



# En entredicho, la pluralidad editorial de medios públicos

Expertos critican que televisoras del Estado se convirtieron en aparatos propagandísticos. "Crearon programas, personajes, caricaturistas y analistas que se dedicaron a apoyar al gobierno actual", indican



La última emisión de *Chamuco TV* es señalada por los críticos, pues se entrevistó al Presidente, "su mesías y líder" en una "apología de la propaganda".



Jenaro Villamil, encargado del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, en el programa *Versiones Públicas*, en el que entrevista a Diego Prieto, director del INAH.



Una de las emisiones del programa *Leer, una hora inesperada*, que se transmite por Canal 14, tuvo como invitados a Citlali Hernández y a Gerardo Fernández Noroña.



Tamara de Anda dirige *Itinerario TV* en Canal Once, uno de los programas de medios públicos con enfoque cultural e informativo.

**CRISTOPHER CABELLO**

—adonal.cabello@clabsa.com.mx

Con la finalidad de informar verazmente a las audiencias y brindar contenidos culturales y educativos, los medios públicos en México se encuentran en medio de una discusión sobre sus líneas editoriales, las cuales dependen de los momentos políticos y los intereses de quienes manejan dichos medios, coinciden expertos consultados por esta casa editorial.

Y es que una de las finalidades de los medios públicos es cumplir con el derecho a la información plural y oportuna, "así como recibir información de toda índole por cualquier medio de expresión", esto de acuerdo con el artículo 6 de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

En los últimos años, los medios públicos se han transformado en aparatos propagandísticos afines al gobierno en turno, con barras de programación que incluyen mesas de opinión y discusiones a favor de ciertos sectores políticos, expresa Jorge Bravo, director de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información.

El problema, explica Bravo, es que los medios públicos no tienen independencia editorial porque el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) denota una intención clara de ser propagandista a favor de los líderes políticos de Morena.

El SPR, al ser el organismo que coordina a los medios públicos federales, entre los que se incluyen los canales televisivos Canal Once, Canal 22, Canal 14 y las emisoras Radio Educación y el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), es quien marca la pauta editorial.

"El SPR debería coordinarse con los medios, pero lo que hizo Jenaro Villamil, encargado del despacho del SPR, fue coordinar a los medios, eso quiere decir que los otros medios públicos federales se subordinaron a una directriz y a sus programas. Las alianzas no son negativas

si hablas de compartir recursos y capital, pero la alianza fue ideológica, política, fue hacer propaganda y eso se replica en los otros medios", expresa el especialista.

Un ejemplo de la problemática apunta Bravo, fue la cobertura electoral del 2 de junio. "Los medios públicos federales y el de la Ciudad de México (Capital 21) tuvieron una cargada a favor de la 4T, de sus líderes, de Morena. En los últimos años no vi independencia ni equilibrio en los contenidos informativos, y me avala el monitoreo del INE, que reportó que casi la totalidad de la cobertura fue a favor de Claudia Sheinbaum", apunta.

Contrario a Jorge Bravo, Ernesto Villanueva, doctor en Derecho a la Información por la Universidad Complutense de Madrid, destaca que en el sexenio actual se trabajó a favor de las audiencias, y expresa que la denominación de público está errada en México ya que, por ley, estos medios pertenecen al gobierno.

"Se vio un avance en la defensoría de las audiencias, eso es algo que se puede destacar. Pero no son medios públicos como en otros estados democráticos, son medios del gobierno, y carecen de un contrapeso interno que equilibre las distintas visiones de la realidad", explica.

Villanueva destaca que en el artículo 3 de la Ley Federal de Telecomunicaciones no se especifica el término "público". "Los llamados medios públicos no existen conceptualmente en la Constitución y en la ley en México, en virtud de que la Ley Federal de Telecomunicaciones no prevé en su artículo 3, dedicado a los conceptos, ninguno que se refiera a los 'medios públicos'".

Para Villanueva, el problema no radica en la falta de contenidos plurales o de independencia editorial, ya que estos "medios del Estado" no

**JULIO DI-BELLA**

Exdirector de Canal Once

**"Ponen a modo a estos conductores afines a las posturas políticas, denuestan a quien no piense igual, estuve 20 años en medios públicos y nunca vi algo así"**

**ERNESTO VILLANUEVA**

Doctor en Derecho a la Información

**No son medios públicos como en otros estados democráticos, son medios del gobierno, y carecen de un contrapeso interno que equilibre las distintas visiones de la realidad"**

tienen sanciones si no cumplen con ellos; el problema es su estructura en la ley.

