

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA (IZTAPALAPA)  
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA

*Los medios públicos en la nueva etapa de la democracia mexicana.*

María Eugenia Valdés Vega  
(vvme@xanum.uam.mx)

Trabajo preparado para su presentación en el XXX Congreso Internacional de Estudios Electorales: DEMOCRACIA REPRESENTATIVA Y DEMOCRACIA PARTICIPATIVA EN TIEMPOS DE CAMBIO organizado por la Sociedad Mexicana de Estudios Electorales para realizarse los días 10, 11, 12 Y 13 de septiembre de 2019 en Villahermosa, Tabasco.

# LOS MEDIOS PÚBLICOS EN LA NUEVA ETAPA DE LA DEMOCRACIA MEXICANA

María Eugenia Valdés Vega

Las reformas sobre telecomunicaciones y radiodifusión producidas al inicio del sexenio presidencial de Enrique Peña Nieto han tenido en general repercusiones positivas para las industrias ligadas a las nuevas tecnologías de la información, pero la legislación secundaria aprobada en 2014 ha sido criticada en varios aspectos muy importantes. En lo que respecta a los medios públicos, la crítica se centra en el poco apego de las leyes secundarias a los lineamientos establecidos en la reforma constitucional para impulsar un sistema democrático con independencia editorial y opciones de financiamiento. La idea de fondo en esa posición crítica es que los medios públicos y de uso social son potencialmente un instrumento de verdadero equilibrio y contrapeso al modelo mercantilista de la radiodifusión.

La ponencia analiza tanto los alcances y limitaciones del marco normativo de los medios públicos y de uso social, como la propuesta elaborada por el partido Morena y las primeras acciones del gobierno federal encabezado por Andrés Manuel López Obrador con dos objetivos, el primero de ellos es describir su panorama actual y el segundo ubicar los errores y aciertos gubernamentales en el arranque del sexenio 2018-2024.

## Los medios públicos en México

Empleada como sustantivo, la palabra *público* significa "el cuerpo general o totalidad de los miembros de una comunidad, nación o sociedad" (Young, 1991: 7); cuando se habla de un público se hace referencia a un número indeterminado de personas dispersas en el espacio geográfico "que reacciona ante un estímulo común, proporcionado por medios de comunicación indirectos y mecánicos" (Young, 1991: 8). Pero si se emplea como adjetivo, esta palabra se refiere asimismo a "hechos o actividades humanas que concentran el interés general de la comunidad: todo aquello que es visto, oído o conocido en común, todo aquello que está abierto al uso o goce general"; lo público, en este caso, es lo opuesto a lo privado y es cuando se habla de "reuniones públicas", "asuntos públicos" o "vida pública" (Young, 1991: 10). Este último es el caso de los medios públicos.

Si bien todos los medios tienen un carácter público porque en principio están abiertos al uso común, se hace esta clasificación para diferenciarlos de los medios en manos del sector privado de la economía. La principal distinción entre medios públicos y medios comerciales es que los primeros se caracterizan “por un énfasis sobre las noticias y asuntos públicos, documentales, arte, música y deportes, y las transmisiones en la radio y la televisión comercial se enfocan al entretenimiento fundamentalmente” (Suárez Tello, 2016). Los medios públicos tienen su origen y modelo principal en la BBC en Inglaterra, que produce programas basados en los derechos de los ciudadanos a la información con el propósito de fomentar la participación colectiva. Dado que se regula por normas no partidistas, el modelo inglés se ha traducido en coberturas políticas imparciales y un acceso equitativo de los diversos partidos políticos en aquel país (Suárez Tello, 2016).

En la mayoría de los países de la Europa occidental se impuso el modelo de la televisión pública y no la privada en la década de los años cincuenta, cuando empezó a desarrollarse. Apenas recuperándose de la guerra y con el recuerdo de la utilización de la radio por los fascistas, en la mayor parte de los países europeos hubo tres ideas que fueron la base de la televisión pública. En primer lugar y debido a que sumaba la imagen, la televisión suscitó aún más temor que la radio y se consideró “que los medios de comunicación de masas eran peligrosos y que por lo tanto debían ser controlados por el poder público”. (Wolton, 1995: 23). La segunda idea justificó la “nacionalización” de la televisión incluso por encima de la radio en Gran Bretaña, Francia, Alemania, Italia, Bélgica y los países escandinavos, “a fin de sustraerla a los demonios de las utilidades mercantiles” y como una reacción negativa en contra del modelo de organización privada de la televisión estadounidense; por último, “se impuso la idea, difundida entre los primeros profesionales de la televisión, los políticos, los intelectuales y la elite cultivada en general, de que la televisión, bien utilizada, puede ser un fantástico instrumento de democratización cultural”. (Wolton, 1995: 23-24).

En México, la radio y televisión funcionaron desde sus inicios con el modelo comercial importado desde los Estados Unidos de América, un sistema privado con fines principalmente mercantiles. Mientras en Europa se establecía la televisión pública, en México el régimen priista decidió que debía ser privada cuando se inició en 1950. Si bien desde 1935 hubo apoyo del gobierno de Lázaro Cárdenas para los experimentos que realizaba el ingeniero Guillermo González Camarena con la televisión, posteriormente el presidente

Miguel Alemán Valdés tomó la decisión de no establecer la televisión pública. En 1947 y por un acuerdo presidencial, el Instituto Nacional de Bellas Artes comisionó a Salvador Novo y el ingeniero González Camarena para conocer los modelos de televisión ya operantes para poder definir cuál sería el más conveniente para el país a partir de los resultados de sus investigaciones. En el documento que presentaron, Salvador Novo exponía las ventajas del modelo británico de televisión en manos del Estado frente al modelo comercial norteamericano con el dominio de la iniciativa privada; aun así, se decidió por este último modelo. (Zarur, 1994).

Para el investigador Guillermo Orozco nunca ha sido claro por qué con un origen educativo, no lucrativo, y con un Estado nacional tan fuerte como lo fue el mexicano del siglo pasado bajo un régimen autoritario que se prolongó hasta el año 2000, la televisión tuvo un desarrollo netamente mercantil y no estatal en México. Orozco reflexiona que bien “podía haber seguido otros rumbos como televisión pública o cultural, o por lo menos podían haber coexistido desde sus inicios dos modelos, uno público y otro privado de televisión que realmente se distinguieran entre sí y ofrecieran proyectos culturales televisivos diferentes”. (Orozco, 2002: 209). Este autor señala que la imposición del modelo comercial en la televisión mexicana estuvo condicionada por la coyuntura económica y la proximidad con los Estados Unidos -de donde provenía la infraestructura tecnológica y los criterios con los que trabajaba experimentalmente este medio en México-, pero según él lo que en definitiva empujó al presidente Miguel Alemán a tomar la decisión fue su propia ambición: luego de haber concluido su período presidencial en 1952, “se involucró financieramente en la televisión mexicana como uno de sus principales accionistas, [...] para lo cual aprovechó todo el poder que le confería la constitución como presidente y todas las alianzas que su particular trayectoria política y empresarial le permitían”. (Orozco, 2002: 2009-210). La hipótesis que formula Orozco es que, desde su origen, la televisión fue entendida como el preciado botón político-ideológico-económico de la poderosa elite “que tiene la última palabra en el país”. (Orozco, 2002: 240).

