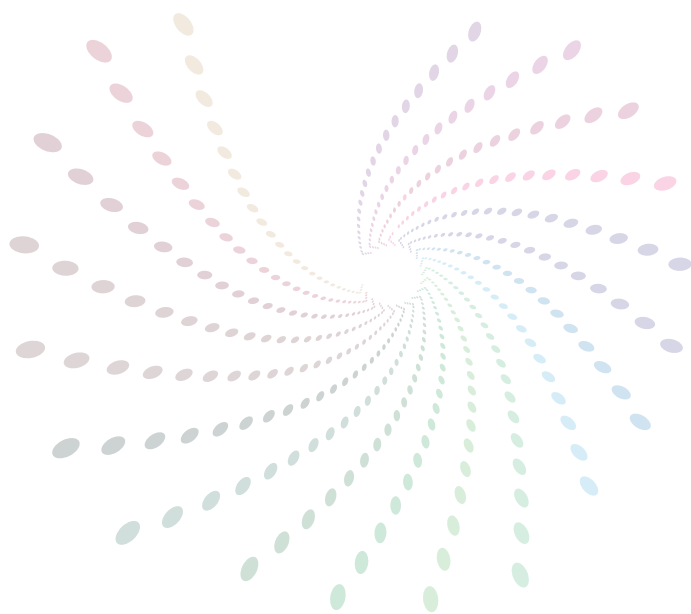


Introducción a los **derechos** **de las audiencias** y a sus defensorías en México



Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Cátedra UNESCO
de Comunicación y Sociedad,
Universidad Iberoamericana,
Ciudad de México



Introducción a los derechos de las audiencias y a sus defensorías en México



Título: *Introducción a los derechos de las audiencias
y a sus defensorías en México*

Compiladora: Ana Cecilia Terrazas Valdés/ Defensora
de las Audiencias de Radio Educación (abril 2019-abril 2022)

Defensoría de las Audiencias de Radio Educación; Cátedra UNESCO
en Comunicación y Sociedad; Instituto de Investigación y Estudios
en Cultura de Derechos Humanos, CULTURA DH; Asociación Mexi-
cana de Defensorías de las Audiencias, AMDA; Asociación Mundial
de Radios Comunitarias capítulo México, AMARC.

Esta edición impresa ha sido posible gracias a: la Dirección de
Publicaciones de la Comisión Nacional de Derechos Humanos.

Diseño de portada: Patricia Landeta

Diseño y formación: Mauricio Gómez/ SuVersión Electrónica

Primera edición: octubre, 2021

ISBN: 978-607-729-573-0

Esta obra está licenciada bajo la Licencia Creative Commons Atri-
bución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.



Contenido

Agradecimientos	7
Presentación	
Ana Cecilia Terrazas	11
Capítulo 1	
Introducción al tema y su importancia	15
Capítulo 2	
Libertad de expresión / Derecho a la información	
Lilia Vélez Iglesias	25
Capítulo 3	
Responsabilidad de los medios	
Raúl Trejo Delarbre	35
Capítulo 4	
Breve historia de los derechos de las audiencias	
Laura Martínez Aguila	45
Capítulo 5	
Las defensorías de las audiencias en la LFTR	
María Lizarraga Ituarte	57
Capítulo 6	
Cuáles son los derechos de las audiencias	
Beatriz Solís Leree	69

Capítulo 7	
El perfil de las o los defensores	
Jerónimo Repoll	77
Capítulo 8	
Noticias recientes sobre los derechos	
de las audiencias	
Adriana Solórzano Fuentes	85
Capítulo 9	
Experiencias concretas	
Magdalena López Rocha	99
Especialistas participantes	109
Los derechos en la Ley Federal de	
Telecomunicaciones y Radiodifusión	117
Para saber más	131

Agradecimientos

El presente texto tiene su origen en la serie radiofónica *Introducción a los derechos de las audiencias y a sus defensorías en México*, trabajo impensable para el equipo de la Defensoría de las Audiencias de Radio Educación sin el ánimo y la convocatoria conjunta de la Cátedra UNESCO en Comunicación y Sociedad; del Instituto de Investigación y Estudios en Cultura de Derechos Humanos, CULTURA DH; de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, AMDA y de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias capítulo México, AMARC.

Las instituciones toman el rumbo de quien las dirige e impulsa en determinado momento y los nombres concretos detrás de las instancias mencionadas son: Manuel Alejandro Guerrero (Cátedra UNESCO), Rosy Laura Castellanos Mariano (Cultura DH), Beatriz Solís Leree (AMDA) e Irina Vázquez Zurita (AMARC).

Cabe mencionar que, por parte de las autoridades de Radio Educación, tanto el Director General, Gabriel Sosa Plata, como la Directora de Producción y Planeación, Adriana Solórzano Fuentes, han respaldado y apoyado totalmente estos esfuerzos.

Cada especialista participante de la serie, por capítulo, ofreció además generosamente, su tiempo, experiencia y conocimientos tanto para la producción de radio como para el presente texto: Rosy Laura Castellanos Mariano, Manuel Alejandro Guerrero, María Lizarraga Iriarte, Magdalena López Rocha, Laura Gabriela Martínez Aguila, Jerónimo Repoll, Beatriz Solís Leree, Adriana Solórzano Fuentes,

Gabriel Sosa Plata, Raúl Trejo Delarbre, Irina Vázquez Zurita, Lilia Vélez Iglesias.

Hay más personas expertas quienes han sumado trabajo y dedicación al proyecto radiofónico y escritural. Me refiero al músico Alejandro Rubio, quien imaginó y cedió el magnífico tema musical de su autoría; al profesor Lenin Martell Gámez, quien convocó vehementemente a su alumnado a participar y colaboró junto con la estudiante Iris Monserrat Carrillo Hernández y el alumno Aldo Michel Alanuza Uribe para transcribir los capítulos 1 y 2. A la maestra y defensora Laura Martínez Aguila quien aceptó darle una releída general al texto; a la doctora Patricia Ortega Ramírez, quien además de asesorarnos en la búsqueda de integrantes para la serie, nos brinda una invaluable Introducción al tema en esta versión escrita.

Gracias a las radios asociadas quienes retransmitieron la serie: Radio Delfín en Campeche, Radio Universidad de la Universidad Autónoma de Coahuila, Radio ILCE en la Ciudad de México, Radio Concierto en Coahuila, al Sistema Universitario de Radio y Televisión de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Radio Universidad Autónoma de Chihuahua, Radio Nicolaita de Michoacán, Radio Cultura ISC en Baja California Sur y Violeta Radio en la Ciudad de México.

Por parte de AMARC se agregaron: desde Oaxaca, Soley si Barreras de Miahuatlán y Calenda de San Antonio Castillo Velasco. Desde Michoacán, Radio Cultural en Tancítaro, Radio Erandi en Tangancícuaro, Uandarhi en Uruapan y Radio Paraíso en Los Reyes de Salgado. Desde el Estado de México, La Voladora Radio de Amecameca, Contacto FM de Chalco y Rélox en Ciudad Nezahualcóyotl. Desde Baja California Sur, Radio Kashana; desde Puebla, Radio Xalli de Xaltepec; desde Guerrero, RCBC

de Buena Vista de Cuéllar y desde Jalisco, La Coyotera de Guadalajara.

A todas y todos mis colegas de la AMDA, personas comprometidas con los derechos comunicacionales. Al centenar de escuchas quienes se han interesado por obtener su Constancia digital.

A todo el personal de planta, de honorarios y de siempre de Radio Educación, quienes han consolidado una emisora en la que pueden ser posibles estas transmisiones y retos.

