

Conclusiones del Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los Medios de Comunicación

Más y mejores medios de comunicación en México Propuestas ciudadanas para las autoridades y los medios

El Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los Medios de Comunicación, convocado por la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (Amedi) y celebrado los días 5 y 6 de abril en el Antiguo Hospital Concepción Béistegui, surgió de la imperiosa necesidad de dar voz y escuchar las propuestas ciudadanas en torno al actual sistema de medios de comunicación en México.

A diferencia de otras épocas, televidentes, radioescuchas, lectores, cibernautas, consumidores y usuarios han dejado de ser pasivos ante el torrente de información y de acciones de las empresas de comunicación que directamente les afectan. Estas audiencias han padecido los rezagos y abusos de los medios de comunicación, sin opción de dejar escuchar su voz o denuncias.

Tradicionalmente, en México los medios de comunicación han estado bajo el mandato de los intereses políticos de los gobernantes o de los imperativos económicos de sus dueños o anunciantes, pero nunca o muy pocas veces al servicio de los verdaderos intereses de la población, que se expresen en mejores contenidos informativos, educativos y de esparcimiento para elevar el nivel cultural y cívico de la población.

La concentración de la propiedad mediática, pero también la inexistencia de mecanismos y reglas claras de interlocución de los medios con el poder político y sus audiencias, han sido algunos de los principales factores que han propiciado la escasa diversidad y la, por lo general, deplorable calidad de los contenidos mediáticos que a diario sufrimos.

Por eso se convocó al Encuentro Nacional, para que sean los ciudadanos quienes planteen las propuestas que permitan modificar el actual sistema de comunicación y se modifiquen no sólo la legislación en la materia, sino también la concentrada estructura de medios, la calidad de los contenidos, las malas prácticas y, en general, los hábitos de consumo de quienes no tienen más remedio que tolerar la escasa oferta de contenidos audiovisuales y de servicios de telecomunicaciones.

A través de seis mesas de trabajo, el Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los Medios de Comunicación convocó a ciudadanos de 18 estados de la República, quienes enviaron 119 ponencias con las más diversas problemáticas y

propuestas. Asimismo, se escucharon ocho ponencias magistrales de especialistas en la materia, en temas como calidad y diversidad en los medios (Néstor García Canclini), libertad y derecho a la información (Aleida Calleja), monopolios de comunicación (Alma Rosa Alva de la Selva), medios públicos y comunitarios (Felipe Vicencio Álvarez), derechos de las audiencias (Guillermo Orozco), medios de comunicación y desarrollo (Olga Bustos), comunicación política (José Woldenberg) y comunicación en línea (Alejandro Pisanty), además de las intervenciones de Beatriz Solís Leree y Aimée Vega Montiel, integrantes del Consejo Consultivo de la Amedi, Inti Muñoz, director General del Fideicomiso del Centro Histórico, el senador Carlos Sotelo García durante la inauguración y del diputado Javier Corral Jurado en la clausura del evento. Lo anterior sin contar las innumerables participaciones de los más de 887 asistentes que se registraron al Encuentro Nacional.

Esta relatoría es una síntesis muy apretada de esa enorme riqueza de planteamientos, contribuciones y propuestas. La Amedi dará a conocer próximamente una publicación más amplia que retomará conferencias, ponencias, problemas, planteamientos y soluciones de quienes se sumaron al Encuentro Nacional. Hemos condensado la participación de los conferenciantes, ponentes y asistentes en 33 grandes propuestas concretas:

1. **Reforma legislativa.** La reforma legal para los medios de comunicación es de la mayor urgencia. El viernes 8 de abril se cumplió un año de la presentación, de manera simultánea en las cámaras de Diputados y Senadores, de la *Iniciativa de Ley Federal de Telecomunicaciones y Contenidos Audiovisuales* que fue promovida por varios partidos políticos y en cuya elaboración participaron miembros de la Amedi.