Lo que sucedió cuando surgió la televisión en México fue que el régimen presidencialista autoritario, en plenitud por entonces, permitió el peor de los modelos posibles para ella ya que fue concesionada a empresarios quienes más que constituirse sólo como grupos de presión, fueron beneficiarios, aliados e inclusive en ciertos casos socios de

los políticos. En los inicios de la televisión mexicana y bajo el amparo del poder presidencial, los empresarios de ese medio dejaron de ser un grupo de presión *normal* al unirse sus intereses con los del régimen. Con ello, se produjeron tres fenómenos negativos en la televisión mexicana: a) se alteraron los términos de la competencia mercantil ya que otros inversionistas no tendrían los mismos privilegios, b) por esa razón se constituyó primero un monopolio y después dos grandes empresas dominaron la televisión abierta, y lo peor de todo c) la televisión careció de proyectos culturales alternativos para las masas.

El régimen priista comenzó a temer de manera más obvia a los medios electrónicos en el sexenio de Luis Echeverría pues su gobierno estuvo signado por el conflicto social y un autoritarismo más marcado. El punto de vista de un régimen donde nada escapaba al control presidencial fue definido en una entrevista concedida en 1972 por Luis M. Farías, fundador de la Asociación Nacional de Locutores de México y en ese momento gobernador de Nuevo León, quien declaró que debía planificarse el desarrollo de la radio y la televisión en el país y que el Estado tenía “una clara obligación de vigilancia sobre quienes, mediante una concesión, utilizan esos medios de difusión, tomando en cuenta el gran impacto que tienen. De tal manera, no se les debe obligar a realizar determinadas cosas; pero sí castigárseles cuando cometan algo que constituya un delito”. (Mejía Prieto, 1972: 149). Esta postura reflejaba el deterioro de la alianza de los medios con el régimen entre 1970 y 1976.

En ese sexenio, el gobierno estuvo a punto de romper la alianza con los dueños de los medios electrónicos cuando constituyó una empresa paraestatal de televisión en 1972. El 15 de marzo de ese año, el gobierno federal adquirió el cien por ciento de las acciones de la Corporación Mexicana de Radio y Televisión a través de un fideicomiso de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial (Somex) y con ello se hizo del Canal 13, que había sido concesionado al empresario de la radio Francisco Aguirre en 1967. A pesar de que no era la primera experiencia estatal en el campo de la televisión porque desde 1959 funcionaba el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, esta clara muestra del interés del gobierno echeverrista por controlar la comunicación política se acompañó de la creación del programa de televisión rural (Zarur, 1993). Por lo demás, el presidente Luis Echeverría emitió un nuevo reglamento el 8 de marzo de 1973 que permitía al gobierno intervenir en los contenidos de las emisiones, fijar límites a las concesiones y ampliar las capacidades de emisión oficiales.

Todo ello afectaba tanto los intereses como las ganancias de los empresarios.(DOF, 8 de marzo 1973).<sup>1</sup>

Pero los gobiernos de Luis Echeverría y José López Portillo también intervinieron en la radio. El presidente Luis Echeverría tomó decisiones que beneficiaron a Radio Educación (emisora dependiente de la Secretaría de Educación Pública) como la construcción de un edificio apropiado y una planta transmisora que le permitía aumentar su potencia; asimismo, fue definida como organismo desconcentrado con el mismo rango y la misma situación jurídica que el Instituto Nacional de Bellas Artes, el Instituto Politécnico Nacional o el Instituto Nacional de Antropología e Historia; a partir de entonces ya podría operar otras frecuencias además de su estación inicial. (Fundación Manuel Buendía, Internet). Por su parte, el gobierno del presidente José López Portillo adquirió tres emisoras comerciales que eran propiedad de la empresa Radio Fórmula y las incorporó al sector de radiodifusión estatal. (Mejía Barquera, 2007). A partir de febrero de 1979 y para operar las tres emisoras de manera coordinada, la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación constituyó el Grupo RTC-Radio. Ese mismo año inició el proyecto de la radio indigenista con la instalación de "La voz de la montaña" en Tlapa, Guerrero, con el objetivo de emplear a la radio como un medio para apoyar los programas de trabajo Instituto Nacional Indigenista en las regiones interétnicas del país pues consideraba que podía "convertirse en un vehículo educativo e impulsor del desarrollo social, económico, político y cultural de los pueblos".(Mejía Barquera, 2007).<sup>2</sup> Como puede verse, el marco legal otorgaba amplios márgenes de acción al presidente de la República –y otorga aún, pues hasta principios de 2008 sólo se han hecho nuevos reglamentos pero la ley no ha cambiado- para enfrentar a los dueños de las concesiones de radio y televisión, así como para presentar un proyecto cultural propio en los medios electrónicos.

Por último, durante el gobierno de José López Portillo se logró una reforma constitucional que puede ser trascendente para la democratización de los medios que fue

---

<sup>1</sup> Luis Echeverría amplió el tipo de temas que deberían incluirse gratuitamente en la programación diaria con material proporcionado por la Secretaría de Gobernación, pero además se arrogó toda decisión respecto a la coordinación de las emisiones oficiales excluyendo la participación del Consejo Nacional de Radio y Televisión, y estableció la obligación de que los concesionarios conservaran la misma calidad de transmisión de su programación normal en el tiempo utilizado por el Estado.

<sup>2</sup> En 1982 se instalaron también "La voz de la Mixteca", en Tlaxiaco, Oaxaca; "La voz de la Sierra Tarahumara, en Wachochi, Chihuahua; "La voz de los mayas", en Peto, Yucatán; "La voz de los purépechas", en Cherán, Michoacán; en 1987 se instaló "La voz de la frontera sur", en Las Margaritas, Chiapas.

producto tanto a la presión de los empresarios de la radio y televisión como a la búsqueda de apoyo social tras el conflictivo sexenio echeverrista. Poco después de arribar a la presidencia de la República, José López Portillo retomó una iniciativa sobre el derecho a la información que había sido demanda de grupos ciudadanos interesados en democratizar la radio y televisión, recogida por el propio partido oficial. Desde 1975 el PRI había definido el derecho a la información no solamente como la libertad para informar, sino en el sentido de que es un derecho que las personas tienen como receptoras de información. En 1977 y dentro de la reforma política implementada por López Portillo –que inició formalmente la transición democrática en México-, ese derecho fue incorporado en el artículo 6º de la Constitución como una de las garantías individuales. (Fernández C., 1981, 21).

La decisión política de liberar a los medios y dar el derecho de información a la sociedad quedó únicamente como una medida formal que no tuvo asidero en la realidad porque el oligopolio de la radio y la televisión volvió a ser aliado del régimen priista cuando Miguel de la Madrid se convirtió en presidente de la República en 1982.

