "un mercado": en el caso de la industria cultural, sus productos no son solamente mercancías, sino también y fundamentalmente, propuestas de sentido, de identidad y alteridad, sobre los diversos aspectos de la vida.

b) Por tales razones consideramos que los emisores deberían adoptar medidas y acuerdos comunes como las siguientes: evitar el amarillismo o sensacionalismo en la información; negarse a la censura y evitar la autocensura y por lo tanto, manejar un criterio independiente frente a los poderes político y económico; concebir al receptor como un ser inteligente; pugnar por la creación de códigos de ética profesional donde no se hayan dado, etcétera.

c) Que organismos corporativos como la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, eviten actuar como aliados —y voceros— del poder político, yendo más allá de sus atribuciones legales y morales.

3 Participación Social y Programación

Como una consecuencia de la modernización y de la proyección mundial de México, se hace necesario modificar el concepto de control gubernamental directo e indirecto sobre el sistema de comunicación pública. El gobierno debe dejar de considerarse la única fuente autorizada de generación cultural o la única instancia para otorgar a otros sectores la legitimidad de producirla. Es necesario que la sociedad civil asuma la responsabilidad

de participar en la determinación de los contenidos y las formas de difusión nacional. Es urgente revitalizar la libertad de expresión y reforzar la autonomía expresiva de los diversos grupos que habitan la geografía sociocultural de México.

Por otra parte, en los análisis de los medios de comunicación se ha constatado con reiterada frecuencia que los programas para niños y jóvenes no corresponden a sus necesidades de desarrollo y formación. En las barras programáticas los espacios dedicados a estos auditorios son limitados, a pesar de que es claro que tales grupos están en relación constante con los medios. En todo caso, la programación existente se rige por criterios comerciales, más que de calidad, y no existe ningún lineamiento respecto de los contenidos aptos para, mediante el entretenimiento, satisfacer las necesidades de desarrollo, respetar los derechos sociales a la educación y la cultura y fortalecer la identidad y los valores culturales de la población.

Por ello es necesario abrir canales de participación social en los medios de difusión y en su programación. En consecuencia se propone:

a) Ampliar y utilizar los tiempos oficiales en los medios para expresiones plurales de la sociedad civil. Para ello se podría convocar a concursos periódicos, para ocupar estos espacios mediante propuestas concretas. Sería necesario también promover el desarrollo de talleres en los que se ejercite a personas provenientes de diversas instancias de la sociedad civil para desarrollar sus habilidades expresivas, con el fin de participar en los concursos antes citados y presentar los logros, problemas y valores de su comunidad en los medios.

b) Promover la creación de consejos nacionales, estatales y municipales, que puedan incidir efectivamente en los lineamientos y programación de los medios de comunicación de servicio público, para procurar que éstos se conviertan en vehículos de expresión nacional, regional y local, de la sociedad civil y fomentar el surgimiento y desarrollo de organizaciones comunitarias de receptores.

c) Conformar un grupo plural de educadores e investigadores de la comunicación que pudiesen observar y evaluar la pertinencia de la programación infantil y juvenil especialmente, señalando los horarios más adecuados y sugiriendo límites a la publicidad que en estos horarios se transmitiera. Este comité tendría capacidad de recomendar lineamientos de programación y criterios de calidad de observación obligatoria por los concesionarios.

4 Relaciones con la Educación

A pesar del reconocimiento reiterado de que los medios de difusión tienen un gran impacto sobre el desarrollo educativo de los niños y jóvenes en la escuela, haciendo perder a esta institución relevancia e influyendo de maneras indeseables en el comportamiento de los estudiantes, ni el sistema educativo como tal (SEP) ni el gremio de maestros (SNTE) ni otros actores sociales vinculados al sector educativo han logrado sistematizar un pensamiento sobre el papel de los medios en la educación que permita asumirlos explícitamente, desarrollar ante ellos una posición adecuada, que reconozca también sus efectos positivos y que posibilite mediar informadamente su influencia y potenciar sus beneficios en el aprendizaje de los niños.