Esa iniciativa establece limitaciones al acaparamiento de medios de comunicación, instituye un organismo con atribuciones para regular los mercados y actores de las telecomunicaciones y la radiodifusión, reivindica derechos de usuarios y audiencias de los medios y garantiza el funcionamiento de los medios públicos. Allí se precisan reglas para la interconexión entre empresas de telecomunicaciones y se asegura la plena convergencia tecnológica, así como sanciones más severas para quienes no cumplan con la ley y la regulación. La pluralidad en la radio y la televisión sería promovida con la licitación de más frecuencias y con espacios garantizados para la producción independiente. Además, se reconoce que la radiodifusión y las telecomunicaciones constituyen un servicio público que debe ser garantizado por el Estado. La publicidad engañosa o los contenidos no aptos para los niños también encuentran regulación en esta iniciativa. Habría que incluir otras propuestas adicionales como la creación de Fondos de Cobertura Social para servicios de telecomunicaciones en zonas rurales y desprotegidas.

Esa iniciativa constituye el proyecto más detallado que haya sido elaborado para normar las telecomunicaciones y la radiodifusión. El aplazamiento en su dictaminación y análisis, incluso por parte de muchos de los diputados y senadores que suscribieron su presentación, resulta inaceptable. Únicamente el desinterés del Congreso de la Unión por estos temas y el cabildeo de las corporaciones mediáticas que no quieren una legislación que acabaría con el funcionamiento monocorde que ha caracterizado la comunicación en México, explican el abandono de esa y otras propuestas de reforma legal para los medios.

2. Política de Estado. Es necesaria una política de Estado incluyente, transversal y suficientemente debatida entre todos los actores de la comunicación (gobierno, legisladores, empresas, operadores y sociedad) que rijan el destino de la radiodifusión, las telecomunicaciones y, en general, el desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento en México. Es prioritario que los partidos y candidatos que aspiren a contender en la elección de 2012 incluyan entre sus plataformas programáticas y propuestas de campaña, políticas y acciones concretas para democratizar el actual sistema de medios. Cada vez es más ilegítimo que, por no molestar o por congraciarse con los concesionarios de la radio, la televisión y las telecomunicaciones, los candidatos demoren o impidan reformas al régimen legal, fomenten o avalen contrarreformas, u omitan políticas de Estado necesarias y urgentes para el desarrollo del país.

3. Licitación más cadenas de televisión. Existen todas las condiciones técnicas para que sean puestas a licitación las frecuencias que integrarían, por lo menos, dos nuevas cadenas nacionales de televisión. La inhibición del gobierno en ese asunto sólo se debe a la subordinación a Televisa y Televisión Azteca que abominan cualquier competencia en un mercado que han monopolizado indebidamente.

4. Nuevas opciones en televisión digital. La televisión digital debe servir, antes que nada, para que haya más frecuencias disponibles y, de esa manera, opciones distintas a las que hasta ahora han tenido los televidentes de todo el país. Deben destrabarse los obstáculos legales y administrativos para el desarrollo de esa televisión. Las frecuencias que sean utilizables a partir del cambio digital deben ser para nuevos operadores, incluyendo instituciones culturales y grupos sociales interesados en incursionar en ese medio. Sería inadmisibles que, con la mudanza digital, las televisoras que hoy en día acaparan las frecuencias comerciales tuvieran más canales.

5. Certidumbre para los medios públicos. Los medios no comerciales tienen que ser entendidos como espacios de pluralidad, libertad, con independencia respecto de las instituciones oficiales y ser promotores de la democracia y la construcción de ciudadanía. Deben ser auténticos medios públicos y no espacios propagandísticos, para que cumplan a cabalidad con su función social. México requiere de un sistema nacional de televisión pública, que podría partir de la infraestructura de la cual dispone actualmente el Canal

Once pero manejado con autonomía y con formas de retroalimentación con la sociedad. Para que los medios públicos cumplan nacional, regional y localmente las tareas que pueden desarrollar en beneficio de la calidad y la diversidad, es imprescindible que cuenten con pleno, suficiente y permanente respaldo financiero, pero sin necesidad de comercializar espacios con fines publicitarios. El patrocinio es una opción válida que debe definirse de manera clara en la legislación para que no se confunda con la publicidad. Por lo tanto, es prioritario legislar en materia de medios públicos para garantizar su certidumbre jurídica.