### **La etapa neoliberal**

A partir de 1982 el régimen priista adoptó un nuevo modelo económico en el país que abandonaba la concepción del Estado interventor y se proponía reducir su papel al mínimo.<sup>3</sup> A lo largo de los últimos 25 años, este nuevo modelo económico incluyó la apertura comercial, la desestatización de la economía, el apoyo selectivo a los grandes capitales, el desarrollo de una política de asistencia social igualmente selectiva, la liberación de precios de todas las mercancías y el cambio del discurso oficial, “que pasó del Estado revolucionario

---

<sup>3</sup> Este cambio implicó que el Estado mexicano retomara la esencia del liberalismo económico. El liberalismo es una doctrina que fija límites a la acción estatal en la economía capitalista debido a que sostiene la preeminencia del individuo frente a cualquier forma de asociación. No obstante, la tradición clásica del liberalismo se debatió entre dos posiciones: la de Herbert Spencer, quien defendía la tesis de que el Estado debía dejar de existir y así “los individuos cabalmente desarrollados se asociarían sin constricción alguna, lo que resultaría beneficioso para su temple moral y útil para el principio de mercado”, y la de Adam Smith, quien aunque también creía en la necesidad de controlar el poder y “en que un cierto tipo de Estado, un ‘vigilante nocturno’ minimalista, proporcionaba la mejor cobertura para el crecimiento económico”, observaba que en realidad la paz y la administración de la justicia “admiten una presencia más sustancial del Estado de lo que generalmente se reconoce [además de que] era necesaria una élite política sabia para poder ofrecer resistencia ante las demandas egoístas de los capitalistas más poderosos, ávidos de enriquecerse mediante los monopolios incluso a costa de destruir el funcionamiento beneficioso y dinámico del mercado”. (Hall e Ikenberry, 1993: 14-15).

al reformador, cuyos objetivos son alentar la inversión privada, realizar inversión pública en infraestructura y ‘desarrollo social’”. (Zarur, 1994).

La transformación del Estado y la aplicación del nuevo modelo –que ha beneficiado a los grandes empresarios de todas las ramas económicas- agudizó el desgaste del régimen priista y por esa causa durante los sexenios de los presidentes Miguel de la Madrid (1982-1988), Carlos Salinas (1988-1994) y Ernesto Zedillo (1994-2000) se recompuso la alianza del régimen con los dueños de las concesiones radiales y televisivas en medio de un cambio fundamental de la correlación de fuerzas entre ambas partes y de una paradoja. El cambio consistió en que la vieja alianza se había construido sobre la base de un régimen muy fuerte y de empresarios de medios electrónicos que eran débiles en las primeras etapas del desarrollo de sus industrias, pero cuando se recompuso la alianza ya eran ellos quienes mostraban fortaleza ante un régimen político decadente que requería el control férreo de la comunicación política para evitar la disidencia. La paradoja que enfrentaron tanto el régimen como el sector empresarial de los medios electrónicos es que aun cuando coincidieran ideológicamente, ello no implicaba una coincidencia política.

Ideológicamente, los dueños de las concesiones y el régimen priista coincidieron en que el Estado debería tener una participación sumamente restringida en la industria de la radio y la televisión. En eso no hubo problema. Empero, la cuestión de la libre competencia que es pieza fundamental del nuevo modelo económico puso al régimen en un dilema ya que el oligopolio sólo deseaba la apertura de los mercados al exterior para asociarse con capitales internacionales, pero ha rechazado siempre la competencia en el mercado interno porque afecta sus ganancias. De esta suerte, el nuevo talante liberal del régimen priista en lo económico no podía tener exactamente su contraparte en lo político. En primer lugar porque a pesar de su discurso modernizador el autoritarismo seguía siendo su rasgo distintivo, notoriamente en cuanto a la liberación de la comunicación política, y en segundo lugar porque su decadencia producía dos efectos contradictorios: impelido a satisfacer a sus aliados de los medios electrónicos con el fin de que lo apoyaran, no tenía suficientes márgenes de acción para complacerlos del todo por los reclamos democráticos de la sociedad en contra del oligopolio. Todo ello redundó en un conjunto de decisiones que trataban de mantener el equilibrio de una alianza en la cual el poder político se subordinó cada vez más al poder de los medios electrónicos, en especial la televisión.

Así que en esta nueva etapa -en la cual se dio un acelerado desarrollo de las tecnologías en telecomunicaciones y se inició la internacionalización de la televisión privada- hubo marcha atrás en el proyecto estatal que había surgido en los setenta para la televisión y en el impulso que se le había dado a la radio pública. Aunque al inicio de su sexenio Miguel de la Madrid reestructuró los recursos de comunicación social del Estado y creó en marzo de 1983 el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISIÓN) y el Instituto Mexicano de Cinematografía, (IMCINE), el resto de su período presidencial fue crítico para los medios electrónicos públicos.

Si bien no fue privatizada por diversos motivos, entre ellos el que realmente había logrado ofrecer una alternativa atractiva en el cuadrante y tenía una audiencia muy atenta, el caso de Radio Educación es emblemático del cambio ideológico y económico ocurrido en el régimen priista que se puede analizar a partir de su historia reciente y no la del Instituto Mexicano de la Radio, del que no forma parte.<sup>4</sup> Esta emisora depende directamente del gobierno federal y de 1983 a 1988 enfrentó graves conflictos internos debido a una crisis presupuestal, a la diferencia de criterios en materia de contenidos entre su dirección general y los trabajadores, y al ataque a los derechos laborales de estos últimos.<sup>5</sup> En ese y durante los siguientes dos sexenios, Radio Educación estuvo en una precaria situación económica que la obligó a ya no tener corresponsales para sus noticieros y a sobrevivir por el ingenio de sus trabajadores y las relaciones construidas en años anteriores.<sup>6</sup>

La llegada de Carlos Salinas de Gortari a la presidencia de la República en 1988 implicó un reto para Radio Educación porque allí hubo clara conciencia de que la línea del gobierno era “reformarse o desaparecer” y de que el “fantasma privatizador se expandía velozmente en las emisoras estatales y culturales de todo el país”. (León López, 2004: 105). Sin embargo, con Manuel Bartlett al frente de la SEP y Víctor Flores Olea como primer

---

<sup>4</sup> El IMER fue creado a partir de que el Estado mexicano quedó como titular de las concesiones de las estaciones de radio XEB, XERPM y XEMP, anteriormente propiedad de Radio Fórmula. (León López, 2004: 97).

<sup>5</sup> En julio de 1987, la SEP y el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación modificaron la situación de 61 integrantes de la delegación sindical de la emisora de “trabajadores de base” a “empleados de confianza”, “lo cual provocó el mayor punto de fricción entre los directivos y los sindicalistas, quienes se veían amenazados con el despido”. (León López, 2004: 99 y 103).

<sup>6</sup> A pesar de su situación económica a mediados de los ochentas, la cobertura informativa en el área de noticias de Radio Educación aumentó en lugar de disminuir y abarcaba gran parte del ámbito nacional pues más de 60 estaciones de radio culturales y/o universitarias se enlazaban con ella. En el panorama internacional, contó con la colaboración de corresponsales, colaboradores y agencias de noticias alternativas. (León López, 2004: 99-100)

presidente del recién creado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Radio Educación obtuvo apoyos que le permitieron modernizarse. A pesar del abandono presupuestal del gobierno, Radio Educación y las estaciones del IMER no fueron privatizadas por Carlos Salinas, pero la televisión pública sí.