Por otra parte, las cifras oficiales de niños y jóvenes que terminan la primaria son altas, sin embargo no es así en cuanto a la población que ejercita el hábito de la lectura. Existe una gran distancia entre quienes saben leer, dada su escolaridad básica, y quienes en realidad participan de la cultura escrita. Vistos los libros, revistas, periódicos y otras publicaciones impresas como medios de comunicación, no logran llegar en nuestro país a un público amplio, con lo que se limitan los alcances de la democracia y la educación pública. Es imprescindible que los mexicanos accedan a los beneficios de la cultura de la letra escrita, además de la audiovisual, para integrarse al mundo contemporáneo.

En consecuencia se propone:

a) Incorporar en la Ley Federal de Educación, en los libros de texto gratuitos, en los libros del Maestro y en los planes de estudio de las Escuelas Normales una normatividad y un análisis de los medios desde una perspectiva educativa que retroalimente al maestro, a la escuela y a los alumnos acerca del papel de los medios en la educación y les proporcione orientación para aprovecharlos en mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula. Así mismo, convendría elaborar un curriculum de educación para una recepción activa y crítica de los medios, a ser incorporado en los planes de estudio de primaria y secundaria.

b) Considerar explícitamente al libro como medio de comunicación y como tal crear un organismo independiente y participativo con objeto de apoyar la investigación para que se conozca, de forma más completa, el proceso de producción editorial; se supervise la calidad de los productos y se sugieran respuestas a las necesidades de lectura

de los diferentes grupos sociales; se recomienden medidas de corrección al analfabetismo funcional desde la escuela primaria; y se apoye, mediante recursos fiscales, económicos y de asesoría profesional, a las diferentes instancias que participan en la producción, distribución y promoción del libro y la lectura.

c) Asegurar legalmente la gratuidad de los libros de texto para la educación primaria y secundaria, entendiendo que más allá de consideraciones comerciales, éste es un recurso esencial para hacer posible el derecho a la educación con igualdad de oportunidades a todos los miembros de la sociedad.

d) Incorporar en los títulos de concesión de las estaciones de televisión la obligación de transmitir cinco "cápsulas" de 27 segundos cada una, en cada hora de programación, para el fomento de la lectura.

e) Relacionar los esfuerzos de educación informal con proyectos como el de Educación vía Satélite (Edusat), que se ha puesto en marcha recientemente, para multiplicar la incidencia de estos propósitos en todo el territorio nacional.

DESCENTRALIZACION Y REGIONALIZACION

1 La coyuntura actual ha revelado que el centralismo es uno de los problemas más importantes en diferentes ámbitos de la vida política, económica y sociocultural del país. En el campo de la comunicación esto se traduce en la escasez y debilidad de sistemas de comunicación que puedan potenciar la riqueza de las diferentes regiones del país y cumplir con su función como elementos cohesionadores y de servicio a las comunidades en las que están insertos.

La industria mexicana de la comunicación ha seguido la pauta dominante en los Estados Unidos en cuanto a la regionalización y la especialización de los públicos, mediante el empleo de tecnologías de punta y la actualización continua del personal. Esta irremediable tendencia incrementa la viabilidad y el carácter estratégico de los proyectos regionales y locales de comunicación pública. Tanto los medios del sector privado como los de servicio público deberán entender que esta pauta regionalizadora implica una redefinición de las prácticas informativas y demanda nuevas formas de división social y técnica del trabajo en la producción de la comunicación. Es preciso, entonces, profundizar en el

concepto de región cultural, que en sí mismo rescata la tradición y la historia del país en la articulación compleja que es nuestra formación económica y social.

Se propone en consecuencia:

a) La realización de un debate nacional entre autoridades, industriales y académicos de la comunicación de las diversas regiones del país, sobre la base de un diagnóstico de la regionalización cultural y comunicativa de México.

b) Con base en los resultados de ese debate nacional, comprometer a los diferentes sectores en el diseño e implementación de un proyecto de regionalización que incluya la participación de todas las comunidades del país.

c) Promover las adecuaciones legales correspondientes para salvaguardar las particularidades regionales y la identidad nacional.

d) Favorecer el desarrollo de medios de comunicación locales y regionales mediante la canalización directa de recursos (a través de organismos federales, estatales y municipales) y el otorgamiento de créditos "blandos" para el mejoramiento de sus equipos e instalaciones.

e) El establecimiento de mecanismos de comercialización y financiamiento para las estaciones permisionadas de todo el país, de manera que alcancen la autosuficiencia económica y puedan así superar la desventaja ante las concesionadas en términos de producción, contenidos y tecnología.

