

## MEDIOS PÚBLICOS

Luis MEDINA

Un elevado porcentaje de los medios en todo el mundo —principalmente la radio y la televisión— son propiedad pública o del Estado. Se utilizan tres términos distintos que, al menos en principio, tienen un significado diferente:

- Medios públicos que utilizan fondos públicos para realizar transmisiones de interés para todo el público.
- Medios propiedad del Estado (si bien el Estado se financia con fondos públicos) y directamente operados por él.
- Medios que son propiedad y son controlados por el gobierno en funciones (pero que también utilizan fondos públicos).

Fueron dos los modelos de telecomunicaciones públicas o estatales que se desarrollaron en paralelo. En Europa Occidental, las telecomunicaciones fueron originalmente de propiedad pública, pero operando normalmente bajo estrictas garantías legales de independencia respecto al gobierno en funciones. Al mismo tiempo, en la antigua URSS operó un modelo de telecomunicaciones bajo control gubernamental y orientado al logro de determinados objetivos estatales.

El modelo de servicio público europeo normalmente funcionó bien en sus países de origen, pero no se difundió debidamente. Los medios coloniales basados en el modelo británico o en el francés disfrutaron de muy poca de la independencia de sus precursores metropolitanos, basándose más en prácticas convencionales que en fuertes garantías legales. Después de la independencia, los gobiernos poscoloniales continuaron con la tradición de las comunicaciones como propaganda gubernamental. De ahí que la distinción de origen entre el gobierno y los medios públicos se haya perdido por mucho en la práctica.

Las transmisoras de servicio público se fundaron en una convicción que sigue siendo válida en gran parte del mundo: el sector privado por sí mismo no puede ser garantía de pluralismo. El problema es que los medios gubernamentales también han fallado mucho en hacerlo. En muchos países, el advenimiento de las telecomunicaciones privadas terminó propiciando que el gobierno reforzara su control editorial sobre los medios públicos.

Los medios públicos o estatales suelen ser financiados por una de tres fuentes fundamentales:

- Una cuota para concederles licencia, que es pagada por los televisores.
- El presupuesto gubernamental.
- Publicidad comercial.

En diversos casos, éste puede ser complementado por otros ingresos, como la venta de programas. Estas distintas fuentes de ingreso tienen implicaciones potenciales para la independencia cotidiana de los transmisores. Una tarifa de operación o la publicidad comercial puede hacer más fácil que el medio guarde distancia respecto al gobierno, aunque seguirá dependiendo de mecanismos gubernamentales (con frecuencia del servicio postal) para juntar la cuota.

En el caso de nuestro país es indispensable que quede muy clara la diferencia entre lo público y lo gubernamental, especialmente en materia de medios.

Los medios públicos deben evitar que sus estructuras, metas y contenidos sean definidos o limitados por los intereses personales de los gobernantes.

Nuestra legislación contempla la función social de los medios de comunicación masiva, pero en el marco del proceso de democratización de las instituciones, aún presenta imperfecciones que se tiene el reto de corregir.

Los medios públicos de comunicación son aquellos que por su naturaleza deben proporcionar a todos los ciudadanos, en iguales condiciones, un lugar de expresión cultural e intercambio gracias al cual se forman las identidades sociales, y de acceso a la información y a los debates en los que se debe basar la política democrática. Para desempeñar esta función,

ese lugar debe estar, en la medida de lo posible, libre de los efectos distorsionadores del ejercicio del poder económico o estatal.

En este rubro proponemos legislación que contemple los siguientes lineamientos:

- 1) Se requiere establecer un régimen jurídico que defina la figura de medios públicos y garantice la participación social en sus órganos de gobierno.
- 2) Definir de manera explícita a los medios públicos como medios de servicio público, y no como medios oficiales.
- 3) Integrar a la legislación respectiva, la función, objetivos y regulación de los medios públicos.
- 4) Los medios públicos deberán contar con personalidad jurídica propia, presupuesto público y autonomía presupuestal y administrativa.
- 5) Deberán contar con un órgano de gobierno que esté constituido por un titular y un Consejo General de Planeación y Administración que vigile la adecuada planeación de los recursos y el ejercicio transparente de los mismos; al igual que deberán tener un consejo de programación, integrado por los grupos representativos de la sociedad, que contribuya a que el medio público cumpla con sus funciones de servicio que le confiera la ley.
- 6) El Estado garantizará que los medios públicos de explotación directa del mismo cuenten con los recursos necesarios para cumplir con sus funciones.
- 7) Los medios públicos podrán generar ingresos por concepto de patrocinios, donativos o servicios de producción, sin que esto contravenga la esencia del servicio público que llevan a cabo.
- 8) Los permisos culturales, comunitarios y de experimentación no podrán convertirse en comerciales.
- 9) De igual forma, es necesario modificar la naturaleza jurídica de los medios de comunicación financiados con recursos públicos, de tal suerte que se termine con la representación unilateral del Poder Ejecutivo Federal en todos los procesos de toma de decisiones.
- 10) Es necesario que se introduzca en la legislación un capítulo para medios del Estado o públicos.
- 11) Los medios que financie el Estado deben presentar cada año ante el Congreso de la Unión su presupuesto de gasto público en mate-

ria de radio y televisión, así como deberán definir los criterios que posibiliten de manera transparente el otorgamiento de recursos provenientes de los sectores públicos y paraestatales para el beneficio colectivo y del Estado.

- 12) El objetivo de los medios públicos deberá ser el fomento de la educación, la cultura y el desarrollo social.
- 13) Deberán ser controlados por el Estado en su conjunto y no por el gobierno, así como su partida presupuestal será obligatoria y aprobada por el Legislativo.
- 14) La sociedad deberá tener amplios espacios de participación en ellos.
- 15) Su actividad se regirá bajo los siguientes principios:
  - a) Objetividad, veracidad e imparcialidad en la información.
  - b) Separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quiénes sustentan estas últimas y su libre expresión, con los límites del artículo 6o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
  - c) Respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico.
  - d) Protección de la juventud, la infancia y grupos vulnerables.
  - e) Respeto a los valores de igualdad.