El Instituto Mexicano de Televisión estaba formado por el Canal 13, la red nacional de Canal 7 con 99 repetidoras y cuatro canales locales: el Canal 22 de la ciudad de México, el 8 de Monterrey, el 2 de Chihuahua y el 11 de Ciudad Juárez, además de sistemas de televisión regional en Michoacán, Tabasco, Hidalgo, Veracruz, Sonora, Guerrero y Quintana Roo. (León López, 2004: 97). A excepción del Canal 22 que se sostuvo como emisora pública a petición de un amplio grupo de intelectuales, todo pasó a manos de Ricardo Salinas Pliego en 1993.

En el gobierno de Carlos Salinas (1988-1994) se consolidó la alianza entre el régimen priista y el oligopolio de los medios electrónico en un contexto político diferente a causa de que su elección fue cuestionada por la oposición. Su principal contendiente en las elecciones había sido Cuauhtémoc Cárdenas, candidato del Frente Democrático Nacional que se formó con el ala nacionalista del PRI y diversos partidos y grupos de izquierda; menos de un año después surgió un nuevo partido con la mayoría de los integrantes de ese frente: el Partido de la Revolución Democrática (PRD). No era una más de las divisiones internas que había tenido el partido oficial a lo largo de su existencia, sino una ruptura en el régimen político que también sufriría una recomposición. Aunque el derechista Partido Acción Nacional (PAN) también puso en duda la legitimidad de la elección por la cual Carlos Salinas accedió a la presidencia de la República, en los hechos estableció una alianza con el gobierno salinista porque ya no había una disputa ideológica importante entre ambos. Sin embargo, sí había –como en el caso del oligopolio de la radio y televisión por otras razones- una disputa política por los puestos de representación popular y en general por el poder político que obligaron al PRI a compartirlo con el PAN, mientras el PRD, marginado durante el gobierno de Carlos Salinas, luchaba por sobrevivir en sus primeros años.

De este modo, en el gobierno salinista se estableció una alianza PRI-PAN que fortaleció coyunturalmente al régimen todavía vigente entonces, el cual continuaba sostenido por las dos instituciones que eran sus columnas (el partido oficial y la presidencia de la

República), sólo que ahora el PRI necesitaba al PAN, su antiguo opositor. Esa fortaleza readquirida le permitió a Carlos Salinas concretar la venta de IMEVISIÓN.

Aunque impulsar una nueva cadena de televisión pareció una medida positiva porque rompería el monopolio de Televisa, la creación de TV Azteca en 1993 se dio sin ninguna transparencia en el proceso de licitación del paquete de medios propiedad del gobierno. Si bien se convocó a un concurso nacional en el que participaron cinco proyectos para comprar la cadena televisiva, “nunca se supo cómo se tomó finalmente la decisión [y] quedan muchas dudas respecto de su legitimidad” ya que después se supo que Raúl Salinas, hermano del presidente, “hizo un préstamo multimillonario al empresario Salinas Pliego, seguramente para que completara el monto ofrecido y se ‘metiera los canales a su bolsillo’”. (Orozco, 2002, 227-228).

La venta de IMEVISIÓN en julio de 1993 fue justificada por el régimen priista con casi los mismos argumentos, en gran medida lógicos, que utilizó para todas las privatizaciones: era ineficaz y tenía un alto costo para el Estado. La explicación de la ineficacia y alto costo de IMEVISIÓN también podría ser la misma para la mayoría de las empresas del Estado bajo el régimen priista: porque careció de un proyecto propio, tuvo erróneas administraciones, había corrupción, conflictos laborales y otros problemas que le impedían cumplir el propósito para el cual había sido creado, por lo que casi desde su inicio estuvo endeudado. No obstante, otra explicación de la situación crítica que culminó con la venta de la empresa estatal de televisión es que no tenía ingresos porque sus tarifas publicitarias estaban congeladas desde 1987. (Alva de la Selva, 2003). Es decir, el gobierno no estaba interesado en impulsar la empresa estatal de televisión.

Dado que no hubiera sido políticamente correcto que la familia Azcárraga participara en la subasta de IMEVISIÓN y en lo que no puede entenderse sino como un acuerdo político y económico con el gobierno, Televisa no contendió en la subasta de las empresas televisivas estatales pero pocos meses después fue beneficiada por Carlos Salinas. Sin ningún tipo de concurso obtuvo para su empresa Radiotelevisión de México Norte otro paquete de 62 concesiones que utilizó para la red nacional del Canal 9. Tal vez por ese motivo, la investigadora Alma Rosa Alva de la Selva afirma que durante el sexenio salinista Televisa “funcionaba, cual TV de gobierno, en favor del partido oficial”. (Alva de la Selva, 2003).

La conclusión final fue que, por un lado, TV Azteca no cumplió con las expectativas de algunos en el sentido de que se convirtiera en una auténtica competencia televisiva en México debido a que “muy pronto, con el entretenimiento como ingrediente esencial, la ‘TV de bajo costo’ y la rentabilidad como divisas únicas, la empresa de Salinas Pliego se mimetizó con la forma de hacer televisión del consorcio de Azcárraga, sin ofrecer diversidad ni diferencia alguna”. (Alva de la Selva, 2003). Por otro lado, se había dicho que los canales 11 y 22 darían “continuidad a la presencia estatal” en la televisión, pero el Canal 11 tuvo lo que la misma investigadora llama “trayectoria de sobrevivencia” en ese mismo sexenio; en lo que respecta al Canal 22, retrasó sus transmisiones por la falta del presupuesto necesario. (Alva de la Selva, 2003).

Una vez reducida al mínimo la intervención del Estado en la industria de los medios electrónicos, en el tramo final del régimen priista se rectificó una ley que amplió las posibilidades de crecimiento de los dueños de las concesiones de la radio y la televisión. Así, en enero de 1995 el presidente Ernesto Zedillo (1994-2000) decidió reformar el artículo 28 constitucional para cambiar la definición de la comunicación vía satélite como actividad estratégica exclusiva del Estado que había hecho su antecesor Miguel de la Madrid en diciembre de 1982. La reforma fue aprobada en mayo de 1995 con el apoyo del PRI y el PAN en el Congreso de la Unión y se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el 7 de junio del mismo año. Desde entonces la comunicación vía satélite fue definida como una "actividad prioritaria", es decir, no estratégica, que “permite al capital privado participar en la propiedad y operación de esos artefactos espaciales”. (Mejía Barquera, 1998).

En cuanto a los medios públicos, en México se han entendido tradicionalmente “como predominantemente gubernamentales, financiados con recursos fiscales y al servicio de los gobiernos en turno, lo cual resulta una clara distorsión del concepto de medio público” (Suárez Tello, 2016).

El 14 de julio de 2014, el gobierno federal expidió la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, misma que fue objeto de numerosos análisis en los medios de comunicación. Se observó que estas leyes reafirmaron la ausencia de competitividad de los medios públicos, y dieron mayor poder comercializador a medios comerciales. Además, con esa reforma los medios de

comunicación públicos en México no tienen independencia de gestión en cuanto a su presupuesto, y están completamente alejados del modelo europeo de medios públicos, en el cual estos cuentan con un ingreso físico que no depende de un interés político o una coyuntura (Suárez Tello, 2016).