LEGISLACION

1 Régimen Legal de la Comunicación Pública

Son numerosas las evidencias de que el régimen legal de las actividades de comunicación pública en México está obsoleto en sus concepciones, definición de objetos y disposiciones, además de la fragmentación, dispersión e inconsistencia que lo caracterizan.

La evolución y creciente relevancia de las actividades de comunicación pública exigen, por una parte, superar la disociación legal por "medios", cuando muchas de estas

actividades tienden a la integración; y por otra parte la desarticulación entre los derechos y obligaciones de los "emisores" y los derechos y obligaciones de los distintos grupos sociales, en la práctica provoca que se opongan la libertad de expresión y el derecho a la información consagrados constitucionalmente.

Es especialmente notable que la creciente importancia económica y la gran profusión de mensajes publicitarios han tenido amplias repercusiones sociales en cuanto a la formación de hábitos de consumo, variaciones en la dieta alimentaria y la adopción de pautas de conducta ajenas e incluso opuestas a la cultura nacional. Ante la apertura de mercados y con las acciones desreguladoras que el gobierno ha emprendido en el último sexenio, se ha llegado ^a suprimir la autorización oficial de la publicidad, ^{con} excepción de la de tabacos, bebidas alcohólicas e insumos para la salud.

Se propone al respecto que el Poder Legislativo, en el término máximo de un año,

a) Conforme una comisión nacional de especialistas, que elabore un diagnóstico global actualizado de las actividades de comunicación pública y su marco legal.

b) Convoque a una amplia consulta social al respecto, que se integre con el diagnóstico, con vistas a la formulación de una Ley General de Comunicación Social que agrupe las normas legales de los medios y actividades de comunicación y sus correspondientes reglamentos.

c) Elabore una Ley sobre las actividades publicitarias, y ^{de} modifique el Código Sanitario y otras disposiciones concurrentes.

d) El Congreso de la Unión dé trámite a las iniciativas de modificación, promulgación y derogación de leyes que resulten de a), b) y c).

2 Régimen de Concesiones de Radio y Televisión

Hasta ahora, el otorgamiento y refrendo de las concesiones de los medios electrónicos han favorecido la concentración del manejo de la radio y la televisión en grupos reducidos de empresarios. En muchos casos, el usufructo de estas concesiones, al privilegiar el lucro como objetivo fundamental, ha impedido que los medios electrónicos ofrezcan el servicio necesario a la sociedad.

Por otra parte, otorgar y revocar concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión ha constituido un privilegio prácticamente discrecional del Poder Ejecutivo Federal, lo que ha provocado, por lo menos, la sospecha en algunas ocasiones de que se favorece a unos pocos grupos y personas, sin algún tipo de supervisión por parte de la sociedad. Este mismo hecho hace a los operadores de estaciones de radio y televisión altamente vulnerables ante la potencial amenaza arbitraria de la revocación de una concesión o permiso, lo que ha producido una especie de relación corporativa de los concesionarios con el Estado.

Se propone, por lo tanto:

a) La modificación, en la Ley Federal de Radio y Televisión, de los criterios de otorgamiento, refrendo y revocación de las concesiones, para formular un nuevo marco legal que exija el cumplimiento de la función fundamental de **servicio público** a los medios de comunicación. Para ello habrá de establecerse una evaluación anual del cumplimiento de estas obligaciones, y un nuevo régimen de sanciones.

b) La creación, por Ley, de un organismo ciudadano que participe con la autoridad en la regulación del funcionamiento de los medios de comunicación concesionados, evite su concentración desmedida y asigne las frecuencias con un criterio de **servicio público regionalizado**.

c) Al definirse como fundamental la función de **servicio público** --y ya no "de interés público" como hasta ahora--, y limitar la discrecionalidad gubernamental en el otorgamiento de concesiones, se hace necesario modificar también las limitaciones al financiamiento de las estaciones permisionadas.

d) Que tanto el otorgamiento como la revocación de una concesión o permiso, por parte del Poder Ejecutivo, reciba por ley el aval de por lo menos una mayoría absoluta del Congreso de la Unión.

e) Que el nuevo marco legal limite el número de estaciones de radio o televisión que pueda poseer una persona, física o moral, especialmente para el caso de las grandes empresas que operan en red o en cadena.