6. Señales abiertas para canales del Congreso y Judicial. Espacios de discusión y deliberación como los canales del Congreso y Judicial, así como opciones de televisión universitaria como TV UNAM, debieran tener una difusión abierta y nacional, para que los televidentes no tengan que pagar por recibir esas señales. Se trata de medios donde se debaten los grandes temas de interés nacional que afectan a todos los mexicanos, o bien de espacios universitarios donde se dan a conocer nuevos conocimientos o investigación científica que podría servir para solucionar los muchos y grandes rezagos que enfrenta el país. Sólo un Congreso reactivo a atender las demandas ciudadanas puede darse el lujo de que los canales del Congreso y Judicial no sean conocidos por toda la población.

7. Tarifas bajas y obligaciones para operadores. La interconexión entre las empresas de telefonía tiene que lograr la mejoría, no el encarecimiento de tales servicios. La autoridad está obligada a garantizar tarifas bajas en beneficio de los consumidores, las cuales redundarán en una mayor penetración y cobertura de estos servicios. También es necesario que a las telecomunicaciones no sólo se les vea como negocio, sino como una nueva oportunidad para abatir brechas sociales en temas prioritarios como educación, salud, seguridad y gobernanza. Para ello es necesario que la autoridad establezca y verifique obligaciones de inversión y cobertura, a fin de que las nuevas tecnologías y sus ventajas lleguen a la mayoría de los habitantes, sobre todo los más desprotegidos.

8. Convergencia plena. Resulta absurdo que las empresas interesadas y con capacidad para ofrecer televisión de paga no puedan hacerlo debido al amago de quienes controlan ese mercado. Todos los sistemas de televisión codificada deben estar autorizados a difundir las señales de la televisión abierta; más aún, esa debe ser una obligación de los proveedores de televisión por cable, satélite o cualquier otra modalidad no abierta. En todos los sistemas de televisión de paga deben existir canales destinados a la difusión de contenidos audiovisuales creados por productores independientes.

9. Internet abierto, libre, rápido y barato. Los mexicanos tenemos derecho, en las mejores condiciones técnicas, a producir, recibir y distribuir contenidos digitales de toda índole. Ninguna política o legislación debe coartar el legítimo derecho de los usuarios de consumir productos culturales. El Estado tiene la obligación de garantizar auténticas

conexiones de Internet de banda ancha a costos accesibles, a diferencia de las parsimoniosas velocidades por las cuales tenemos que pagar algunas de las tarifas de conexión a Internet más caras en el escenario internacional.

10. **Una agenda digital.** Concebir, diseñar, discutir y poner en práctica una agenda digital para conducir a México hacia la Sociedad de la Información. El acceso a Internet de banda ancha y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación debieran traducirse en mejores condiciones de vida para los ciudadanos, por cuanto estas tecnologías contribuyen a mejorar servicios públicos de salud, educación, seguridad y gobierno, además de proteger el medio ambiente.

11. **Prohibir los “productos milagro”.** Las televisoras se han convertido en vehículos de engaños cotidianos que ahora, incluso, lesionan la salud de los mexicanos. La publicidad de los llamados “productos milagro” contraviene las leyes en materia de salud y medios electrónicos. Exigimos que, de inmediato, las autoridades cumplan la obligación de sancionar tanto a los laboratorios como a las empresas televisoras que difunden esos productos.

12. **Transparencia y claridad en el gasto de comunicación social.** Los medios privados más poderosos se benefician de enormes y constantes transferencias de recursos fiscales porque los gobiernos federal y estatales, así como numerosas instituciones públicas, saturan de propaganda las frecuencias y atiborran de dinero público las finanzas de tales empresas al contratar espacios cada vez más amplios en la televisión y, en menor medida, en la radio, la prensa y ahora los medios digitales. El gasto publicitario de esos gobiernos debe regirse bajo una política de comunicación social, ser transparente y ser conocido en una base de datos pública y actualizada que contenga contratos, montos y tiempos de transmisión. Proponemos que por cada peso que se gaste en la contratación de propaganda en televisión y radio comerciales, se destine un monto idéntico a un fondo para la producción audiovisual independiente y para el fomento a la comunicación comunitaria y ciudadana.