### **La reforma en telecomunicaciones y radiodifusión**

La reforma constitucional realizada en el primer semestre de 2013 respondió a muchas de las demandas de democratización de los medios.<sup>7</sup> El Artículo 6o. fue ampliado para incluir el derecho de réplica y sobre el derecho a la información se precisó que además de la obligación del Estado para garantizarlo, todas las personas tendrían derecho “al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.” Adicionalmente, el Estado también se comprometió en el artículo 6o. a garantizar “el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet”, para lo cual establecería condiciones de competencia efectiva en la prestación de esos servicios.<sup>8</sup>

La reforma del Artículo 6o. señala puntualmente el compromiso del Estado en el diseño de una política de inclusión digital universal, con metas anuales y sexenales para garantizar que la población se integre a la sociedad de la información y el conocimiento. Y dado que las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general, se convirtió en norma constitucional que el Estado garantice que los primeros sean prestados “en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias” y que, además de competencia y calidad, la radiodifusión “brinde los beneficios de la cultura a toda la

---

<sup>7</sup> El presidente Enrique Peña Nieto publicó el 10 de junio de 2013 el decreto que le envió el 22 de mayo anterior la Comisión Permanente de Congreso de la Unión, después de que las reformas fueron aprobadas por los diputados y senadores, así como por la mayoría de las legislaturas de los estados.

<sup>8</sup> Se conservó la redacción del primer párrafo del Artículo 6o.: “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.” (DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones. *Diario Oficial de la Federación*, 11 de junio de 2013).

población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional”, con lo que contribuirá a los fines educativos establecidos en el Artículo 3o. de la Constitución.<sup>9</sup>

Otras medidas que garantizarán el ejercicio del derecho a la información son: prohibir la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; establecer los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, de las audiencias, así como los mecanismos para su protección; y, finalmente, establecer un organismo público descentralizado y autónomo con objetivos muy claros que precisaban los valores democráticos de la Constitución.<sup>10</sup>

Por su parte, la redacción del Artículo 7o. fue reformado para modernizar la garantía de inviolabilidad de la libre difusión de opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio, y que la restricción de este derecho no pueda hacerse “por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones”. Asimismo, garantiza que ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del Artículo 6o. constitucional y que en ningún caso “podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito”.<sup>11</sup>

Por su parte, la reforma al Artículo 28 establece que el Estado cuente con una Comisión Federal de Competencia Económica (Cofeco) como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio para “garantizar la libre competencia y concurrencia, así como prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados”. Debido a los altos niveles de concentración en la radiodifusión y telecomunicaciones en México, este organismo es central en el futuro de estos sectores.

También se afirma al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que se dedicará al desarrollo

---

<sup>9</sup> *Ídem.*

<sup>10</sup> *Ídem.*

<sup>11</sup> *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 7o.*

eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones y tiene entre sus principales funciones la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones; ser la autoridad en materia de competencia económica en estos sectores y regular de forma asimétrica a los participantes en estos mercados; y otorgar la revocación de concesiones en esta materia. (CPEUM, Art. 28).

En cuanto al otorgamiento de las concesiones del espectro radioeléctrico, la reforma establecía que sería mediante licitación pública para asegurar la máxima concurrencia y el menor precio de los servicios, sin que el factor determinante para definir al ganador de la licitación fuera meramente económico. Las concesiones para uso público y social no tendrían fines de lucro y se otorgarían por asignación directa con garantías de transparencia en el procedimiento.

Las llamadas leyes secundarias se publicaron en un mismo decreto el 14 de julio de 2014 y son dos. Una es la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), que consta de 315 artículos. Precisamente al final del último artículo de esta ley se expidió la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (LSPREM), con 31 artículos propios.

A lo largo de los debates legislativos sobre las leyes secundarias, se expresaron agudas críticas de fuerzas políticas opositoras y de muchas organizaciones civiles compuestas por académicos y comunicadores expertos en el tema –en algunos casos con discusiones y propuestas planteadas hacía décadas- frente a lo que consideraban debía ser su contenido para respetar las reformas constitucionales decretadas en junio de 2013. La inconformidad ya se había mostrado desde que Enrique Peña Nieto presentó su iniciativa de ley y fue de tal magnitud que desde el 11 de abril de 2014 se constituyó un Frente por la Comunicación Democrática.

En el documento público para convocar a esa reunión se afirmaba que la iniciativa presidencial, entre otras razones negativas, no promovía una competencia efectiva en los servicios de radiodifusión, dejaba intocado el duopolio de la televisión abierta, y le permitía a Televisa seguir concentrando en la televisión de paga. Respecto a los medios públicos, la iniciativa ignoraba por completo los lineamientos establecidos en la reforma constitucional para impulsar un sistema de medios públicos democráticos, con independencia editorial y

opciones de financiamiento. En los medios públicos y de uso social se encuentra el verdadero equilibrio y contrapeso al modelo mercantilista de la radiodifusión. (AMEDI, 2014)

Sobre la base de las contradicciones que hallaron entre la reforma ya aprobada constitucionalmente y la iniciativa presidencial de leyes secundarias, el Frente por la Comunicación Democrática anunció que recurrirían a la Suprema Corte de Justicia de la Nación para que resolviera la inconstitucionalidad de la propuesta de Enrique Peña Nieto en caso de ser aprobada. Esto no fue posible, a pesar de que la iniciativa presidencial pasó los trámites legislativos para convertirse en leyes sin mayores cambios.

El debate en el Senado de la República tuvo como argumentos centrales el apoyo o la oposición a la iniciativa presidencial según se alinearan con el monopolio de radiodifusión (Televisa) o con el de telecomunicaciones (Telmex), en lugar de pensar en las audiencias y los consumidores.<sup>12</sup> Los argumentos favorables indicaban que con la ley se eliminarían costos telefónicos por larga distancia fija y móvil, se reducirían abusos y arbitrariedades en los servicios de telecomunicaciones, habría más oferta de contenidos en televisión a través de la multiprogramación, se fortalecería el IFT y se lograría el *must carry/must offer*.<sup>13</sup> Los argumentos en contra giraron en torno a que se debilitaría al IFT en materia de competencia, vigilancia y sanción de contenidos; no habría regulación de la propiedad cruzada; habría mayor concentración de una televisora en el mercado de la TV de paga; se privilegiaría a una televisora con la definición de preponderancia por sector, no por servicios; y, por último, que habría medidas asimétricas fuertes a telecomunicaciones y débiles a radiodifusión. (Guerrero y Salazar, 5 de julio 2014).

A pesar de las críticas, algunos aspectos positivos en la legislación aprobada fueron la supresión de tarifas para las llamadas de larga distancia nacional fija o móvil a partir del 1º de enero de 2015; gratuidad de la portabilidad (el derecho del usuario a conservar su número telefónico al cambiar de compañía); inclusión de derechos de las audiencias (deber de difundir contenidos que respeten los derechos humanos y distinción clara entre programación y publicidad, y entre información y opinión; y la posibilidad de dos nuevas

---

<sup>12</sup> Claudia Guerrero y Claudia Salazar, “Aprueban facilito”, *Reforma*, 5 de julio de 2014.