3 Reglamentación de los tiempos "legales" y "fiscales"



La Ley Federal de Radio y Televisión señala, en su artículo 59, que las estaciones de radio y de televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos, continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.

El Acuerdo por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales, publicado en el Diario Oficial el 21 de agosto de 1969, señala que los 30 minutos establecidos por la Ley Federal (tiempo legal), más el 12.5% proveniente de una forma de pago de impuesto (tiempo fiscal), serán utilizados por la Comisión de Radiodifusión, sin que se establezcan horarios ni modalidades para el uso de ambos tiempos. Esta carencia de definición no se corrigió con la creación el 7 de julio de 1977 de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, que desde entonces se hace cargo de estos tiempos oficiales.

Al no existir reglamentación alguna para la definición, designación y transmisión de los tiempos oficiales, los funcionarios de la Secretaría de Gobernación adjudican, censuran y distribuyen los tiempos del Estado sin explicitar sus criterios. Cuando la transmisión de un material es rechazado, la notificación se hace telefónicamente, sin dar explicaciones.

Por ello se propone la revisión, actualización y reglamentación de los tiempos legales y fiscales de que dispone el Estado en los medios de difusión, incluyendo la eventual derogación del acuerdo que permite cubrir con el 12.5% del tiempo el pago de impuestos, que deberían cubrirse en efectivo, con el fin de reforzar en la práctica el ejercicio de la función de servicio público.

4 Apoyo a las estaciones permisionadas de radio y televisión

En los últimos años, la participación del sector privado en la industria de la radio y la televisión ha crecido y prácticamente ha desplazado al Estado como emisor de comunicación pública. Entre otras consecuencias, esta privatización de la industria implica un debilitamiento de las estrategias de impulso a la cultura nacional. Las nuevas relaciones internacionales exigen que junto a la apertura y expansión de los mercados comerciales, se inserten nuestros propios estilos de vida en el nuevo marco de estas relaciones. Nuestra identidad como mexicanos no se agota en "lo nacional", sino que se constituye también y sobre todo a escalas regional y local. La radiodifusión de servicio

público es potencialmente un elemento fundamental de defensa e impulso de la riqueza y multiplicidad cultural de nuestro país.

Las emisoras de radio y televisión de servicio público, especialmente las permisionadas, además de minoritarias (no más del 10% del total) son débiles; están por lo general expuestas a demasiadas eventualidades y sobreviven en la medida en que se los permiten las instituciones que las soportan. Aunque el servicio público, comunitario y cultural no es una obligación exclusiva de estas emisoras, se hace necesario ampliar el apoyo jurídico y financiero a las estaciones permisionadas.

En consecuencia se propone:

a) La redefinición en la Ley Federal de Radio y Televisión (o la normatividad que la sustituya) del concepto de **servicio público** para todas las estaciones, y la modificación del régimen de permisos, para privilegiar la creación de redes de estaciones comunitarias, municipales, sectoriales, que sean espacios de participación de la sociedad, de los gobiernos y de las instituciones en la expresión y fortalecimiento de las identidades culturales nacionales y regionales.

5 Derecho a la Información

A pesar que desde 1977 la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su Artículo 7 que "el derecho a la información será garantizado por el Estado", la carencia de una reglamentación consecuente ha impedido que los ciudadanos cuenten con los mecanismos operativos para hacer valer de manera efectiva este derecho.

Los medios de comunicación, al cubrir la información sobre cualquier acontecimiento, emiten visiones necesariamente parciales, y a veces intencionadamente falsas, afectando los intereses de personas, comunidades, grupos, y hasta de la Nación. Si los afectados no tienen el poder económico o político necesario, no se pueden defender de tal desinformación, lo cual lleva a que algunos periodistas y/o medios se sientan impunes y no asuman con responsabilidad social su función informativa. Este problema se agudiza especialmente en la televisión, debido a su cobertura y al recurso de la imagen, que tiende a ser percibida como "más real y objetiva" que las palabras habladas o escritas.