Al muy profesional equipo de la Defensoría de las Audiencias, involucrado al máximo con la serie y con la difusión de estos derechos: Mario Ledesma, Alma Lilia Martínez, Natalia Luna, José Ángel Domínguez, Maricarmen García y Patricia Landeta.

A Mauricio Gómez, diseñador, editor en jefe y corrector de estilo de esta publicación electrónica. Sin su colaboración y la de su empresa siempre solidaria, suversionelectronica.org, no sería posible la formación tipográfica y el estar leyendo este texto.

A Rosy Laura Castellanos Mariano, como Consejera Consultiva de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), también le debemos la gestión ante el Secretario Ejecutivo de esta entidad, Francisco Estrada Correa, para hacer posible la presente publicación impresa y la difusión de este tema en voz de la CNDH.

A la Presidenta de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, la maestra María Rosario Piedra Ibarra, le agradecemos las acciones afirmativas que acompañan su compromiso y sensibilidad frente a los derechos de las audiencias.

Finalmente, damos las gracias a las audiencias en general por su escucha y participación, son ellas las destinatarias principalísimas de todo esto.

Ana Cecilia Terrazas
Defensora de las Audiencias
Radio Educación
Ciudad de México, julio de 2021

Presentación

Este texto resume lo más relevante de la primera serie radiofónica *Introducción a los derechos de las audiencias y a sus defensorías en México* transmitida en vivo de agosto a diciembre de 2020 a través de las emisoras de Radio Educación y radios asociadas.

La producción radiofónica, a manera de serie capitular, se puede aún descargar bajo demanda en el micrositio de la Defensoría de las Audiencias de Radio Educación¹. A quien comente cada uno de los nueve capítulos a los que convocan dicha defensoría, la Cátedra UNESCO en Comunicación y Sociedad; el Instituto de Investigación y Estudios en Cultura de Derechos Humanos, CULTURA DH; la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, AMDA y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias capítulo México, AMARC, se le enviará por correo una *Constancia digital de escucha* avalada por todas estas organizaciones.

El objetivo de la serie y el libro es acompañar a quienes tengan interés en los derechos comunicacionales, en los derechos de las audiencias, a entrar en materia. Con este texto también se quiere continuar con la difusión, comprensión, análisis, discusión y exigencia de los derechos de las audiencias en México. Los capítulos aquí escritos no son transcripciones literales de todo lo dicho al aire, si bien recuperan en esencia lo que autoras y autores quisieron decir.

¹ <https://radioeducacion.edu.mx/podcast-curso-audiencias>

Este trabajo no tiene fines de lucro y fue posible gracias al conjunto de colaboraciones descritas en el apartado *Agradecimientos* el cual se torna en una declaración individual de principios colectivos y resulta fundamental.

De 2014² a esta fecha, los derechos de las audiencias y sus defensorías nacieron jurídicamente, se reglamentaron, sufrieron un fuerte embate en 2017, las defensorías organizadas se ampararon contra esto y, en mayo de 2021, la Suprema Corte de Justicia de la Nación confirma sentencia³ a favor del amparo en un hecho histórico para los medios de comunicación radiodifundidos en el país. A pesar de todo esto, para la gran mayoría de las audiencias esos derechos son aún desconocidos.

Al mismo tiempo, se podría pensar que la dinámica de la comunicación sociodigital desborda el apertrechamiento conceptual o incluso experiencial en torno de los derechos de las audiencias y las defensorías.

Quizá no sea así. La apertura, difusión e insistencia en un tema heredero directo de los derechos humanos, los derechos a la comunicación, vinculados a la producción radiodifundida, si bien no instala inmediatamente las facultades de participación crítica con correspondencia jurídica de las audiencias frente al medio, sí abona en colocar, desde esta parte que siempre da cuenta de las tensiones y luchas entre poderes, una zona de mediaciones, cuestionamientos y análisis.

² La Reforma de ley que deriva en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), se realiza en 2013, pero se publica en el Diario Oficial de la Federación en 2014.

³ Beatriz Solís Leree, Lenin Martell Gámez, Adriana Solórzano Fuentes y Gabriel Sosa Plata, con el apoyo probono del abogado César Enrique Olmedo, interpusieron el amparo a nombre de la AMDA en 2017.

Es decir, al final, pensar en los derechos de las audiencias equivale a ensanchar esa franja de reflexión sobre cómo hacernos más iguales, menos tóxicos, con menos diferenciales de poder –para ponerlo en palabras de Norbert Elías– desde una ruta concreta, la de los contenidos en los medios de comunicación, quienes los hacemos y los derechos de quienes los consumimos.

Ana Cecilia Terrazas
Defensora de las Audiencias de Radio Educación
Ciudad de México, julio de 2021

Capítulo 1

Introducción al tema y su importancia

Manuel Alejandro Guerrero Martínez,
Cátedra UNESCO en Comunicación y Sociedad
Rosy Laura Castellanos Mariano, Cultura DH,
Beatriz Solís Leree, Asociación Mexicana de Defensorías
de las Audiencias (AMDA)
Gabriel Sosa Plata, Director General de Radio Educación
Irina Vázquez Zurita, Asociación Mundial de Radios
Comunitarias, México (AMARC)

¿Cuál es la relevancia de los derechos de las audiencias desde la perspectiva de Cultura DH?

Hay una tarea pendiente en nuestro país que significa la construcción de una cultura de derechos humanos. Debemos acostumbrarnos a que todos estos temas tienen que ver con nuestros derechos y la iniciativa que se toma es sumamente importante porque va a poder permear a la ciudadanía para que construya su propia noción de derechos humanos.

A partir de los derechos de las audiencias también tenemos que exigir que haya mejores programas, tenemos que exigir que haya otro tipo de información, que haya esta divulgación de los derechos humanos a partir de las contribuciones de todas las personas que escuchamos radio

en algún momento del día, en algún momento de nuestra cotidianidad.

Esto va a ser sumamente importante para divulgar y unir esfuerzos. Es lo que toca ahorita, no solamente en nuestro país sino en el mundo entero, tratar de transformar algunas nociones culturales que tienen que ver con aquello que ha sido nocivo como el aislamiento, la competencia desleal, el amiguismo. Yo creo que aquí se unieron esfuerzos por el interés de que haya una verdadera defensoría de las audiencias. No digo que no existan otros, ahí hay muchos y buenos esfuerzos, todos loables. Pero me refiero en general a la cultura que está permeando en México que tiene que ver con la violencia, la competencia y que se va a poner muy difícil por la situación que vive actualmente el país. Entonces, lo que permite este tipo de espacios es que la gente también vea esta posibilidad de comunicarnos.

En esta serie, este curso, se da una unión de esfuerzos para que podamos divulgar estos derechos y es muestra de que se puede ir contribuyendo a la construcción de una cultura de los derechos humanos tanto como a la construcción de la ciudadanía.

No va a haber posibilidad de un régimen democrático, de un régimen que se precie de poder hablar de la libertad de expresión, del acceso a la información, si no se abren estos espacios y si no se conocen nuestros derechos.

Puede haber leyes muy importantes e interesantes, pero si la población no les da vida, esa ley va a ser una ley de escritura muerta. Así que, lo que queremos es estar vivas, vivos y haciendo que nuestros derechos también cobren la fuerza que se merecen.

Enhorabuena –y hablo en términos de las personas que conformamos Cultura DH– este curso en forma de serie ya está teniendo mucho éxito porque es una modalidad muy

venturosa y atrevida, por eso me encanta, por eso Cultura DH se suma a los esfuerzos que hablan y abren la diferencia, porque la diferencia es lo que nos va a caracterizar para encontrar justamente la igualdad. La igualdad parte de ese reconocimiento de la diferencia de la otredad, para construir otro tipo de sociedad donde merecemos derechos.