<sup>13</sup> *Must carry* se refiere a la obligación que tienen las empresas de televisión restringida (por cable o satelital), de incluir los canales de TV abierta en las señales que transmiten a sus suscriptores, siempre que el concesionario de dicho canal lo solicite. Correlativamente, *must offer* se refiere a la obligación de los concesionarios de TV abierta de ofrecer sus señales de televisión a todos los concesionarios de televisión restringida que lo soliciten. ([http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Must\\_carry\\_must\\_offer.php](http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Must_carry_must_offer.php)).

cadena de televisión abierta que tendrían acceso a la infraestructura del agente preponderante en radiodifusión. (Editorial, 2014).

No obstante, debe señalarse que la ley establece criterios o disposiciones contrarios a la libertad de expresión y al derecho a la privacidad de los usuarios ya que hace posible, incluso sin mandato judicial, que las autoridades soliciten a los concesionarios de telefonía la geolocalización de dispositivos móviles cuando se sospeche de vínculos con actividades delictivas y también los obliga a llevar un registro de las comunicaciones de sus usuarios, “el cual podrá ser consultado por las autoridades, lo que abrirá un margen indeseable para la vigilancia masiva y arbitraria de particulares”. (Garduño y Méndez, 2014: 5). Pero la crítica más importantes es que esta legislación puede perpetuar y fortalecer el predominio empresarial sobre el espectro radioeléctrico, violentando así la libertad de información y el acceso de otros sectores a ella, además que circunscribe la competitividad y apertura de las telecomunicaciones al ámbito de los capitales, “y profundiza, en esa medida, la desproporción existente entre los medios privados y los medios públicos y sociales”. (Editorial, 2014).

Al respecto, especialistas en el tema y algunos legisladores solicitaron modificar las reglas de financiamiento de los medios públicos para permitirles comercializar más espacios con el fin de aumentar sus ingresos; sin embargo, la solicitud fue rechazada al establecerse que la principal fuente de recursos de ese tipo de medios sería el presupuesto del erario y que sólo podrían ofrecer espacios de cinco segundos en un formato no comercial a los posibles patrocinadores. En cuanto a los medios sociales (comunitarios e indígenas), igualmente se pidió que fueran ampliadas sus facultades para que pudieran comercializar espacios y generar más ingresos por publicidad. Al final se resolvió que podrían vender espacios pero solo a dependencias federales, estatales o municipales, las cuales se obligan a destinar únicamente 1% de sus respectivos presupuestos para comunicación social.<sup>14</sup>

De este modo, los medios que son propiedad del Estado fueron puestos en desventaja económica, tecnológica y operativa, al igual que los medios comunitarios e indígenas y los que son operados por instituciones de educación superior, estos últimos a causa de que se les

---

<sup>14</sup> Además, se estableció que a los medios comunitarios e indígenas se les reservará en FM la banda que va de los 88 a los 108 MHz, y en AM la que va de los 1,605 a los 1,705 KHz, espectros considerados insuficientes por algunos especialistas. (CNN, 2014).

condena al atraso tecnológico porque no podrán solicitar subsidios para la transición digital. (Editorial, 2014).

Sin embargo, habría que rescatar una norma surgida en la reforma constitucional que abriría la posibilidad de una nueva política para los medios públicos. En el artículo décimo transitorio, se estableció que los medios públicos que presten el servicio de radiodifusión deberían “contar con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales”. (CEPEUM, 2013).<sup>15</sup> Aunque no se tomó en cuenta en las leyes secundarias, este planteamiento constitucional debería ser válido para todos los medios públicos y así conseguir que sean de Estado y no dependan del gobierno en turno.

### **Proyecto morenista de medios públicos y primeras acciones de gobierno**

Desde su “Declaración de principios”, el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) señala que para crear conciencia ciudadana es útil la batalla de las ideas, la discusión abierta y plural, por lo cual los debates públicos sirven para el aprendizaje colectivo sobre los problemas del país y las posibles alternativas. También se declaraba en contra de la propaganda manipuladora, a la que se debía contrarrestar activamente para hacer valer el derecho a la información veraz. Lo ideal, establecía, era que cada morenista se convirtiera “en un medio de comunicación para informar al pueblo y lograr la participación de los ciudadanos, [para lo cual] es fundamental la democratización de los medios de comunicación y el despliegue de medios propios”. (MORENA, 2014).

Esta declaración llevaba implícita la reiterada queja de lo que AMLO llamaba “cerco informativo” de las grandes empresas de medios a su lucha política, especialmente la radio y televisión concesionada. A lo largo de las últimas tres décadas López Obrador fue probablemente el político más atacado por la prensa mexicana y estuvo permanentemente

---

<sup>15</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, “DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 195 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones”, *DOF*, 11 de junio de 2013.

confrontado con los “grandes medios”, en especial contra el duopolio formado por las dos cadenas dominantes de televisión TV Azteca y Televisa.

En una síntesis de esa mala relación el periodista Ernesto Núñez relató que desde 1988, cuando AMLO abandonó al PRI y fue candidato del Frente Democrático Nacional a la gubernatura de Tabasco, enfrentó a medios informativos acostumbrados a encumbrar a los priistas y boicotear a los opositores. También fue atacado más adelante, en 1994, en su segunda campaña para gobernador frente a Roberto Madrazo, quien aliado con la prensa gastó millones de pesos con el objetivo de avasallar a su movimiento, y lo mismo sucedió al final de la década de los 90 como dirigente nacional del PRD. A partir del año 2000 fue jefe de gobierno del Distrito Federal y desde ese puesto político –el segundo más importante en México por muchos años– “enfrentó y denunció el complot ordenado por Vicente Fox en su contra”. El punto culminante del trato negativo de los medios a AMLO se dio en el proceso electoral de 2006 ya que entonces las televisoras junto al gobierno, el PAN y Felipe Calderón, buscaron aniquilarlo con el mensaje de campaña de que él era “un peligro para México”. (Núñez, 2019).<sup>16</sup>

Se entiende entonces que fuera central para MORENA luchar por la democratización y el acceso a los medios de comunicación masiva. En el “Programa” de este instituto político se plantea como inaceptable que el control de la televisión y radio esté en unas cuantas empresas “y administren la ignorancia en el país en función de sus intereses [con el fin de] imponer gobernantes para el beneficio de sus empresas”. (MORENA, 2014). Además, MORENA se proponía garantizar el derecho a la información y el acceso de toda la población a los medios de comunicación.

Para ese partido-movimiento radio y televisión son servicios públicos de interés nacional que son esenciales para el desarrollo cultural y social de la población, razones que lo llevan programáticamente a plantear la necesidad de establecer medios públicos que estuvieran en manos de la sociedad con el objeto de garantizar tanto el derecho a la información, como que se reflejara así la pluralidad política, étnica, social y cultural de los

---

<sup>16</sup> El nuevo modelo de comunicación política producida por la reforma de 2007 no pudo impedir la decisiva injerencia de las empresas televisoras que durante el sexenio de Felipe Calderón forjaron la candidatura presidencial del gobernador del Estado de México, Enrique Peña Nieto. En 2012, López Obrador nuevamente fue “blanco de la crítica, la víctima de una operación de priistas, panistas y medios de comunicación para cerrarle el paso”. (Núñez, 2019).

mexicanos. En su programa, MORENA propuso “garantizar el funcionamiento de medios comunitarios, como radios y televisiones locales y regionales que permitan el acceso y el manejo de estos medios a pueblos indígenas, campesinos, jóvenes, además de escuelas y centros culturales”. Por último, señalaba que lucharía por garantizar como un derecho ciudadano el acceso universal a Internet. (MORENA, 2014).

