

¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?

2009-11-30 13:57:55



México D.F., 30 de noviembre de 2009 (Cencos).- Son 72 opiniones emitidas por periodistas, sociedad civil, academia y especialistas compiladas en la entrega editorial que presentó la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI) la noche de ayer en Casa Lamm. “Diversas, plurales, y en ocasiones contrastantes” fueron las respuestas que emitieron los participantes al responder a la cuestión y título del libro ¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?, mismo que fue entregado a cada uno de los quinientos integrantes de la sexagésima legislatura para que pudieran estudiarlo, reflexionar, y “hacerse conscientes, a tiempo, acerca de los huecos y pendientes sobre el rumbo que tiene que tomar la legislación hacia una transformación democrática de los medios”, apuntó Beatriz Solís Leree, integrante del consejo directivo de AMEDI.

Durante la entrega se evidenció la necesidad de poner un freno legislativo a la estructura monopólica en los medios que obstaculizan la generación de contenidos amplios que incluyan derecho a la información, a la salud, a la educación, y a la cultura en los medios. Se abordó la necesidad de regular el tema de las campañas mediáticas a favor de personas que promueven su imagen política con recursos del erario público y la urgencia de romper la relación simbiótica entre los intereses políticos y los consorcios de medios, y que estos sean sometidos a un constante escrutinio público.

Al respecto José Antonio Crespo, profesor del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) y quien hizo la aportación Descentralización de señales y medios de Estado recordó el episodio de la Ley televisa, y la carencia de una reglamentación que asegure la rendición de cuentas, además de la urgencia de que los medios sean un aparato de denuncia y no al contrario, “sirvan para tapar corruptelas que van en detrimento del interés colectivo y de la autonomía del Estado.”

En cuanto al gasto del erario público en anuncios y apariciones televisivas fuera de tiempos de campaña electoral por parte de algunos funcionarios públicos, Antonio Crespo recordó que el artículo 134 constitucional prohíbe que se utilicen fondos públicos para promover a personas, “se violenta el espíritu de la ley para promover propósitos personales, no me parece que el desempeño de Enrique Peña Nieto, por ejemplo, justifique su popularidad, sino el hecho de aparecer en gacetillas e inserciones pagadas; ahí, evidentemente se burla la ley y esto obedece a la ausencia de un reglamento.”

El profesor del CIDE afirmó la necesidad de romper con círculos viciosos entre los políticos y las televisoras, “es un instrumento de chantaje extraordinario, los partidos dependen de las televisoras y por ello no hacen reformas a la ley, técnicamente existe la solución pero políticamente no, porque no existe voluntad para hacerlo, será muy difícil si no van los partidos juntos. Pero nadie sede un milímetro de sus intereses particulares para dar lugar a una transición de fondo, los consorcios mediáticos son poderes fácticos”, advirtió Antonio Crespo.

Campaña Permanente de Protección a Periodistas

[#the_title()#]

Por su parte, Javier Corral, presidente de la Comisión de Gobernación del Senado de la República, afirmó que la actual legislatura cuenta con más legisladores que nunca a favor de impulsar estas reformas, “muchos no saben que significan los términos técnicos cuando se habla sobre medios, ni de espectro radioeléctrico, ni de bandas anchas, pero muchos tienen la percepción de que las determinaciones que se han tomado en materia de medios, han sido inconstitucionales, este es el ambiente real en el que se recibe este libro, pero le hace falta al Congreso un impulso social organizado, y AMEDI es un gran instrumento para ello. Con todo y todo la reforma va a salir en los próximos años, sería suicida que se quisieran repetir los procesos electorales pasados y que se reviertan los poderes mediáticos por los poderes del Estado sería llegar a un nivel de tensión social muy peligroso”, señaló el también exdirector de AMEDI.

Durante la presentación Fátima Fernández Christlieb, profesora de la Facultad de Ciencias Políticas en la Universidad Nacional Autónoma de México, y quien participó en el libro con la ponencia Réplica, derecho sin reglamentar, aseguró que se abre un nuevo ciclo en la historia de la difusión de medios en México que viene acompañado de la sociedad civil y aseguró que el libro goza de un lenguaje claro y de síntesis y que “más que técnico, es político porque está dirigido a la ciudadanía, a los estudiantes y a los propios medios de comunicación no solo a legisladores o públicos especializados”, aseguró.

Respecto al camino que tomará la legislación en materia de medios, Fernández Christlieb afirmó que desde el poder del Estado se puede romper el “círculo vicioso” pero con el apoyo de la sociedad “en una forma contundente de participación como esta entrega, que no es un mamotreto incomprensible”.

Como dijo Antonio Castro Leal en 1966, continúa la profesora- ‘el pueblo de México espera’, pero no espera en silencio cruzado de brazos, por eso AMEDI, entrega este libro a tiempo para que los legisladores estudien y para que la sociedad continúe despertando” sostuvo al finalizar su participación.

Centro Nacional de Comunicación Social



[Compartir](#)