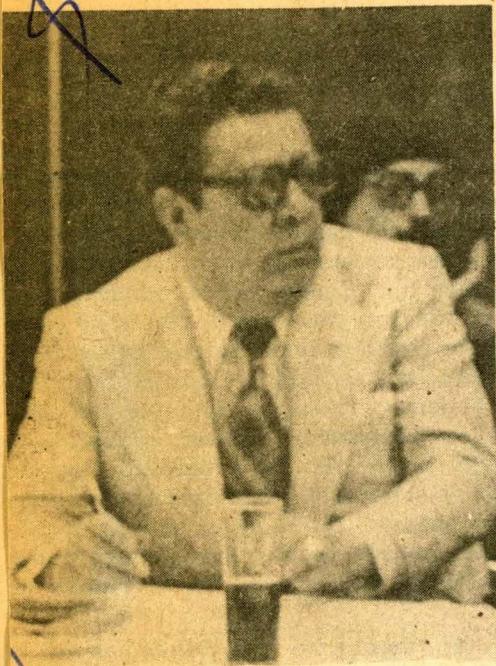


Las organizaciones del CT discutirán la creación de un canal de TV para obreros



RAMIRO RUIZ MADERO, coordinador del Congreso del Trabajo.

18/6/1981
artículo 28

* El coordinador del Congreso del Trabajo, Ramiro Ruiz Madero, expresó que es el pueblo, a través del Estado, el que debe decidir cómo se deben utilizar las concesiones.— Los medios de comunicación están prácticamente cerrados a las manifestaciones obreras, dijo Arturo Walley, del SUTIN

por Miguel A. RAMIREZ

“Los medios de comunicación masiva se han convertido en realidad en los medios de enajenación masiva, puesto que han colocado al hombre en una situación en la que sus actos personales están fuera de su control y por encima de sus propios intereses”, expresó Ramiro Ruiz Madero, coordinador del Congreso del Trabajo.

Además —dijo— los monopolios que actúan en nuestro país no sirven a la sociedad mexicana, por lo que consideró necesario que la clase obrera cuente con una estación de radio, de televisión, un periódico y de un cine, donde los trabajadores manifiestan sus ideas de avanzada revolucionarias.

Señaló que con excepción del 13 y 11, los demás canales de televisión están en manos de particulares y “sirven a intereses del imperialismo - capitalista y a la oligarquía nacional”.

Informó que el Congreso del Trabajo cuenta ya con un periódico que se edita mensualmente y con una estación de radio “Foro Obrero” donde se trasmitten programas netamente obreros y de tipo popular, pero hace falta la creación de un Canal de TV y un cine.

Dijo que en la próxima Asamblea Nacional del Congreso del Trabajo, las 34 organizaciones que lo integran seguramente discutirán la creación de un canal de televisión al servicio de las clases revolucionarias y populares.

Ramiro Ruiz Madero recalcó mucho en la enajenación que los medios de comunicación masiva provocan sobre los televidentes, sobre todo en el aspecto de consumismo superfluo.

Los factores que han condicionado esta lamentable situación las enumeró de la siguiente manera:

● Los concesionarios de comerciales de la radio y televisión, consideran dichos permisos como una propiedad privada y las administran como tal, cuando en realidad solamente son derechos de explotación que cede el pueblo a través del Estado, por tanto es lógico suponer que es también el pueblo, a través del Estado,

quien puede marcar la forma en que estas concesiones deben utilizarse, y en el caso que los concesionarios no aceptaran sus lineamientos, se optaría por la facultad de cancelarlos, para darles el uso que los objetivos mayoritarios, y no los minoritarios exigen.

● El estilo tradicional de los concesionarios comerciales de televisión, de tratar discriminatoriamente el tiempo oficial, que corresponde a la aplicación de 12.5 por ciento estatal.

Al respecto —indicó— “es necesario recordar que dicho porcentaje es el subsidio fiscal que el Estado otorga a los concesionarios y que es el impuesto que deben pagarle. Sin embargo, los concesionarios otorgan estos tiempos como si fueran una generosa dádiva y los distribuyen en horarios inapropiados y poco eficaces; justamente con el objetivo de minimizar los mensajes dedicados a las mayorías. Esto es, como si fuéramos los inquilinos del sótano de nuestra propia casa”, agregó.

● Es una comunicación enajenada comercialmente por consorcios representantes por fuertes intereses económicos. Consorcios que son los emisores de aquellos mensajes que sólo convienen y sirven a sus propios intereses. Intereses que debieran coincidir con los del pueblo; gran receptor, gran consumidor y fuerza de trabajo vital en la producción de los bienes y servicios que se anuncian a través de los medios.

En las transmisiones de los medios masivos de comunicación, en este caso la radio y la televisión, se pueden observar con claridad el sinnúmero de limitaciones a los mensajes sociales, y en cambio se nota una gran afluencia en el comercio de mensajes de consumo. Es decir, se han trastocado los valores fundamentales para dar paso a falsas verdades sublimes.

El cuarto y último factor es la violación flagrante del artículo 28 Constitucional, que dice: “Se prohíbe la existencia de monopolios y estancos, así como los actos que tiendan a

23/V/81
servicios, y los acuerdos, combinaciones o prácticas de cualquier naturaleza que celebren los productores, industriales, comerciantes o empresarios, para evitar la competencia entre sí, o para desplazar a terceros del mercado, o imponer los precios de los artículos o las tarifas de los servicios de manera arbitraria”.

Este hecho se tipifica claramente en el momento mismo en el que una sola empresa monopoliza a 4 de los seis canales de televisión en el área metropolitana, y 71 en el interior de la República, o en el momento que cinco grandes concesionarios de radio representan el 80 por ciento de las radiodifusoras existentes. Todo ello, sin mencionar los arbitrarios tiempos.

LOS MEDIOS MASIVOS AL SERVICIO DE LOS TRABAJADORES

Por su parte, Arturo Walley, secretario general del Sindicato Único de Trabajadores de la Industria Nuclear (SUTIN), manifestó que los medios de comunicación masiva deben estar al servicio de la clase obrera, campesina y popular, y no sólo en poder de los consorcios privados que sirven al imperialismo y la oligarquía mexicana.

En la actualidad —añadió— los medios como la TV, la radio, el cine, y aún algunos periódicos de circulación nacional, están prácticamente cerrados a las manifestaciones obreras, o bien, los sindicatos tienen que pagar fuertes sumas de dinero para anunciar algo.

Indicó que todos los sindicatos del Congreso del Trabajo deben cooperar para lograr este importante objetivo, que de lograrse aumentará el nivel educativo de los mexicanos y reintegrará nuestra nacionalidad.

Los monopolios particulares han dejado los valores por los suelos, pues les importa más el lucro que proporcionar educación democrática al pueblo, finalizó.