Si bien es muy poco tiempo el que ha transcurrido desde que empezó a trabajar el gobierno morenista y no pueden sacar conclusiones todavía acerca de sus resultados, “uno de sus signos sin duda más prometedores en materia de comunicación social es que por primera vez en la historia, quienes durante décadas demandaron consistentemente mejores medios públicos, ahora han sido nombrados para presidirlos, y tengan el timón en sus manos”. A fines de enero de 2019, el presidente López Orador anunció los nombramientos “celebrados por la comunidad académica y el gremio periodístico, por ser personajes vinculados a los derechos a la información y de las audiencias”. (Karam, 2019: 6).

Como director general del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano nombró a Jenaro Villamil Rodríguez, quien debía ser ratificado por el Senado de la República y logró el voto unánime de 101 legisladores. Nacido en Mérida en 1969, se ha dedicado principalmente al análisis de los medios de comunicación y publicado varios libros sobre la materia: *La caída del telepresidente*, 2015; *Ciberdisidencias*, 2014; *Peña Nieto: el gran montaje*, 2012; y *Si yo fuera presidente. El reality show de Peña Nieto*, 2009. Ejerció como reportero en diversos periódicos como *El Financiero*, *La Jornada* y *Proceso*. Dirige también el portal *Homozapping* y es profesor de la Maestría en Periodismo Político de la Escuela Carlos Septién García. (La Razón Online, 14 de febrero 2019).

Al frente del IMER, Aleida Calleja tiene una larga trayectoria como defensora de las olvidadas radios comunitarias y ha sido participante del consejo ciudadano del IMER, del consejo consultivo de la organización canadiense Freedom Expression, fundadora y directora de la radio indigenista de la Sierra Norte de Puebla, y vicepresidenta de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

En el Canal 22 fue designado como director general Armando Casas, realizador, productor, guionista y académico que fue director del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC) entre 2004 y 2012, de TV UNAM de 2016 a 2019, y es miembro de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas.

Gabriel Sosa Plata fue nombrado director de Radio Educación después de años de luchar por la defensa de los derechos de las audiencias y participar en organizaciones sociales como la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Artículo 19, Observatel y el consejo de participación ciudadana de la estación de radio que dirigirá a partir de este año.

La periodista regiomontana Sanjuana Martínez será responsable de Notimex, la agencia de noticias del Estado mexicano después de una exitosa carrera en *La Jornada*, *Proceso* y el portal de noticias *Sin embargo*. Su trabajo ha abordado temas como los migrantes y los casos de pedofilia dentro de la iglesia católica, por los cuales ganó el Premio Nacional de Periodismo en 2006.

Por último, se debe señalar que hasta julio de 2019 no se había nombrado al responsable de TV Educativa y que el nombramiento de José Antonio Álvarez Lima como director de Canal Once no fue bien recibido por el gremio de los comunicadores. Aunque en 1978 dirigió Radio Educación y últimamente fungía como presidente de la Comisión de radio, TV y cinematografía en el Senado de la República, es quien menor experiencia tiene en la materia pues ha dedicado su vida a la política profesional. (Karam, 2019).

Sin embargo, los nuevos responsables de los medios públicos parecen estar preparados para afrontar los retos más visibles que se presentan en esta coyuntura pero que se han forjado durante décadas: atraer nuevas y mayores audiencias en medio de una fuerte competencia no solo con la radio y tv comercial, sino con las redes socio digitales que fascinan a los jóvenes; diversificar sus formas de financiamiento a pesar de seguir dependiendo de los ingresos públicos; “ofrecer producciones de calidad que se articulen a políticas públicas y ayuden a la visibilidad de actores sociales; difundir valores culturañes de las comunidades, y convertirse en vitrina de lo que implica la modernidad cultural en su sentido más amplio”. (Karam, 2019: 7).

Una parte importante de lo que se pretende impulsar en los medios públicos durante este sexenio se encuentra en el acuerdo sobre política de comunicación social del gobierno federal. Considera en primer lugar la norma marcada por el artículo 134 constitucional acerca de que la propaganda difundida por los poderes públicos, órganos autónomos, dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberán tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social,

y que, en ningún caso, tal propaganda podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos “que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público”. (DOF, 17 de abril 2019).

En segundo lugar, considera que la propaganda gubernamental no deberá ser engañosa, incitar a error o ser utilizada para fines distintos de la comunicación social, por lo tanto deberá ser clara e identificable. Asimismo, no debe inducir a confusión con los símbolos, ideas, voces o imágenes empleadas por cualquier partido político –y aquí está incluido MORENA- u organización social.

Además, entre los considerandos se plantea que la estrategia de comunicación social del gobierno federal tiene que estar alineada con los principios básicos de austeridad, honestidad y combate a la corrupción. Por lo anterior, habrá una disminución del gasto en esta materia, se aprovecharán los tiempos oficiales al 100 por ciento y se optimizarán los recursos humanos, materiales y financieros disponibles en cada una de las áreas de comunicación social del gobierno federal, incluyendo a la coordinación general de comunicación social y la vocería. El objetivo que se busca con la implementación de estas medidas de austeridad es que el límite del gasto en publicidad institucional no rebase en ningún ejercicio fiscal el 0.1 por ciento del Presupuesto de Egresos de la Federación que apruebe el poder legislativo. (DOF, 17 de abril 2019).

Pero sigue pendiente que jurídicamente se reconozcan las diferencias entre comunicación pública, gubernamental y oficial con el fin de que no se confundan mañosamente. El sano desarrollo de SPREM como medio de comunicación de Estado requiere de tal precisión para permitir “que este organismo independiente se pueda manejar como canal oficial, y en consecuencia, sea utilizado con fines políticos de respaldo propagandístico”. (Esteinou, 2019: 10).

La tentación de cualquier político es difundir su imagen para ser más conocido y “posicionarse” mejor que otros y por esa razón los medios públicos tienen el enorme reto de responder con su función de servicio para impulsar la construcción de una ciudadanía libre, plural, diversa y democrática en México.

Además, el ejercicio de gobierno implica un desgaste para quienes se dedican a él y ese ha sido el caso del presidente López Obrador en el caso concreto de los medios públicos, donde a menos de un año de gestión ha cometido dos errores cuya magnitud implicó la

corrección casi inmediata. Uno fue el escándalo producido por el anuncio del inminente despido de 240 trabajadores del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) ya no serían recontratados a partir de julio de 2019, fecha en que vencía el contrato de personal *freelance* y por honorarios, debido al recorte en el presupuesto ordenado por el gobierno en su plan de austeridad. Así, la barra de programación en todas las emisoras del Instituto se verían afectadas por la ausencia de colaboradores muy apreciados por las audiencias a causa de su experiencia en música, y de personal operativo cuya labor es indispensable. (Poy, Román y González, 2019: 14).

