

A FAVOR DE LO MEJOR

Hoy los mexicanos nos enfrentamos al daño que se está causando por el avance de la violencia, el desorden sexual y el menosprecio de los valores fundamentales de la familia.

- MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Este daño tiene su origen, en parte, en algunos mensajes y programas, anuncios de televisión, la radio, las películas y las publicaciones, que llegan a inducir conductas antisociales y a debilitar la estructura moral de la sociedad.

Estudios recientes de universidades y de institutos de prestigio mundial han llegado a conclusiones contundentes sobre los daños que ocasionan en la sociedad algunos mensajes y contenidos de los medios de comunicación.

- ALCANCE Y PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS

En nuestro país, como en el mundo, los medios de comunicación, por su alcance y penetración, han logrado una importancia tal que para muchos son el principal o único instrumento informativo y formativo que influye en los comportamientos individuales y sociales. **Cuando esta influencia es negativa produce un grave daño, especialmente en niños y adolescentes.** Por ejemplo, el promedio que un niño mexicano ve la televisión es de 24 horas cada semana y algunos se exponen hasta 40 horas en ciertos días, esto agravado por la falta de una adecuada clasificación en la televisión, la radio y las películas.

- RESPONSABILIDAD EN LOS PROGRAMAS

Sin menospreciar el valor que tienen los medios de comunicación y lo positivo que hacen y pueden hacer, también es cierto que a veces son transmisores de comportamientos desordenados o perversos y de una visión irreal o deformada de la vida, de la moral y de la familia. Esto ha llevado al consenso de muchos grupos y personas de un urgente necesidad de que los medios de comunicación contribuyan de manera decisiva y con alto sentido de responsabilidad al mejoramiento de sus contenidos y programación de sus contenidos.

Aun si es apresado, Carlos Peralta no lo pasará mal,

por miguel angel granados chapa

USA: fin de raza

Violencia Creciente

Con frecuencia se relatan y recrean situaciones macabras, escenas de brutalidad, riñas, imágenes sangrientas, asaltos y crueles asesinatos.

La exposición de actos violentos en algunos medios hace verlos como actos cotidianos sin consecuencias y hace creer que la solución de los conflictos es mejor por la violencia que por la conciliación. Investigaciones recientes han demostrado que los niños, en promedio, han sido expuestos a 8.000 asesinatos y 100,000 acciones violentas en la televisión al momento de terminar su educación primaria. (2)

El presidente Zedillo afirmó el pasado 6 de Junio durante la presentación del informe anual de la CNDH que "cotidianamente se transmite, se reproduce y se exalta una cultura de violencia que reduce o anula el valor de la vida y muestra actos de violencia como medios normales para alcanzar bienestar, riqueza, poder y absurdamente, aún justicia. La sociedad mexicana debe apelar a la conciencia y a la responsabilidad de los medios de comunicación para que encuentren las vías idóneas para el uso positivo y autorregulado que evite seguir alentando la cultura de la violencia". (3)

Por su parte Jorge Madrazo Cuéllar quien fuera presidente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos y actual Procurador General de la República ha afirmado que "la violencia penetra nuestros hogares y a nuestras familias alterando la convivencia y afectando los valores, las tradiciones y los cimientos de nuestra idiosincrasia. Entra sin permiso, tira la puerta, se mete por la ventana y la antena; se ubica en cualquier parte y a cualquier hora. Nuestros niños y jóvenes son fáciles presas de la confusión cuando lo bueno se identifica con la agresión, con la rutina sangrienta, con la transgresión de la ley, con el abuso del poderoso, con la exaltación de lo arbitrario y con la apología del delito (...) Todos, enfrente de los medios de comunicación, estamos ante el riesgo de parecer dispuestos a aceptar que hasta el más grande amor termine a balazos; que el respeto feneció; que la tolerancia es un mito; que la solidaridad es inexistente; que la cultura y la civilización son conceptos que ya no refiere el diccionario. Estamos a tiempo, hagamos algo". (4)

(2) Idem

(3) *Excelsior*, Viernes Junio 7, 1996, p 10-A

(4) Informe anual de la CNDH, Junio 6, 1996

Desorden Sexual

En la radio y la televisión, cada vez con más frecuencia, se comentan temas sexual con objeto de suscitar morbosidad y no para educar respónsablemente en esta materia.

Existe además la tendencia, en muchas escenas o relatos, de poner un

- LA EXPOSICIÓN VIOLENCIA

- TEMATICA DE PROGRAMACION EN RADIO Y T. V
- LA FAMILIA TESORO A PRESERVAR

acento obsesivo en lo erótico y en lo sexual, mostrando relaciones íntimas, promiscuidad, pornografía o perversiones, sin el menor respeto por la sensibilidad o convicciones de los diversos públicos, lo cual provoca en el receptor la convicción de que las conductas sexuales son el único objeto de amor.