13. **Programa de ayudas para publicaciones.** Los medios impresos también deben transparentar su tiraje, venta y cobertura y no basarse en cifras ficticias para conseguir publicidad oficial. En tiempos de consumos digitales y de caídas en los índices de suscriptores y lectores, un programa y la regulación de estímulos a la prensa pueden ayudar a erradicar la discrecionalidad en el otorgamiento de pautas publicitarias, asegurar la independencia editorial de las publicaciones y garantizar la pluralidad y diversidad de puntos de vista.

14. **Reglamentar la propaganda gubernamental.** Urge regular el artículo 134 constitucional en materia de propaganda y comunicación social para evitar más simulación y sometimiento a los medios electrónicos. Es necesario prohibir la publicidad

encubierta, integrada y las gacetillas, que sólo buscan engañar o confundir a las audiencias, sobre todo en procesos electorales. Esto es indispensable para propiciar una relación más transparente y menos onerosa entre políticos, medios y ciudadanía.

15. **Menos spots y más debate electoral.** Hacer valer la legislación electoral es una prioridad de la autoridad, los partidos, los candidatos, los medios de comunicación y los ciudadanos. También debe elevarse el nivel de debate y de discusión de los asuntos públicos, sobre todo en contiendas electorales. El actual modelo de comunicación política basado en *spots* de 30 segundos sólo esquematiza los problemas y no contribuye a la deliberación pública. De cara a los futuros procesos electorales, resulta necesario poner en práctica formatos distintos de comunicación política que permitan el intercambio y la discusión de propuestas.

16. **Homologar la Ley Federal de Radio y Televisión en materia electoral.** Para reflejar la pluralidad y las contradicciones inherentes de la sociedad mexicana durante la disputa político-electoral, así como para garantizar la equidad en la contienda, prevenir y castigar incumplimientos de los medios electrónicos en materia electoral, es indispensable reformar la Ley Federal de Radio y Televisión y homologarla con las disposiciones que en materia de comunicación política dispuso la reforma electoral de 2007-2008, así como los diversos ordenamientos y reglamentos que para tal efecto emita la autoridad electoral.

17. **Monitoreos oficiales y ciudadanos de contiendas y cobertura electoral.** Cada vez es más necesario que la autoridad electoral, los observatorios ciudadanos y las organizaciones de la sociedad civil realicen monitoreos cualitativos y cuantitativos objetivos e imparciales, muestrales y censales del uso de los tiempos oficiales a los que tienen derecho los partidos, las nuevas formas de comunicación política tanto en medios tradicionales como digitales, así como de la cobertura informativa que realizan los medios de las contiendas electorales.

18. **Propiciar la participación en elecciones.** En todo momento la propaganda electoral en medios electrónicos debe ser administrada y contratada por el Instituto Federal Electoral. Internet debe seguir siendo un espacio libre donde políticos y ciudadanos encuentren un espacio de difusión e interacción. Tomar en cuenta a los jóvenes y dirigir mensajes para ellos, que motiven su participación e involucramiento en los asuntos públicos, es tarea tanto de autoridades electorales como de partidos y candidatos.

19. **Derecho de réplica.** La reglamentación del derecho de réplica es una de las demandas que más consenso generan. Contenido en la Ley de Imprenta, en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y en la reforma electoral de 2007-2008, el derecho de réplica permitirá crear un mecanismo para que los ciudadanos que se sientan agraviados por información falsa o inexacta soliciten a los medios la debida rectificación.

El derecho de réplica no propicia censura sino que favorece un ejercicio informativo más preciso, serio, responsable y apegado a la realidad. El de réplica es un derecho consagrado en convenciones internacionales que no sólo beneficia a las figuras públicas sino a cualquier individuo, por lo que su reglamentación resulta urgente. Además, es un compromiso aún pendiente que asumieron los partidos al aprobar la reforma electoral de 2007-2008.

20. Garantizar derechos de las audiencias. La creación de códigos de ética, defensores de audiencia y otros mecanismos autorregulatorios, debiera ser una exigencia básica de cualquier medio de comunicación comercial o público. Los derechos de las audiencias, pero también las nuevas posibilidades tecnológicas y el aminoramiento de las relaciones jerárquicas en la sociedad, hacen que los consumidores y usuarios sean cada vez más críticos, exigentes y demandantes. Si realmente los medios ofrecen lo que el público pide, podrían empezar por conceder espacios y mecanismos para que las personas emitan sus comentarios, quejas o requerimientos.