Ante el tamaño de la inconformidad –renunció el periodista Ricardo Raphael por ese motivo y hubo muchas muestras de solidaridad con los amenazados por el despido–, AMLO reaccionó resolviendo el caso con mucha prontitud. Aunque él señaló en su conferencia mañanera que desconocía los ajustes, pero que se revisarían en caso de existir, aseguró que no habría despidos, pero su vocero Jesús Ramírez Cuevas señaló que tampoco habría más presupuesto. Más tarde, la intervención de altos funcionarios del gobierno federal consiguió que se ampliara el presupuesto en 19.3 millones de pesos para la contratación de colaboradores, según anunció Jenaro Villamil, titular del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano. (Urrutia y Jiménez, 2019: 7).

El siguiente error del gobierno se suscitó en la agencia de noticias del Estado mexicano, Notimex, porque allí la directora general Sanjuana Martínez despidió a trabajadores que protestaron por ello afuera de Palacio Nacional. El presidente Andrés Manuel López Obrador instruyó a su vocero para que los atendiera, pero respaldó a la directora ya que, señaló, “un buen periodista no es capaz de cometer una injusticia”. De cualquier forma, prometió que se indagaría la manera en que se dieron los despidos y si eran ciertas las denuncias de los trabajadores acerca del uso de policías para sacarlos y de que se les amenazaba, y se demostraba la acción de injusticia con pruebas, “se rectifica, se ofrece disculpas y hay sanciones”.(Muñoz y Jiménez, 2019).

En resumen, aun cuando es todavía pronto para sacar conclusiones de la política del gobierno federal hacia los medios públicos en esta nueva etapa de la democracia mexicana, y a pesar de que los funcionarios designados para ocupar los cargos directivos tenían todas las credenciales para llevar a cabo su trabajo con éxito, ha habido errores que pueden ser costosos en tan poco tiempo de gestión.

## Bibliografía

Alva de la Selva, Alma Rosa, “Quince años de televisión en México. De la expansión a la cúpula del poder”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 83, septiembre-octubre 2003, disponible en <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx> (consultado el 7 de abril de 2009).

AMEDI, Asociación Mexicana de Derecho a la Información, 2014, <http://www.amedi.org.mx/campanias/comunicados/867-la-contrarreforma-en-telecomunicaciones-de-pena-nieto> (consultado el 6 de noviembre de 2014).

CNN, 7 de septiembre 2014, <http://mexico.cnn.com/nacional/2014/07/09/20-puntos-clave-en-las-nuevas-leyes-sobre-telecomunicaciones> (consultado el 6 de noviembre 2014).

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, “DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 195 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones”, *DOF*, 11 de junio de 2013.

DOF, “ACUERDO por el que se establece la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal”, *Diario Oficial de la Federación*, 17 de abril de 2019, <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/456223/> (consultado el 18 de abril de 2019).

Editorial, “Telecomunicaciones: reforma empresarial”, *La Jornada*, 10 de julio de 2014.

Esteinou Madrid, Javier, “El SPREM, una nueva alternativa de televisión en México: en defensa del proyecto”, *Zócalo*, abril de 2019, p. 10.

Fernández C., Fátima, “Información: el discurso del poder monopolista. Alternativas para la izquierda”, en Espinosa, César H. *et al.* (coords.), *Ideología y comunicación política*, Quinto Sol-STUNAM, México, 1981.

Garduño, Roberto y Méndez, Enrique, “Pasan sin cambios las leyes secundarias en San Lázaro”, *La Jornada*, 10 de julio de 2014.

Guerrero, Claudia y Salazar, Claudia, “Aprueban facilito”, *Reforma*, 5 de julio de 2014.

Hall, John A. e Ikenberry, G. John, *El Estado*, Alianza Editorial, El Libro de Bolsillo, Núm. 1603, Madrid, 1993.

Karam, Tanius, “Medios públicos, ¿nuevas oportunidades?”, *Zócalo*, abril de 2019, p. 6.

La Razón Online, “PERFIL: Jenaro Villamil, nuevo director del Sistema Público de Radiodifusión”, 14 de febrero 2019, <https://www.razon.com.mx/mexico/perfil-jenaro-villamil-nuevo-director-del-sistema-publico-de-radiodifusion/> (consultado el 16 de mayo 2019).

León López, Felipe, “Radio Educación en la historia política y cultural de México”, en Camacho, Lidia, *Una historia hecha de sonidos. Radio Educación: la innovación del cuadrante*, Conaculta, México, 2004.

Mejía Barquera, Fernando, “Apuntes para una historia de la televisión mexicana”, *Revista Mexicana de Comunicación*, México, 1998, disponible en [http://www.video.com.mx/articulos/historia\\_de\\_la\\_television.htm](http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_television.htm) (consultado el 8 de abril de 2009).

Mejía Prieto, Jorge. *Historia de la radio y la T.V. en México*, Editores Asociados, S. de R. L., México, 1972, pp. 26 y 32

MORENA, “Declaración de principios”, en <https://morena.si/wp-content/uploads/2014/12/declaracion-de-principios-de-morena1.pdf> (consultado el 25 de mayo de 2019).

Muñoz, Alma E., y Jiménez, Néstor, “Instruye AMLO a vocero para atender a despedidos de Notimex”, *La Jornada*, jueves 4 de julio 2019.

Núñez Albarrán, Ernesto, “AMLO vs. la prensa”, <https://aristeguinoticias.com/1404/mexico/amlo-vs-la-prensa/> (consultado el 13 de junio de 2019).

Orozco, Guillermo, “La televisión en México”, en Orozco, Guillermo (coord.), *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, 2002.

Poy, Laura, Román, José Antonio y González Amador, Roberto, “Despide el IMER a 240 empleados debido a restricciones presupuestales”, *La Jornada*, miércoles 26 de junio 2019, p. 14.

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica. Relativo al contenido de las transmisiones en radio y televisión, 8 de marzo de 1973.

Suárez Tello, Eva María, “Medios públicos y educación. Un mecanismo de distribución del conocimiento para el fortalecimiento de la democracia”, *Revista Mexicana de Comunicación*, 31 de octubre de 2016, <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2016/10/31/medios-publicos-y-educacion/> (consultado el 8 de junio de 2019).

Urrutia, Alonso y Jiménez, Néstor, “Restituyen al Imer 19 millones de pesos para evitar despidos”, *La Jornada*, jueves 27 de junio 2019, p. 7.

Wolton, Dominique, *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*, 2ª ed., Gedisa, Barcelona, 1995, p. 23.

Young, K., *La opinión pública y la propaganda*, Paidós Studio, Núm. 69, México, 1991.

Zarur Osorio, Antonio, (a) “Gestión Estatal y televisión pública en México 1972-1993”, en *Gestión y Estrategia*, núm. 4, UAM-Azacapotzalco, julio-diciembre 1993, disponible en <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num4/doc6.html> (consultado el 8 de febrero de 2019).

Zarur Osorio, Antonio, (b) “La televisión estatal en la era del neoliberalismo: autosuficiencia y privatización, 1982- 1994”, en *Gestión y Estrategia*, núm. 6, UAM-Azacapotzalco, julio-diciembre 1994, disponible en <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num6/art9.html> (consultado el 8 de febrero de 2019).