Rosy Laura Castellanos Mariano
Presidenta de la organización de la sociedad civil,
CULTURA DH

¿Por qué es relevante para la Cátedra UNESCO este tema?

Creo, en realidad, que solamente a través de una mejor alfabetización mediática vamos a tener públicos más exigentes, públicos mejor informados y públicos más corresponsables con los contenidos que consumen y con lo que hacen con esos contenidos. ¿Cuál es la importancia de sumarse a esta serie radiofónica? Es retomar la vieja escuela, la vocación formativa que tiene la radio, la radio pública, que debe tener esta orientación de formar ciudadanos, de formar una sociedad más tolerante, más participativa, más democrática. Todo esto, orientado a que tengamos individuos, personas que sean capaces de distinguir y de entender mejor los alcances y los límites de aquello que consumen.

Me parece que tener una serie radiofónica orientada a esto como manera de curso es también una forma de ir dosificando el hoy, cómo hacen los podcasts en los cursos que se toman.

Son reflexiones muy importantes sobre este tema que tiene que ver con la forma en que las audiencias consumimos los diferentes contenidos de los medios de comunica-

ción. Cómo los procesamos, qué hacemos con ellos, cómo los compartimos y cómo incluso colaboramos en el rediseño de esos contenidos, ya sea a través de la interacción con quienes fueron sus creadores originales o bien tomando parte de esos contenidos y generando otros nuevos que vamos a difundir en nuestras distintas redes sociales.

Todo esto me parece que está muy vinculado con la democracia. En teoría la democracia lo que exige es un ciudadano mejor informado, capaz de tomar decisiones –en los espacios públicos– que mejor convengan no sólo a los intereses meramente individuales, sino a los intereses de la comunidad. También, de forma ideal, de la colectividad más amplia, donde tener unos medios que sean capaces de transmitir estos contenidos me parece que es lo mínimo que deberíamos estar exigiendo a nuestros medios informativos de todo tipo.

Hoy justamente, ante la enorme fragmentación mediática en la que tenemos de todo tipo de contenidos, se vuelve difícil para las audiencias poder entender, discriminar, cuál es la información o qué es la información que me va a aportar, ¿qué me va a dar ciertos datos para la reflexión y qué información tiene que ver con mi vida cotidiana y cómo la aplico?

Hoy en día tenemos una enorme cantidad de información que no necesariamente está orientada a eso y creo que un curso justamente de este tipo nos permite a las audiencias tener mejores formas de entender estos contenidos y utilizarlos.

¿Por qué es relevante para la Cátedra de la UNESCO este tema de los derechos de las audiencias? Bueno pues, porque digamos que en un país como México, con la democracia en desarrollo todavía, tenemos muchísimas desigualdades en términos de los mismos accesos a la tec-

nología, a pesar de los enormes avances que de pronto nos reportan, como el hecho de contar con más penetración y alcance en teléfonos inteligentes. Todavía la calidad de estas conexiones deja mucho que desear, todavía tenemos muchas disparidades en términos de este tipo de accesos y desde luego, también las tenemos en términos de la calidad misma de los contenidos.

Para la UNESCO siempre ha sido importante todo lo que tiene que ver con educación y formación dentro de la libertad de expresión. La formación ciudadana es un tema de enorme preocupación y creo que el hecho de que hoy se esté tratando en el marco de esta Cátedra esta discusión, empata perfectamente con los intereses de la propia Cátedra UNESCO que tenemos en la Universidad Iberoamericana y que, desde luego, soporta este esfuerzo de manera muy amplia.

Manuel Alejandro Guerrero Martínez
Vicepresidente del Comité Ejecutivo de las Cátedras de la
UNESCO en Comunicación y Sociedad/
Director del Departamento de Comunicación de la
Universidad Iberoamericana

¿Cuál es la importancia de la difusión de este tema para la Asociación Mexicana de las Defensorías de las Audiencias (AMDA)?

Es verdaderamente estimulante que podamos usar la radio para difundir este tema. Yo soy absoluta y confesa radio apasionada. Por eso me da mucho gusto que la iniciativa la

haya tomado radio y especialmente Radio Educación y la Asociación Mexicana de las Defensorías de las Audiencias.

La asociación tiene que trabajar con otros defensores de audiencias. En este caso, en la asociación sólo hay defensores de audiencias de medios públicos por voluntad propia, no porque no queramos recibir a otro tipo de defensores de otros medios. Por supuesto que están abiertas las puertas de la asociación porque de lo que se trata es de fortalecer la figura emergente apenas, de las defensorías de las audiencias. Tratar de fortalecerla, profesionalizarla, tener códigos comunes entre quienes hacemos la misma tarea, compartir experiencias. Todo esto nos ha ayudado a ir construyendo apenas un campo de acción profesional que yo creo y estoy cierta de que muchos de los que tomen este curso, este seminario que Radio Educación va a ofrecer gracias a la Defensoría de las Audiencias, va a sumar más voluntades para poder sumar más defensores de audiencias.

Yo creo que los ciudadanos –que una vez que entramos en contacto con un medio de comunicación, y ustedes ya lo dijeron, nadie está libre de estar en algún momento de su vida y de su día en contacto con los medios de comunicación–, además de tener todas las características de un ciudadano, nos convertimos en sujetos de derechos frente al medio, frente a lo que recibimos del medio y tenemos que asumir con gran responsabilidad esa tarea. Hay que entender que somos sujetos de derechos frente a los medios, frente al medio que me está informando a mí, en ocasiones de manera unilateral. Hay medios que, por naturaleza propia son unilaterales, pero las audiencias tienen que empezar a dejar oírse y dejar oír su voz. ‘Soy sujeto de derecho’ y entonces, tenemos que trabajar mucho para decir cuáles son esos derechos, cómo ejercerlos, qué hacer si no son respetados o si son violentados.

Todo este abanico de preguntas que tenemos que hacernos y empezar a responder a los ciudadanos, a las audiencias, me parece que va a formar parte del argumento que va a atravesar todas estas conversaciones que vamos a estar teniendo con las audiencias de Radio Educación.

En ese sentido, la serie es un proceso absoluto de alfabetización mediática, por supuesto de educación para la comunidad, para las audiencias, para convertirse en verdaderas audiencias críticas lo cual creo que ayudará y enriquecerá no solo a los ciudadanos como audiencias sino a los propios medios. Esto ocurrirá cuando podamos empezar a establecer esta interrelación con el medio con el que nos comunicamos, con el que escuchamos, al que observamos. Entonces, yo los felicito y me felicito de poder participar colectivamente en este esfuerzo donde hay una gran cantidad y calidad de colaboradores.

Beatriz Solís Leree
Presidenta de la Asociación Mexicana de Defensorías de
Audiencias (AMDA)

¿Qué significa para Radio Educación lanzar esta serie radiofónica, primera en su estilo a manera de curso?

Bueno, significa la consolidación cada vez mayor de divulgación y enseñanza de los derechos de las audiencias que ha sido uno de los puntos más débiles de quienes hemos trabajado estos temas. Nos faltaban y nos siguen faltando este tipo de actividades de formación y alfabetización mediática con nuestras audiencias. Y me refiero no sólo a actividades de los medios hacia las audiencias sino también de las audiencias para nosotros. Esto es una

retroalimentación constante y permanente, y justo estos ejercicios nos permiten este intercambio benéfico para todas y todos. Hay que recordar que Radio Educación, ya desde 2008, fue pionera en la creación de las defensorías de los derechos de las audiencias y por supuesto es un ejemplo a seguir en la radio pública.