21. Educar para los medios. Es necesario impulsar el desarrollo de estrategias educativas, con especial atención en la niñez y la adolescencia, para la lectura de contenidos mediáticos con criterios que contribuyan a una sociedad basada en la igualdad. Entre esos criterios es imprescindible la perspectiva de género. La academia y los espacios educativos deben contribuir para crear conciencia y fomentar un consumo crítico de los medios de comunicación, a través de materias y programas educativos que conduzcan a esa formación cívica.

22. Monitorear y observar a los medios. Impulsar cada vez más observatorios de medios que vigilen los contenidos mediáticos y den a conocer sus resultados con base en datos cuantitativos y cualitativos sobre el quehacer y la actuación de los medios de comunicación frente a temas como género, niñez, discriminación, salud, violencia, derechos humanos, diversidad cultural y participación ciudadana.

23. Erradicar formas de violencia y discriminación. Los medios tienen responsabilidades públicas que pocas veces cumplen a cabalidad. Es indispensable que promuevan contenidos que reivindiquen los derechos de las mujeres y las niñas y que se erradiquen las representaciones sexistas, homofóbicas, clasistas, racistas y discriminatorias que abundan en esos espacios de comunicación.

24. Equidad de género en los medios. Eliminar el llamado techo de cristal, hacer valer el derecho a comunicar de las mujeres y garantizar la equidad de género en el acceso a puestos de dirección en los medios de comunicación, permitiría erradicar prejuicios, representaciones machistas, formas de violencia y prácticas sexistas.

25. Regular anuncios de prostitución en publicaciones. Reglamentar en las publicaciones periódicas y en la radio y televisión los anuncios que podrían alentar la

prostitución (o sexo servicio) y la trata de personas. La idea es que los medios de comunicación no denigren, no discriminen, no humillen por ninguna causa y sí respeten la condición humana de las personas.

26. **Proteger la salud infantil.** Prohibir de manera clara y sin que se preste a interpretaciones la publicidad de comida “chatarra” en horarios infantiles en la televisión y la radio y sancionar a las empresas que la promuevan en Internet.

27. **Escrupulosidad en la cobertura informativa.** Los medios de comunicación no son ajenos a las circunstancias de violencia y delito que devastan la sociedad mexicana. Tienen que hacer un esfuerzo para no fungir como voceros de la delincuencia y para manejar con toda escrupulosidad las informaciones sobre esos temas. Los códigos de comportamiento editorial que se propongan orientar el desempeño de los informadores y de los medios al cubrir asuntos relacionados con la violencia sólo tendrán eficacia si los periodistas, desde sus redacciones, los hacen suyos. Nos parece condenable el lucro político y propagandístico de Televisa, Televisión Azteca y otros medios con este asunto.

28. **Salvaguardar el trabajo periodístico.** La protección de los periodistas, especialmente de los reporteros que cubren informaciones delicadas, tiene que ser prioridad de la sociedad mexicana. Las empresas de comunicación están obligadas a pagar salarios dignos (sin distinción de género), financiar seguros de gastos médicos y de vida, brindar capacitación y emprender todos los esfuerzos posibles para respaldar a los periodistas en toda circunstancia, especialmente cuando se encuentran en situaciones de riesgo.

29. **Periodismo ético, serio y profesional.** Asimismo, es necesario que los periodistas dignifiquen su profesión y practiquen un periodismo más apegado a los hechos y menos a la estridencia de las descalificaciones, el sensacionalismo o la espectacularización de la noticia. Independientemente de la plataforma a través de la cual se dé a conocer la información, la búsqueda de lo novedoso, el rigor, la precisión al informar, la indagación, el contexto que ubique el acontecimiento y los más elementales parámetros éticos, siguen siendo características definitorias de un periodismo serio y profesional.

30. **Investigar y castigar agresiones.** El Estado tiene la obligación de crear condiciones para que los informadores desarrollen sus labores sin riesgos y de investigar y castigar las agresiones a los periodistas. El Estado mexicano, comenzando por el gobierno federal pero también las entidades de la República, han incumplido esas responsabilidades.