Rigurosas investigaciones indican que algunos programas y mensajes que manifiestan desórdenes sexuales, generan una visión falsa e incompleta de la vida sexual, en la que no hay responsabilidad, ofreciendo una expectativa errónea de la felicidad y además dificultan la posibilidad de los padres para desarrollar conductas responsables de sus hijos.

En nuestro país se comercializan más de 100 millones de ejemplares anuales de publicaciones pornográficas, las cuales están al alcance de niños y jóvenes sobre todo en puestos de periódicos. (5)

En algunos reportajes y en los llamados "programas de discusión" de radio y televisión, se narran con lujo de detalle todo tipo de **problemas y situaciones íntimas, o enfermas que se vuelven una promoción de la decadencia social**, También son cada vez más anunciados los servicios telefónicos relacionados con el comercio del sexo.

Deterioro de los valores familiares

Para nosotros los mexicanos la familia es un tesoro que debemos preservar. Por eso nos preocupa que los valores de la familia como el respeto entre sus miembros, la corresponsabilidad del padre y madre, la obediencia de los hijos, el valor del matrimonio, la fidelidad de los cónyuges, la dignidad de la mujer, la consideración a los mayores, la moderación en el lenguaje, el orden en el hogar sean motivo de ataque y burla en escenas o relatos de los medios de comunicación.

El maltrato, la explotación sexual y la denigración del papel de la mujer son evidentes en los contenidos y mensajes de algunos medios de comunicación.

La mayoría de los padres expresan su preocupación ante esta gran fuerza de los medios en sus hogares y desean asumir una actitud más responsable y anoyar con energía las acciones que les ayuden a eliminar los daños que causan.

(5) Cálculos propios sobre datos de la Cámara Nacional de la Industria Editorial 1994

¿Qué hacer ?

Ante esta situación, numerosas organizaciones ciudadanas, instituciones educativas, padres de familia, medios de comunicación y personas de las más variadas características culturales, religiosas y políticas consideramos que es **indispensable hacer una reflexión profunda ante la situación y sumar esfuerzos en una Campaña que conduzca a mejorarla.**

La decisión de realizar **esta campaña tiene como finalidad aportar ideas constructivas** que permitan una mayor conciencia del problema y que se creen las condiciones sociales y jurídicas para contribuir al mejoramiento de la televisión, la radio, las películas y las publicaciones.

La Campaña estará dirigida a lograr la aceptación de los medios, los publicistas, los anunciantes y las autoridades a fin de mejorar el contenido de las comunicaciones.

Para alcanzar una respuesta satisfactoria de todas las partes interesadas es **indispensable un respaldo amplio de la sociedad.**

Esto requiere obtener firmas del mayor número de personas que así manifiesten su disposición de apoyar este esfuerzo.

Es indispensable subrayar que **no se trata de imponer la visión de un mundo ideal ni de cerrar los ojos ante lo que la gente razonablemente espera de los medios** en materia de información y entretenimiento. **Ni tampoco de coartar la libertad que cada uno tiene de expresarse,** sino de insistir que ésta lleva aparejada **no sólo la responsabilidad de no dañar a los demás, sino aún la de procurar su bien.** Deseamos que se haga lo más posible por proporcionar a todos una información veraz y un entretenimiento sano y que contribuya a su mejor educación.

Pero también señalamos que **existe una gran responsabilidad del público en general y sobre todo de los padres de familia como receptores** de los mensajes, programas y anuncios de los medios de comunicación, de juzgar y seleccionar los que sobre todo, los niños y jóvenes, leen, oyen o ven a través de esos medios.

Unidos podemos hacer mucho.
Estamos a favor de lo mejor.

ORGANIZACIONES COORDINADAS PARA MEJORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Eugenia 1112, Col. del Valle C.P. 03100 México, D. F.
Tels. 6824452 6877297 Fax 5361587 6877247

PLAN PARA MEJORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Un grave daño se está causando, sobre todo a los niños y jóvenes, por el **avance de la violencia, el desorden sexual y el deterioro de los valores de la familia**. Esto se debe, en parte, a los mensajes y programas de la televisión, la radio, las películas y las publicaciones.

Numerosas organizaciones ciudadanas, instituciones educativas, padres de familia y personas de las más variadas características culturales, políticas y religiosas, consideramos que, unidos, **podemos hacer mucho para remediar esta situación**.

Esta labor se llevará a cabo mediante una **campana** que tendrá como objetivo llegar a aportar propuestas constructivas a los medios de comunicación, publicistas, anunciantes, legisladores y autoridades para convencerlos de la urgente necesidad de mejorar los medios de comunicación para el bien de la sociedad.