Ahora, con este curso, se da un avance en este terreno y se materializa una vez más el objetivo que Radio Educación se planteó desde los años veinte de llevar a cabo una labor de extensión educativa a través de la radio, con cursos de diversas temáticas, como el que se produjo para la fabricación de radios de galena y así materializar el derecho de acceso a las tecnologías. Seguimos en esa tradición.

Algo decía también el doctor Manuel Guerrero y la misma maestra Beatriz Solís del poder que tiene la radio para divulgar conocimientos, en este caso a favor de los derechos humanos y en específico de los derechos de las audiencias.

Quiero recalcar algo: hay una voluntad vigorosa, intensa, por no decir que hasta amorosa, de la dirección actual de Radio Educación –y me refiero a todo el equipo que formamos parte de Radio Educación– para fortalecer estos derechos y fortalecer a la misma Defensoría. Así que, nuestra invitación, para que nuestras maravillosas audiencias participen en este curso y conozcan más sus derechos como radioescuchas y los ejerzan plenamente. Adquirirán más herramientas para que, a través de su participación, envíen sus quejas, comentarios, propuestas y juntos hagamos una mejor radio pública. También, todo este conjunto de interacciones, reflexiones, serán muy útiles para nuestras audiencias y ejerzan sus derechos cuando escuchen Radio Educación, otras estaciones de radio públicas y comerciales, vean televisión abierta o de paga o sean

usuarios de las redes sociodigitales. No solo eso; también cuando las mismas audiencias produzcan sus propios contenidos y se conviertan en *prosumidores*, tomen noción de la enorme responsabilidad que tienen con quienes los ven o los oyen y sean mucho más cuidadosas, éticas, cada vez que suben alguna producción. Y es que ahí, en ese mundo digital, al que tenemos acceso fácilmente y podemos tener comunicación con cientos o miles de personas, sin querer a veces, estamos violentando derechos y tenemos que trabajar, capacitarnos, para evitarlo.

Gabriel Sosa Plata
Director General de Radio Educación

¿Cómo se están sumando las radios comunitarias y qué avances avizora la AMARC en términos de los derechos y las defensorías de las audiencias?

Para las radios comunitarias este es un gran proyecto, es una oportunidad para poder retomar un tema pendiente como lo son los derechos de las audiencias y también el papel de las defensorías. Recordemos que después del reconocimiento jurídico de estos medios de comunicación con la reforma constitucional de 2013, y después con la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014, han pasado muchas cosas con estos medios de comunicación, pero hay un gran pendiente que es la profesionalización de estos medios. Y cuando hablamos de profesionalización viene un tema pendiente, la capacitación en derechos de las audiencias, que es fundamental para poder ofrecer contenidos que reflejen la pluralidad ideológica, política, social, cultural y lingüística a nuestras audiencias. A estos

derechos nosotros nos tenemos que ceñir como medios de comunicación al servicio de las comunidades y por eso este curso es tan importante por dos cosas:

Una es que tenemos que profesionalizar y capacitar a las radios comunitarias e indígenas que cuentan ya con una concesión de uso social comunitaria o indígena en este tema, para que puedan ofrecer contenidos que sean sensibles al principio de no discriminación, al principio de igualdad de género, que puedan reflejar este abanico multicultural que distingue a México, porque es una de las obligaciones a las que están sujetas por ley. Por eso este curso es muy adecuado, muy oportuno y necesario para nuestra red de radios comunitarias en México.

En segunda instancia, esto que también ya comentó la maestra Beatriz Solís, que es ir educando a nuestras audiencias. Que las audiencias sepan que tienen derechos, los conozcan y los puedan ejercer. Estas dos vías son muy importantes y pues ha sido un pendiente para nuestros medios de comunicación poder primero, acceder a estas posibilidades de formación y por otra parte, compartir este conocimiento con las audiencias.

Irina Vázquez Zurita
Coordinadora ejecutiva del capítulo México de la
Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)

Capítulo 2

Libertad de expresión y derecho a la información

Lilia Vélez Iglesias

¿Qué es el derecho a la información?

El derecho a la información es una prerrogativa fundamental. ¿Qué quiere decir esto? Está reconocida tanto en nuestra Constitución como en instrumentos internacionales que forman parte de nuestro marco jurídico. El derecho a la información tiene tres aspectos:

El primero es el derecho a atraernos información y ahí hay dos posibilidades; primero, acceder a archivos o documentos de carácter público; y el segundo, es que tenemos la libertad de decidir a través de qué medio nos vamos a informar, radio, tele, internet, etcétera.

El segundo aspecto es el derecho a informar. Ahí está justamente la libertad de expresión y la posibilidad de que nosotros creamos empresas informativas.

El tercero, es el derecho a ser informado. Esto incluye la posibilidad de recibir información que sea imparcial, que sea oportuna, que sea de carácter completo, que no le falten detalles, que tenga todos los puntos de vista o miradas y por último que tenga el carácter universal, es decir, que todas las personas sin importar sus características, sin importar su posición económica, social, etcétera, puedan

acceder a esta información. Esos serían los tres aspectos básicos del derecho a la información.

¿Qué es la libertad de expresión?

La libertad de expresión forma parte del derecho a la información y también es un derecho fundamental y tiene tres funciones importantes en un régimen democrático. La primera, es una de carácter individual, es la posibilidad de que nosotros pensemos de manera autónoma; pero que además, podamos expresar aquello en lo que pensamos, aquello en lo que creemos. El segundo, es una función de carácter democrático que es importantísima y que es la posibilidad de crear corrientes de opinión, de deliberar públicamente sobre los asuntos que nos interesan en una comunidad. Por último, la libertad de expresión tiene un carácter o una función instrumental. ¿Por qué? porque se considera que nos ayuda a tutelar otros derechos importantísimos. Derechos humanos como el derecho a la salud, el derecho a la educación, el derecho a la vivienda. La libertad de expresión nos permite cuidarlos, reconocerlos y exigirlos.

¿Cómo y en dónde están normados el derecho a la información y la libertad de expresión en México?

Se encuentran reconocidos en nuestra Constitución en el Artículo 6º y en el Artículo 7º. En el sexto, está explícitamente el derecho a la información y hay dos grandes apartados: uno tiene que ver con el derecho de acceso a la información pública, esto que decíamos, la posibilidad de conocer documentos que están en entes públicos que poseen los entes públicos. Y el siguiente apartado, el apartado b), tiene que ver con el tema de telecomunicaciones y

radiodifusión y cómo deben operar. Ahí están reconocidos precisamente los derechos de las audiencias y los derechos de los usuarios de las telecomunicaciones. Además, en este artículo se establece todo el marco jurídico institucional, tanto en el tema de derecho a la información como en el tema de telecomunicaciones y radiodifusión. En el Artículo 7º está precisamente la libertad de expresión, y ahí, explícitamente, se prohíbe la censura previa, es decir, que nadie puede ser censurado antes de que diga lo que tiene que decir.

¿Qué papel juegan las defensorías de las audiencias en términos del derecho a la información y a la libertad de expresión?