31. **Reconocer y no criminalizar emisoras comunitarias.** Un cimiento ineludible de la pluralidad que necesitamos se encuentra en la radiodifusión comunitaria. Lejos de garantizarla como mandata la Constitución, el poder político persigue e incluso sanciona

penalmente a algunos de sus promotores. La comunicación comunitaria requiere de normas que reconozcan sus circunstancias específicas. La sociedad puede beneficiarse con la existencia de un vigoroso movimiento de radiodifusoras y otros medios de carácter comunitario, que solidifiquen la realidad multicultural de la nación. Es necesario que estos medios de auténtico servicio comunitario sean reconocidos legalmente, se suspendan de inmediato su persecución y criminalización y se garanticen condiciones para su autofinanciamiento.

32. Promover producción nacional independiente. Para propiciar diversidad y calidad en los medios se requiere financiar e impulsar la producción a cargo de pequeñas y medianas empresas. Para ello se propone que, con un gravamen trimestral equivalente al 2 por ciento de las ganancias totales de las cadenas privadas de televisión abierta y de los sistemas de televisión restringida, se establezca un fondo audiovisual que también beneficiaría a medios públicos y comunitarios. Asimismo, se propone incorporar un sistema de cuotas de pantalla de producción nacional y extranjera, tanto en televisión abierta como de paga. Con estas acciones se generarían empleos y se diversificarían el trabajo creativo, así como la pluralidad.

33. Apoyos para el cine y los documentales. Modificar la Ley Federal de Cinematografía para crear un fondo de apoyo a la producción de cine nacional, y obligar al pago por derecho de transmisión por parte de las televisoras, son apenas dos medidas prioritarias de la industria cinematográfica afectada en su cadena de valor por los productores, distribuidores y exhibidores extranjeros. Asimismo, es indispensable garantizar el derecho de exhibición de filmes documentales sin que se vean sometidos a censura previa o al capricho de las autoridades políticas o judiciales.

Los pilares sobre los cuales descansa la democracia son la ciudadanía y el respeto irrestricto al Estado de derecho. Hemos recogido y enumerado 33 propuestas ciudadanas sobre diversidad y calidad en los medios de comunicación. No son las únicas, pero sí fueron las más recurrentes y quizá las más apremiantes. Muchas de estas propuestas ya son una realidad en otros países.

A esta apretada relatoría se suma un diagnóstico de los medios que la Amedi elaboró y presentó en el Encuentro Nacional; el documento se denomina *Panorama de la comunicación en México 2011. Desafíos para la calidad y la diversidad*. De esta manera, los ciudadanos reunidos en el Encuentro Nacional no sólo planteamos el diagnóstico de los medios de comunicación en nuestro país, sino también alternativas de solución y propuestas concretas.

En la Amedi dejamos en claro que los medios de comunicación pueden contribuir al fortalecimiento de la democracia, pero también a socavar sus cimientos. El diagnóstico

y las propuestas anteriores serán entregados a las autoridades y los legisladores para que escuchen la voz de los ciudadanos que quieren transformar el actual sistema de comunicación en México. Al mismo tiempo, junto con los organismos sociales que compartieron la convocatoria a este Encuentro, evaluaremos la posibilidad de llamar al Segundo Encuentro Nacional por la Diversidad y la Calidad en los Medios de Comunicación. Creemos que la ciudadanía y el ejercicio de los derechos humanos consagrados en la Constitución no se agotan en este Encuentro Nacional, sino que se requieren un seguimiento y un escrutinio permanentes sobre los medios de comunicación, los gobernantes y los legisladores, a fin de que las propuestas aquí vertidas se cumplan y se lleven a cabo en el menor tiempo posible, en beneficio del país y sus audiencias.

La Asociación Mexicana de Derecho a la Información agradece a quienes hicieron posible el Encuentro Nacional por la Calidad y la Diversidad en los Medios de Comunicación. Pero sobre todo se congratula con los cientos de ciudadanos que participaron con ponencias, propuestas, trabajo voluntario o con su importante asistencia al evento.

Miércoles 6 de abril de 2011
Antiguo Hospital Concepción Béistegui
Centro Histórico
Ciudad de México