Para tener peso suficiente y poder alcanzar resultados satisfactorios, consideramos que primero hay que incorporar a muchas organizaciones, instituciones y personas a la **campana**, a fin de que organicen grupos de voluntarios que recaben el mayor número posible de firmas de personas físicas que estén dispuestos a apoyarla. Sin este apoyo de la sociedad será muy difícil conseguir resultados importantes.

A fin de lograrlo es necesario sensibilizar precisamente a la opinión pública mediante información adecuada y convincente. Una vez que se cuente con millones de firmas de respaldo se podrán llevar a cabo las acciones indispensables ante los medios, los publicistas, los anunciantes, los legisladores y las autoridades.

Por la deformación moral, la confusión de la gente y los intereses creados, la oposición a esta **campana** puede ser muy poderosa. Es importante que las acciones concretas que se propongan estén muy bien fundamentadas y sean positivas y prácticas, a fin de que puedan ser aceptadas por las diversas entidades involucradas.

Los pasos de la **campana** serán como sigue:

- I. Elaborar la información básica
- II. Incorporar organizaciones para participar en la **campana**
 - a. Integración de comisiones de trabajo (Evidencias, Imagen, Propuestas, Logística)
- III. Organizar equipos de voluntarios para sensibilizar y recolectar firmas
- IV. Sensibilizar a la opinión pública
- V. Obtención de firmas
- VI. Acciones y propuestas concretas
- VII. Financiamiento de la **campana**
- VIII. Seguimiento

FICHA DE ADHESIÓN

CAMPAÑA PARA MEJORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

INSTITUCIÓN: _____

Nombre completo del dirigente: _____

Cargo: _____ Tel casa: _____

Datos de la Institución

Calle: _____ Colonia: _____ Delegación: _____

C.P.: _____ Fax: _____ Teléfonos: _____

Número de Miembros:

En la ciudad de México: _____ En el interior de la República: _____

Recursos de la Institución: (Marcar con una cruz)

Auditorio ___ Computadora ___ Fotocopiadora ___ Proyector de Acetatos ___ Video ___

Otros: _____

Nombre completo de su representante para esta campaña: _____

Cargo: _____ Teléfono del representante: _____

Número de VOLUNTARIOS para la recolección de firmas: _____

Comisión en la que desea trabajar:

LOGÍSTICA PROPUESTAS EVIDENCIAS IMAGEN

Entregó carta de adhesión: _____ Fecha de entrega: _____

Actividad:	Escuela	Iglesias:
	Universidad	Presbiteriana Católica Judía Otras
	Escultismo	Deportiva
	Movimiento o grupo religioso	Colegio y/o asociación de profesionistas
	Grupo Cívico	Asociación civil
	Empresarial	Sindicato
	Comunicador	Político
	Otros	Entidades gubernamentales

HOJA DE SONDEO

FAVOR DE CONTESTAR EL SIGUIENTE CUESTIONARIO:

1.- De los métodos genéricos de acopio de firmas establecidos

- Regiones ó territorios (lugares públicos) y
 - A través de redes internas (escuelas, familiar, clubes, empresas, etc...) de cada organización o grupo.
- ¿Cuáles piensa utilizar, y qué cantidad de voluntarios estima destinar para cada método?

Método	Número de voluntarios destinados
Regiones ó territorios (lugares públicos)	_____
A través de redes internas.	_____

Nota: los métodos no son excluyentes

2.- ¿Qué puntos de recolección de firmas sugieren para ser atendidos por ustedes y en que horarios?

PUNTOS (Indicar lugar, colonia y delegación. Si es templo especifica Decanato y Vicaría)	HORARIOS
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

3.- ¿Con qué número de voluntarios cuenta para la Campaña de recolección, y cuantas firmas estima obtener por voluntario?

de voluntarios _____ firmas por voluntario _____

En caso de cualquier duda, favor de comunicarse con la COMISIÓN DE LOGÍSTICA, a los siguientes teléfonos:

6 87 21-53 y 6 82 44 52 Fax: 5 36 15 87

Atentamente
Comisión de Logística
ORGANIZACIONES COORDINADAS PARA
MEJORAR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE FIRMAS (ANTEPROYECTO)

META

La meta será conseguir firmas de por lo menos el 6.5% de la población nacional.

DOS ACCIONES

Además de la sensibilización del público en general que se realizará durante el mes de enero, mediante entrevistas, ruedas de prensa, declaraciones, comics y otros medios, la Campaña consistirá, en la segunda quincena de febrero, básicamente en dos acciones.

- Sensibilizar a los posibles firmantes.
- Obtener sus firmas.