Los derechos de las audiencias se han ido reconociendo de manera particular en el mundo como derechos que, por un lado, constituyen o hacen constituir a las personas que escuchamos, que leemos, que vemos un medio de comunicación, como sujetos de derechos. Se les están reconociendo que son sujetos de derechos por ser audiencias y por supuesto esos derechos tienen su sustento tanto en el derecho a la información como en la libertad de expresión. Además, estos derechos lo que hacen es especificar, vamos a decir, van a establecer ciertos “cómo” debe ser la programación, debe tener ciertas cuestiones técnicas que permitan la calidad de lo que estamos, por ejemplo, escuchando en la radio o viendo en la televisión y también tienen que ver con temas, por ejemplo, publicitarios. Que no se confundan, por ejemplo, las noticias con la publicidad. Entonces, ¿quiénes se van a hacer cargo de ver que esos derechos se cumplan por parte de los medios de comunicación? Pues precisamente los defensores. Y a mí me parece que es una

figura fundamental; que es relativamente nueva en nuestro país, pero que precisamente nos ayuda a tener mecanismos de garantía o de tutela del cumplimiento de estos derechos de las audiencias.

¿Cuáles serían las condiciones que pudieran obstruir el derecho a la información y a la libertad de expresión?

Yo creo que en México hay en este momento muchas alertas sobre el tema de la libertad de expresión y del derecho a la información. Es algo que ya tiene tiempo, no es algo de ayer. Tenemos ya varios años, por ejemplo, con serios riesgos para los periodistas. Me parece que el tema de la violencia y de las amenazas a los periodistas es un asunto fundamental que, de alguna manera, impide la libertad de expresión de la manera más drástica, quitando la vida o amenazando un periodista, o golpeándolo, secuestrándolo, y me parece que ese es uno de los grandes temas o de los grandes factores que impiden la libertad de expresión y el derecho a la información. Sabemos que hay zonas en el país, sobre todo zonas en donde hay grupos de la delincuencia organizada, donde los periodistas no pueden dar, por ejemplo, la información completa, como decíamos al principio, porque hay riesgos fuertes para su vida. Creo que ese es uno de los grandes temas. Otro de los grandes temas que me parece que aún está en la agenda y que no hemos logrado resolver es el tema de la publicidad. Es decir, aquellos recursos con los cuales se financian los medios de comunicación, particularmente los medios de carácter privado, y que estos medios en algún modo, al vivir de esta publicidad, pues tienen el riesgo de que esta publicidad se utilice como un mecanismo de censura indirecta. La propia Comisión Interamericana de Derechos Humanos

(CIDH) a través de su relatoría de libertad de expresión ha dicho que éste es uno de los mecanismos más comunes. El hecho de que, ya sea un ente público o incluso entes de carácter privado, porque pagan publicidad puedan solicitar a los medios de comunicación que no transmitan ciertos contenidos o les quitarán la publicidad, eso es un tema que no se ha logrado resolver en nuestro país. Es uno de los pendientes en nuestra agenda. A pesar de que ya tenemos una legislación al respecto, sigue siendo muy discrecional el uso de la publicidad y sigue siendo un gran riesgo. Por otro lado, también creo que cuando hay un asunto de polarización, cuando tenemos una sociedad diversa que expresa puntos de vista, pero que no hemos entendido que una sociedad plural y diversa es la normalidad, que es lo propio de un régimen democrático y que por lo tanto todos tendríamos que escucharnos y que eso forma parte de la democracia, hay riesgos porque hay violencia excesiva, incluso violencia verbal. Hoy a través de las redes sociodigitales ocurre mucho que hay, digamos, amenazas, que hay advertencias, que la gente sobre reacciona frente a posiciones que son distintas a las suyas.

A mí me parece que esta polarización y esta intolerancia que es muy propia de nuestra herencia autoritaria, porque estamos construyendo una cultura democrática y me parece que aún tenemos, digamos, rasgos muy muy autoritarios, pues también es uno de los grandes pendientes que amenazan nuestra libertad de expresión. Entonces, esto es importante y ahí me parece que los gobiernos, los actores políticos, tienen que ser sumamente respetuosos y tienen que hacer todo lo posible para fomentar precisamente un clima de mucha mayor tolerancia y de mucha mayor libertad de expresión.

¿Para ahondar en estos temas qué fuentes de consulta recomiendas?

Yo les recomendaría mucho visitar la página de la relatoría de libertad de expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos porque hay muchísimos materiales. No solamente hay, por ejemplo, criterios jurisprudenciales que derivan de las decisiones que ha tomado la corte interamericana sino que también hay libros, hay manuales, hay videos, que nos explican cuestiones sobre la libertad de expresión. Algunas más, en un carácter o en un lenguaje más jurídico, pero también hay muchas herramientas de difusión que nos permiten comprender, a quienes no somos abogados o quienes no somos expertos, qué es la libertad de expresión. ¿Por qué es importante? Me gustaría decir que probablemente la Comisión Interamericana, la Convención Americana sobre Derechos Humanos misma y los demás instrumentos son los que más tutelan la libertad de expresión, incluso frente a otras regiones del mundo. Tienen un especial cuidado y una especial vigilancia, porque precisamente consideran que la libertad de expresión es el punto de partida para poder tener otras libertades. Entonces yo los invitaría a conocer esta página.

Condenar en masa al periodismo y a los periodistas ¿cómo amenaza los derechos que hemos comentado?

A pesar de que hoy todos colocan información, por ejemplo, en las redes sociodigitales, los periodistas siguen siendo fundamentales en una sociedad democrática para darnos datos que sean oportunos, que sean pertinentes, que sean verdaderos. Hay todo un debate sobre las noticias falsas que creo que no es el tema, pero bueno ahí lo hay. Entonces, el descalificar a los periodistas me parece que es sumamente

grave y es parte de este clima adverso que yo veo en este momento para la libertad de expresión en México. Es cierto que los periodistas deben formarse más, es cierto que los periodistas deben tener más herramientas para hacer un trabajo profesional en un contexto como el que vivimos, pero me parece que la descalificación es el primer elemento para generar violencia y eso pone en riesgo la libertad de expresión de ellos; pero también la nuestra, porque eso es interesante de comprender. Esta doble dimensión de la libertad de expresión; la libertad de los periodistas de decir cosas, pero también el derecho que nosotros tenemos a escucharlos o a conocer esas cosas, es la dimensión social de la libertad de expresión.

¿Los medios públicos se convierten en contrapesos a estas problemáticas de la libertad de expresión y del acceso a la información?

Yo creo que los medios públicos en cualquier país, pero particularmente en México, son fundamentales porque tienen una naturaleza y una función distinta en muchos casos de lo que son los medios privados. Un primer punto, un asunto es que no tienen el tema del financiamiento que planteábamos anteriormente del financiamiento privado. El problema en nuestro país es que los presupuestos que se les otorgan pues suelen ser insuficientes y no han fortalecido a los medios públicos; pero de entrada me parece que los medios públicos son importantísimos para dotar a las personas de datos que sean pertinentes, de datos que sean oportunos que les permitan tomar decisiones, porque el derecho a la información está vinculado con eso: ¿cómo yo, como persona, tomo decisiones en mi día a día? Hoy que empezaron las clases, por ejemplo ¿cómo sé a qué horas van

a tener que conectarse mis hijos y prender la televisión? ¿Cómo voy a poder acompañarlos? ¿Qué instrucciones me están dando? ¿Cuándo termina el período? Pues es a través de los medios que nos vamos enterando. Entonces yo creo que los medios públicos deben fortalecerse, creo que son fundamentales en una democracia y creo que eso también nos hace falta en nuestro país, fortalecerlos mucho más en términos, por supuesto, presupuestales, técnicos, de personal, etcétera.

¿Cómo discernir también entre mensajes de odio, falsa propaganda enarbolada como libertad de expresión?