Se hace necesario proponer, al respecto:

a) La reglamentación del Derecho a la Información, en un sentido amplio, de tal manera que se logre un equilibrio entre las garantías individuales (como la Libertad de Expresión) y el derecho social (como el Derecho a la Información).

b) El establecimiento legal del **derecho de réplica** en los medios electrónicos, de una manera análoga a como existe para los medios impresos, aunque tomando en cuenta los particulares recursos tecnológicos y expresivos de la radio y la televisión.

c) La creación de una instancia de defensa de derechos de los receptores, una especie de Procuraduría de la Información, independiente del gobierno y de los intereses económicos, con autoridad para dictaminar, dirimir conflictos y emitir recomendaciones. Este organismo debería estar dirigido, rotatoriamente, por distinguidos miembros de la sociedad civil, sin compromisos partidarios o con empresas de medios, bajo la figura del **Ombudsman** o representante de la sociedad en el terreno de la información.

6 Circulación de los medios impresos

La carencia de información acerca de la industria editorial es uno de los factores que hacen hasta ahora ineficaces las medidas para alcanzar la vigencia del derecho social a la lectura. Las cifras del tiraje y circulación de periódicos, revistas y libros, son arbitrariamente manejadas por los editores casi siempre con fines comerciales.

En consecuencia se propone:

a) Legislar la obligatoriedad y solvencia de una certificación pública del tiraje real y de la circulación de periódicos y revistas, en favor de una mejor competencia en el mercado y de la claridad y veracidad con respecto a los lectores.

b) Adecuar la reglamentación vigente, de tal manera que se obligue a los editores oficiales y privados de libros a informar acerca de su producción, con un correcto aprovechamiento del ISBN y el depósito legal, de manera que contribuyan con su registro a generar información estadística confiable. Además, hacer cumplir el espíritu de la Ley de Información Estadística y Geográfica, dada la trascendencia social de la producción editorial, y hacer que el INEGI incluya en sus encuestas nacionales a la industria editorial --sin mezclarla con las industrias papelera y de artes gráficas como hasta ahora se hace, a las que incorrectamente agrupa como "editoriales"--.

Alma Rosa Alva de la Selva (México, DF)
Corina E. Arellano Sovran (Morelia, Mich)
José Luis Beraud Lozano (Mazatlán, Sin)
Ma. de la Luz Casas Pérez (Cuernavaca, Mor)
Inés Cornejo Portugal (México, DF)
Sarah Corona Berkin (México DF)
Carmen De la Peza Casares (México DF)
Arnulfo De Santiago (México, DF)
Fátima Fernández Christlieb (México DF)
Gilberto Fregoso Peralta (Guadalajara, Jal)
Sergio Luis Frías Rivera (Morelia, Mich)
Raúl Fuentes Navarro (Guadalajara, Jal)
Carola I. García Calderón (México, DF)
Mónica Gendreau (Puebla, Pue)
Mauricio Guerrero (México, DF)
Raúl Herrera Vega (Morelia, Mich)
Sergio Inestrosa (Morelia, Mich)
Francisco Javier Martínez G. (Monterrey, NL)
Carlos F. Melgarejo Cortés (Morelia, Mich)
Fernando Mendoza (México, DF)
Yumín Montfort Kelly (México, DF)
Guillermo Orozco Gómez (México, DF)
José Antonio Paoli Bolio (México, DF)
Ana María Peppino (México, DF)
Leticia Picazo (México, DF)
Rossana Reguillo Cruz (Guadalajara, Jal)
Rafael C. Reséndiz Rodríguez (México, DF)
Cecilia Rodríguez Dorantes (México, DF)
Cristina Romo de Rosell (Guadalajara, Jal)
Enrique E. Sánchez Ruiz (Guadalajara, Jal)
Rafael Serrano (México, DF)
Luis Enrique Villegas Gómez (Morelia, Mich)
Margarita Zires Roldán (México, DF)