SENSIBILIZAR A LOS POSIBLES FIRMANTES

El trabajo de sensibilización comprende los siguientes pasos:

- De enero 15 al 31 Reclutar a todos los voluntarios.
- De febrero 3 al 8 Capacitarlos mediante el videocasete, señalarles su área de trabajo y entregarles el material siguiente:
 - brazalete
 - volantes
 - carteles
 - "tablitas" con clip
 - hojas de firmas
 - stickers
- De marzo 1 a marzo 7 Los voluntarios deberán colocar carteles y repartir los volantes (voiantear)

OBTENER FIRMAS

- Sábado 8 de marzo Los voluntarios deberán obtener firmas en sus áreas de trabajo.
a domingo 16 de marzo
 - Lunes 17 de marzo Los promotores del área deberán contar las firmas, levantar un acta por duplicado y mandar todo al centro de zona*.
 - Martes 18 de marzo Las firmas concentradas en el centro de zona junto con las copias de actas, deberán conservarse ahí para futura referencia.
 - Miércoles 19 de marzo El centro de zona deberá enviar los originales de todas las actas levantadas a la Oficina Central de Campaña.
- * Centro de Zona es el lugar donde se distribuirá el material para la campaña y donde se recabarán las firmas provenientes de los distintos puntos de recolección en la localidad.

LOS ABAJO FIRMANTES manifestamos nuestra preocupación por el daño que están causando, sobre todo a niños y jóvenes, algunos mensajes y programas de la televisión, la radio, las películas y las publicaciones, por sus contenidos de violencia, desorden sexual y menosprecio de los valores familiares. Por tanto apoyamos todo lo que se haga para contribuir al sano entretenimiento y mejor educación de los mexicanos. Marzo de 1997.

NOMBRE: _____ Edad: _____

Domicilio: _____

Colonia: _____ Teléfono: _____

Firma: _____

NOMBRE: _____ Edad: _____

Domicilio: _____

Colonia: _____ Teléfono: _____

Firma: _____

NOMBRE: _____ Edad: _____

Domicilio: _____

Colonia: _____ Teléfono: _____

Firma: _____

NOMBRE: _____ Edad: _____

Domicilio: _____

Colonia: _____ Teléfono: _____

Firma: _____

NOMBRE: _____ Edad: _____

Domicilio: _____

Colonia: _____ Teléfono: _____

Firma: _____

Si ya firmó esta hoja NO firme dos veces

Si desea apoyar esta campaña, reproduzca esta hoja recoja firmas y envíela a:



ORGANIZACIONES COORDINADAS PARA MEJORAR
LOS MEDIOS DE COMUNICACION
Eugenia 1112 Col. del Valle México, D. F. C. P. 03100
Tels: 682 4452 / 687 7297 / 687 2153 Fax: 536 1587 / 687 7247

Voluntario: _____

CONSIDERACIONES ACERCA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA

Lo que **NO** es la Campaña:

- Una protesta irracional con tintes medievales y sin fundamento. No es un ataque alguno contra algún sector de la sociedad, ni a los medios de comunicación masiva.
- Un esfuerzo con intereses políticos, religiosos o corporativos.
- La limitación al correcto uso de la libre expresión de los medios, ni una lucha contra la libertad de los medios de comunicación, ni sus anunciantes.
- Una corriente de miedo o exageraciones en base a la moral concebida por un individuo o grupo determinado.
- La irresponsabilidad de conferir a los medios un papel de único formador que debe ser ejecutado por padres de familia y educadores.
- La solicitud de que no se empleen los medios de comunicación masiva como informadores y entretenedores positivos.

Lo que **SI** es la campaña:

- Un llamado a la revalorización del ser humano en los medios de comunicación.
- La voluntad de la sociedad en general, preocupada por la mejor educación de niños y jóvenes.
- Resultado de una preocupación generalizada en base a los hallazgos más recientes de las ciencias sociales (sociología, antropología, psicología, etc.) que determinan los efectos nocivos de algunos contenidos en los medios.
- La manifestación de la imperiosa necesidad de que los medios de comunicación brinden más y mejores alternativas de entretenimiento sano.
- La manifestación de la necesidad de que los padres y educadores vigilen de cerca el tipo de contenidos a los que se exponen sus hijos y educandos.
- La necesidad de que los medios de comunicación se autorregulen en base a consideraciones humanísticas y de desarrollo del persona.
- El llamamiento a las autoridades para que se actualicen las legislaciones correspondientes, para que México siga siendo precursor en el correcto manejo de sus medios masivos.
- El reto a futuros y actuales profesionales de la comunicación a desarrollar su talento y creatividad con responsabilidad social.
- El respeto a los derechos humanos de todos los miembros de la sociedad, incluidos los de libre asociación, apego a la verdad, la legalidad, el bienestar social y la expresión.