Eso es muy importante. La libertad de expresión, como cualquier otro derecho, tiene límites. No hay ningún derecho fundamental que sea ilimitado. Siempre hay ciertos límites. Estos límites están establecidos en nuestra propia Constitución. ¿Cuáles son esos límites? Derechos de terceros, por ejemplo, el derecho a la vida privada de las personas o el derecho a su honor o a su reputación, ese es un límite; pero también es un límite la violencia. Incitar a la violencia o al odio o generar discursos que discriminen no es libertad de expresión, eso es un límite a la libertad de expresión. De hecho, ni en nuestra Constitución ni en los instrumentos internacionales se protegen los discursos de odio, los discursos discriminatorios, los discursos que llaman a la violencia. Estos discursos no están protegidos por la libertad de expresión y por lo tanto no puedo argumentar que es mi libertad el llamar a que golpeen a alguien. El establecer, por ejemplo, el decir cosas que puedan generar violencia, eso no está protegido y también es importante que lo entendamos porque debemos ser responsables al ejercer la libertad de expresión.

¿Como audiencias, debemos conocer los derechos comunicacionales para poder ejercerlos?

Así es. Como audiencias justo tenemos que conocer nuestros derechos para poder exigirlos y pedir la intervención de los defensores, que esa es su tarea. Si yo como audiencia sé que tengo derecho a que me pasen toda la información; que esta información sea completa y escuché una noticia de pronto que sólo trae un punto de vista y no traía otros protagonistas de esa noticia, pues entonces puedo llamar y decir, defensor me parece que se está violando mi derecho a una información que sea completa, que sea plural, que tenga todos los puntos de vista. Entonces es importante para las audiencias conocer sus derechos, porque solo así vamos a poder activar estos mecanismos de defensa que hoy tenemos, como serían las defensorías.

Capítulo 3

La responsabilidad de los medios

Raúl Trejo Delarbre

¿En dónde se origina la responsabilidad que tienen los medios de comunicación con la sociedad?

Los medios de comunicación son instituciones públicas, son instituciones que se desempeñan en el espacio público. Todas las instituciones ubicadas así —ente otras las escuelas, las iglesias— tienen responsabilidades. Pero los medios, además, son instituciones que tienen peculiaridades de las que se derivan responsabilidades específicas. Son instrumentos, o mecanismos o canales, que difunden mensajes a la sociedad, a sus audiencias. Por eso tienen responsabilidades desde tres puntos de vista.

En primer lugar porque los medios contribuyen a que las personas se informen, es decir, a que la sociedad defina sus concepciones del mundo, sus concepciones sobre las cosas que ocurren y han ocurrido. Por su capacidad para influir en la socialización de creencias y opiniones, los medios tienen responsabilidades de carácter específico. Vale la pena recordar que los medios no moldean automáticamente la opinión de las personas. No son jeringas —como se pensaba antes— que inyecten convicciones. Pero sí influyen mucho para que la gente cuente con información a partir de la cual se forma opiniones, creencias, puntos de vista.

En segundo lugar, los medios tienen responsabilidades específicas con las personas y con las instituciones de las cuales se ocupan. Por ejemplo, un medio puede servir para ensalzar a un personaje o a un grupo, o para denostarlos, pero eso que dice le suscita obligaciones adicionales. Si en un medio se difama a un ciudadano, esta persona tiene derecho a que se le repare esa opinión desfavorable si es que ha sido a partir de un infundio.

En tercer lugar y por último, los medios de radiodifusión, de manera concreta, utilizan un segmento del espacio radioeléctrico que es un bien finito y que es patrimonio de la sociedad. El Estado, a nombre de la sociedad, asigna a los medios de radio y televisión las frecuencias en las cuales transmiten. Ese derecho a usar un segmento del espectro radioeléctrico les asigna responsabilidades adicionales.

¿Cómo saber si los medios de comunicación están cumpliendo con su responsabilidad social?

Los medios son diferentes. En la radio y la televisión unos cuantos difunden mensajes a muchas personas más; se trata de medios –vale la pena recordarlo– de carácter autoritario. La radio no es democrática (yo sé que esto puede suscitar que la gente alce las cejas de pronto, de sorpresa), la televisión todavía menos. En esos medios, unos cuantos (propietarios, productores, conductores, etcétera) propagan mensajes para muchos más. Por eso es importante que haya contrapesos y formas de equilibrio delante de estos medios que son los más influyentes.

Otra cosa son las redes sociodigitales que son plataformas casi siempre de carácter abierto y en donde todos podemos difundir mensajes, aunque tengan alcances variados o no todos aprovechemos esa posibilidad.

En todo caso, ¿en qué debemos fijarnos como audiencias? Pues yo diría que en aspectos como los cinco siguientes.

En primer lugar: en la claridad del mensaje. Que entendamos lo que se nos dice y, si no, que preguntemos o que reclamemos, que el mensaje sea directo, que no esté envuelto en dobles intenciones o en una retórica que sea difícil de comprender.

En segundo lugar la veracidad, lo cual es imposible de lograr del todo en muchos casos. Cada medio puede tener un ángulo, su verdad desde la cual dice las cosas y en todo caso es importante que el medio o el comunicador nos expliquen desde dónde nos informan, desde el interés de un partido político, desde la defensa de principios de carácter ético, desde condiciones religiosas, etcétera, etcétera.

Tercero, es importante que haya respeto a las audiencias. Esto lo entiendo como la claridad, como la transparencia, que no haya agendas ocultas.

Es necesario, en cuarto término, que el mensaje sea interesante para nosotros (si no le cambiamos de estación, espero que no esté ocurriendo eso ahorita con esta transmisión). Que el mensaje nos diga algo, que nos entretenga, que nos cultive, que nos sorprenda.

Y por último, algo en lo que a veces se repara poco es la integridad de los mensajes. En radio esto es menos frecuente que ocurra pero en la televisión, con mucha frecuencia los contenidos se nos dan de manera segmentada. Una película grabada en blanco y negro que de pronto se transmite coloreada o un partido de fútbol que se interrumpe –no en el medio tiempo sino a los quince minutos, para meter un minuto de anuncios comerciales– son ejemplos de cómo se nos dan alterados e inclusive mutilados, sin respetar su integridad, los discursos audiovisuales.

Como audiencias, ¿cómo podemos ser corresponsables en ese deber que tienen los medios con la sociedad?

Las audiencias son las destinatarias de los mensajes. No hay medios de comunicación sin audiencias, pero con mucha frecuencia ese carácter autoritario –que decía yo que tiene la radiodifusión y que también ocurre en la prensa– lleva a que las audiencias sean menospreciadas, que no sean tomadas en cuenta, que se les considere solo como destinatarios acrílicos. Y esto nunca ha existido, pero hoy existe menos que nunca.

Las audiencias están formadas por gente que piensa, por ciudadanos capaces de reclamar, de decir lo que quieren. Por eso es importante que las audiencias tengan capacidad para discutir, para proponer, para exigirles a los medios. En esta tarea son muy importantes las redes sociodigitales que permiten que la gente se exprese, se queje, cuestione, diga sus verdades –que pueden estar equivocadas o no– para que los medios las tomen en cuenta.

¿Qué papel juega la ética del medio en esta responsabilidad social?

El asunto de la ética es algo muy importante y que no hemos comentado. La ética es un conjunto de principios de los cuales se dota una persona, una institución, un medio de comunicación en este caso, para advertir con qué se compromete. Puede haber un medio que diga, yo me comprometo con los derechos de las mujeres y a promover la igualdad, otro que diga yo me comprometo con principios religiosos (que en México está prohibido, pero a veces ocurre). Es muy importante que la ética se traduzca, en el caso de los medios, en códigos escritos para que sean conocidos por sus audiencias. Precisamente, a partir del

conocimiento de esos códigos las audiencias pueden saber a qué atenerse con un medio específico y así sabrán qué les pueden reclamar.