"¿Qué pasa si no cumplen con el derecho a las audiencias? Absolutamente nada, porque ni en el artículo ni en la ley se establecen sanciones. Una obligación legal sólo existe cuando la conducta contraria a la establecida es condición para aplicar una sanción. Y aquí no se establece", explica el especialista.

Sobre el tema, Jorge Bravo expresa que todas las leyes requieren reglamentos o lineamientos para tener claro cómo poner en práctica los mandatos. "Yo diría que lo que falta es instrumentación sobre la independencia editorial", dice el profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

El camino para lograr la pluralidad de ideas, apunta Villanueva, es reformar la ley para establecer órga-



nos de dirección y control en los medios de comunicación.

"No es sorpresa su línea editorial, no tienen la obligación de tener esa cuota plural, por eso el Instituto Federal de Telecomunicaciones no ha sancionado a nadie, carece de atribuciones legales. Tendría que haber reformas legales, que se establezcan mecanismos claros de representación de las distintas fuerzas políticas y sociales, que deje de ser un asunto discrecional como lo es ahora", explica Villanueva.

#### El panorama

Emanuel Neubauer, profesor de Marco Jurídico de las Telecomunicaciones en la UNAM, expresa que los medios públicos han tenido aciertos, uno de ellos, muy representativo, es el esfuerzo de llevar la educación a casa en los momentos más críticos durante la pandemia de Covid-19.

"La televisión pública constituyó una serie amplia de contenidos que hasta hace unos años no era pensado verlos: los medios públicos fueron uno de los promotores de la educación en casa en la pandemia y eso es de destacarse, se pensó en innovar en planos culturales y educativos, eso se tiene que llevar adelante", apunta.

Sin embargo, subraya, la cobertura política del 2 de junio favoreció a la presidenta electa, Claudia Sheinbaum. "Según el INE, se dio más cobertura a una candidata que otra, eso le favoreció a Sheinbaum".

Sobre los programas de medios como el 22 y el Once, en donde se destaca el papel del gobierno y del Presidente, Neubauer opina que se deben incluir más voces.

Pero Jorge Bravo no ve avances, sino retrocesos.

Por ejemplo, citó, el último capítulo del programa *Chamuco TV*,

transmitido el domingo pasado, en donde los conductores entrevistaron al presidente Andrés Manuel López Obrador.

"Entrevistaron a su líder y mesías. Es apología de la propaganda. El Presidente se dejó entrevistar por tres cartonistas que lo adoran y aclaman, pero nunca se dejó entrevistar por periodistas. Esa emisión del *Chamuco* fue una caricatura de los medios públicos".

Acerca del camino que puedan tomar los medios públicos, Bravo prevé un panorama desalentador. "En todos los medios públicos, crearon una gama de programas, personajes, caricaturistas, analistas que dedicaron sus esfuerzos a apoyar al gobierno actual y les dieron poco presupuesto, así los subordinaron, porque saben que no van a elaborar contenidos de las secretarías cuando de eso dependen".

Sobre si habrá un cambio cuando la presidenta electa asuma el poder, Bravo apuntó que hay que analizar lo que se hizo en el canal Capital 21. "Sheinbaum, en la CDMX, estuvo totalmente dependiente a ese canal del gobierno, si eso hizo en la capital, qué podemos esperar del país, pero sí veo que usará a todos los medios para instaurar su segundo piso".

Julio Di-Bella, exdirector de Canal Once, expresó que, ante las miradas de otros países, los medios públicos generaron preocupación sobre la falta de imparcialidad y la inequidad de coberturas masivas.

Agrega que es lamentable que existan programas como *Chamuco TV* y *Me Canso Ganso*, donde se burlan de posturas ajenas al poder. "Creo que es un cinismo absoluto este tipo de programas, ponen a modo a estos conductores afines a las posturas políticas, denuestan a quien no piense igual, estuve 20 años en medios públicos y nunca vi algo así". ●