El asunto de los derechos humanos es muy importante, los derechos humanos se refieren también a la comunicación. La Declaración Universal de 1948 recuerda que la libertad de expresión es un derecho de todos los individuos, pero esta libertad tiene límites. Por ejemplo, en esta misma declaración se establece que no hay libertades absolutas. En la Declaración se habla de la presunción de inocencia: a nadie se le puede condenar ni calificar a partir de un delito que no esté comprobado y juzgado. Pero todo el tiempo en los medios de comunicación vemos –ahora menos en México, pero sigue ocurriendo– cómo a muchas personas se les atribuyen delitos que no necesariamente cometieron y esto ocurre mucho en información policiaca, pero también en la información de carácter político. El juicio de la multitud, que se expresa en medios digitales y en medios de comunicación de masas, suele reemplazar, o anticiparse a veces contradiciéndolo, al juicio de los tribunales y esto es grave.

Por último, la Declaración de los Derechos Humanos dice que es un derecho de las personas que no haya injerencias arbitrarias en su vida privada ¿Cuántas veces no hemos sabido en medios de comunicación –no sólo en asuntos ligados con la farándula y con los artistas que a veces exponen su vida privada como parte de su negocio– la vida privada de los deportistas, de los académicos, de los políticos? Con mucha frecuencia es utilizada para golpearlos o para crear imágenes desfavorables de ellos. En todos estos temas los medios suelen incumplir sus responsabilidades.

¿Qué responsabilidad social tienen las defensorías de las audiencias de los medios de comunicación?

Yo creo que todo defensor debe acudir a sus potenciales defendidos y en México, más allá de los medios públicos, por lo general las audiencias no saben que tienen instancias formales, institucionales, que están para defenderlos. En el caso de los medios privados hay una sola oficina, como ustedes bien saben, que concentra las tareas de defensoría de todos los medios privados, de todas las estaciones de radio y televisión que no son públicas. La CIRT, la cámara de la industria de estos medios privados, tiene una oficina que si las audiencias aprovecharan no se daría abasto. Es muy importante que los defensores de audiencias activos, los que son conscientes de la trascendencia social y pública de su trabajo, promuevan la existencia de este recurso que en efecto es tan nuevo que aún no nos acostumbramos a él.

Es muy importante que las defensorías no sean sólo intermediarios entre audiencias y medios, o no sean sólo intermediarios pasivos quiero decir. Es importante que sepan identificar y expresar qué opinan y qué quieren las audiencias, pero también que susciten la discusión. Aquí⁴ hay un ejemplo de lo que pueden hacer las defensorías para suscitar la deliberación, la instrucción también y la crítica por parte de sus públicos.

Finalmente, audiencias y defensorías tendrían que ser capaces de examinar, de monitorear, de hacer visible el desempeño de los medios para suscitar la discusión acerca de ellos o crear observatorios de medios, abrir sitios web donde se discuta a los medios, crear repositorios con los

⁴ Refiere a la serie <https://radioeducacion.edu.mx/serie-derechos-audiencias>

contenidos de los medios, lo que no siempre ocurre. Si me perdí el noticiero de la tarde, poder escucharlo a través de su repositorio, todos los contenidos deberían poder ser recuperados por sus audiencias y de ser posible con anotaciones críticas, o que complementaran el consumo audiovisual que ejerce la gente respecto de esos contenidos.

¿Cuáles serían las condiciones que impactan en contra de la responsabilidad social de los medios?

En general creo que dos grandes problemas en los medios de comunicación que dificultan la diversidad, que los alejan de sus audiencias y que refuerzan su autoritarismo han sido históricamente la concentración de muchos medios en pocas manos y la debilidad de sus contrapesos. Me refiero especialmente a los medios de carácter privado. Históricamente hemos tenido pocas televisoras y las radiodifusoras han estado en manos de unas cuantas cadenas. Eso se está acabando gracias a la digitalización de las frecuencias. En donde antes cabía uno ahora caben cuatro o más canales de televisión, en donde antes cabía una estación de radio ahora pueden haber más. Los empresarios privados no siempre quieren aprovechar la digitalización, que les supone más competencia. Pero esta nueva realidad, junto con la existencia de más contenidos en línea, está haciendo que disminuyan las audiencias de cada medio específico. Antes estaban muy concentradas, con hasta varias docenas de puntos de *rating* para una sola televisora o una estación de radio. Ahora no y ese cambio es desfavorable para el negocio de los empresarios pero es saludable para la diversidad a la que tienen derecho las audiencias. La gente ya sabrá si sigue escuchando o mirando el mismo canal, o si se asoma a esta nueva diversidad.

Por eso creo que promover la pluralidad, más opciones en los medios, reconocer el papel de las plataformas digitales y sobre todo fortalecer a esas fuentes de equilibrio delante de los medios privados que son los medios públicos, es una tarea muy importante de las audiencias, de la sociedad. Interesan estos temas de los defensores, pero también del Estado. En México el Estado históricamente ha sostenido, con muchas dificultades siempre, a diversos medios públicos, el Canal Once, el Canal 22, Radio Educación, el Instituto Mexicano de la Radio, etcétera, pero de manera inconstante y con frecuentes inconsistencias.

Me temo que hoy estamos frente a una etapa de involución respecto de los márgenes de libertad que habían ganado nuestros medios públicos. El actual gobierno federal considera que los medios públicos son patrimonio de los funcionarios y eso, desde luego, no es cierto. Desde hace seis años tenemos un sistema estatal de medios públicos⁵ que debiera estar al servicio de la diversidad de la sociedad y que lamentablemente funciona más como vocero del presidente de la República que como ejecutor de las obligaciones que le impone la Constitución y su norma reglamentaria.

¿Qué decirle al alumnado de hoy sobre las relaciones con el universo mediático?

Es indispensable reconocer el carácter dinámico que siempre tiene la Comunicación. La comunicación social, la comunicación de masas, se sustenta en desarrollos tecnológicos que como son negocio, que como ahora se ligaron con la digitalización y que ha cambiado casi toda la manera de

⁵ Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR); <https://www.spr.gob.mx>

hacer las cosas, tiene una evolución muy rápida y a veces desde el mundo académico no registramos con acuciosidad esta evolución. Hace tres décadas había colegas que se dedicaron a estudiar a los antiguos satélites de comunicación sin reparar en que ya estaban siendo desplazados por los sistemas de comunicación digitales. Había quienes seguían estudiando a la vieja radio, y que incluso demandaban más frecuencias en ella, sin reparar en que hoy en día, en línea, se pueden tener muchas más opciones, más diversidad y más facilidad con menor costo para difundir audio y video, con contenidos muy versátiles.

A los estudiantes de Comunicación, si es que están escuchando esta conversación, pues les agradezco su interés en este punto de vista pero sobre todo les haría una muy enfática exhortación a que actualicen constantemente sus conocimientos, a que afinen el espíritu crítico, a que no piensen que la Comunicación, si hoy es de una manera, tiene que ser así todo el tiempo. A que comprendan el carácter cambiante de los medios, a que se familiaricen con esta posibilidad fascinante que implica la transmisión de contenidos, sobre todo en el periodismo, pero también en otras áreas de la producción audiovisual. Y a que se preparen para discutir a los medios a partir de hechos, a partir de razones, y no simplemente a partir de emociones. Creo que hay mucho que hacer para seguir aprendiendo todos los días a entender, pero además a utilizar y a consumir, como audiencias enteradas, en los medios de comunicación.

Capítulo 4

Breve historia de los derechos de las audiencias

Laura Martínez Aguila

¿Cuáles serían, en general, los antecedentes históricos de nuestras defensorías de las audiencias en México?

La palabra *ombudsman* existe desde el siglo XIX, 1809, en Suecia y es justamente esta figura que se encarga de escuchar cuáles son las críticas, las sugerencias de la población. En Portugal a la figura se le llama *proveedor*; en Francia es *le mediateur*, el mediador; los hispanoparlantes le decimos *el defensor* y en Brasil es *el ouvidor* (esa diferencia entre proveedor u oidor entre Brasil y Portugal es más que nada una figura de herencia colonial).

De ahí tenemos en el siglo XX que hay una suerte de salto o de cambio en la incorporación de esta figura que escucha los reclamos o las críticas, las sugerencias hechas a la prensa escrita, entre 1922 y 1960 específicamente, en los periódicos de los Estados Unidos, empieza a existir el defensor del lector. También en España se incorpora esa figura. Japón en 1938 es un caso de llamar la atención, porque es de los pocos países de Asia-Pacífico en incorporar un defensor en la prensa.

Luego damos un salto geográfico y temporal a Sudamérica en donde Brasil va a la punta. En 1989 crean la figura del *ombudsman* para la *Folha de São Paulo*, el cual

hasta la fecha es el periódico de mayor tiraje y de mayor circulación incluso de referencia internacional para Brasil. Y ahí, otros periódicos incorporan también esta figura. Luego Colombia hace lo propio y ahí es son los periódicos *El Tiempo* y *El Colombiano* los que en 1998 también tienen un defensor del lector. Lo interesante de Colombia es que pasan de la prensa escrita a llevarlo a la televisión comercial.

Tenemos otro salto temporal, nuevamente a Brasil, a finales de la primera década ya del siglo XXI en el 2008, con el decreto a la creación de la EBC, la Empresa Brasil de Comunicação y junto con la EBC viene la creación de la *Ouvidoria* y el Conselho Curador, que es muy parecido a un consejo ciudadano, no es lo mismo, más resulta homologable. En octubre del 2009 Argentina, con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 26522 crea la Defensoría del público.

A nivel mundial e internacional, esos serían los principales referentes con que contamos.

¿En México, cuáles son las figuras pioneras más relevantes en este tema, sobre todo antes y ya después cuando se instaura la figura en la Ley?

Cronológicamente, comienzan en 2007 y 2008, con Canal Once y Canal 22, respectivamente, donde incorporan la defensoría de las audiencias. Es la radio, justamente aquí, Radio Educación, quien tiene la primera figura del defensor del radioescucha; esos son los tres pilares, porque la defensoría en Radio Educación es la que se vuelve la más visible, la más conocida.

Posteriormente llega el Mediador en 2009, en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y entonces todo

mundo voltea a ver lo que está pasando. Es interesante que en 2005 ya se estuviera pensando en defensorías de audiencias, porque nos recuerda lo que ocurrió con la Ley Televisa y este primer intento de modificación o nueva reglamentación de ley que teníamos desde 1960. Ahí ayudó la existencia de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI), pues fueron quienes intervinieron como sociedad civil. No tenemos ni siquiera el término de derechos de las audiencias, pero sí un concepto de derecho a la información, que permite dar esta pauta en defensa de derechos comunicativos.

Después de ese intento de ley, vino la Reforma Constitucional del 2013, con el Artículo Décimo Transitorio se enuncia como tales los Derechos de las Audiencias, estableciendo que la subsecuente ley los tratará y que sobre todo les dará forma a las Defensorías. Antes de continuar en el desarrollo del tema con la regulación y retomando los antecedentes, en el 2011 es de lo más interesante que tenemos la primera defensoría en un medio comercial: el ombudsman de MVS, donde estaba el ahora director de Radio Educación, el maestro Gabriel Sosa Plata. Él estuvo ahí a partir de 2014 y la defensoría en la radio comercial es emblemática porque no existía antes ni el ombudsman ni el defensor en ninguna radio comercial. Entonces, aunque quedaba acotada a los noticiarios, es una defensoría que recibe comentarios de las audiencias acerca de la programación en general. Cómo las audiencias están al pendiente de lo que pasa, lo que reclaman, exigen, en términos de chistes clasistas o sexistas. Es muy interesante lo que ocurrió con esa defensoría

Después de la Ley Federal del 2014, tenemos el Artículo 256 literalmente con los Derechos de las Audiencias; el 258 con los Derechos de las Audiencias con discapacidad, que

estos no se nos pueden olvidar, están ahí en la ley reconocidos. Y del 259 al 261 específicamente sobre las defensorías. Con esta Ley vemos el surgimiento de la Defensoría del Canal 14, un nuevo canal de televisión pública; se suma el defensor de radio y de TVUNAM, cuya existencia es relevante, al estar hablando de la radio y la televisora de la universidad pública más relevante en el país y con ese punto de referencia, comienzan a surgir muchas más.

¿En dónde recomendaría que las audiencias conozcan sus derechos?

Es una tarea deontológica a la existencia de las defensorías y de los defensores el promoverlos, asimismo se trata de una obligación por ley. Tenemos a nuestro cargo la alfabetización mediática, que es un gran pendiente el poder definirla, darle forma. En ese sentido, es importante acercarnos a las audiencias y decirles que los derechos son suyos. No son derechos del medio de comunicación, no son derechos del concesionario o derechos de la defensoría ni del defensor, son de las audiencias.

Acérquense, exíjanlos, pregúntenos, cuestionennos; ¿de qué se tratan, de qué van? ¿cómo puedo ejercerlos? Y una vez que yo emito mi queja, mi comentario, mi reclamo, ¿qué pasa? ¿Cómo paso de la enunciación de decir “esto no me pareció” al ejercicio del derecho? Es una pequeña transición cualitativa que es importante no únicamente decírsela a las audiencias como en ese sentido educador o adoctrinante; sino dialógico, porque ese es el cambio que trajeron los derechos de las audiencias, una vez que se incorporaron a la ley en 2014: abren la posibilidad a que, de la queja, la sugerencia, el reclamo, se abra una posibilidad de diálogo y de interlocución desde las audiencias hacia el medio de

comunicación, y no como estamos acostumbrados que sea siempre del medio de comunicación a las audiencias.

El doctor Raúl Trejo siempre dice que los medios de comunicación son instancias autoritarias porque son de pocos hacia muchos, los derechos de las audiencias permiten que esos muchos, aunque no sea una participación multitudinaria –no tomarán la Bastilla– van a trazar el diálogo, ese puente de interlocución, a partir de algo súper valioso que son los derechos reconocidos en la ley (LFTR).

Esta es una transición. De haber iniciado en una modalidad autorregulatoria, en términos muy coloquiales, la *buena onda* de la responsabilidad ética asumida inicialmente con los medios públicos; pasó a ser corregulatoria, porque ya está en la ley. Entonces, es una responsabilidad y obligación de los concesionarios, sean comerciales, públicos, o de uso social.

A las audiencias decirles: acérquense, pregúntenos y que se haga este canal para irlo fortaleciendo, porque si nos esperamos a crear estrategias de alfabetización mediática, nos quedaremos estancadas. El piso seguirá demasiado irregular. Entonces acérquense, los derechos son suyos y si tenemos dudas al respecto, ¿cuáles son? ¿qué hacemos? ¿cómo ejercerlos? ¿qué tiene que ver este programa, este contenido, con mis derechos? Pues ahí estamos las defensoras, los defensores y se los podemos aclarar.

¿Quién defiende los derechos de las audiencias como instancias a las que puedan acudir las y los defensores?

Tenemos a la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA), que forma parte de esta serie. En la AMDA se integra tanto a defensoras y defensores en activo como a quienes ya formaron parte de estas figuras, pero

que continúan con un compromiso con la comunicación, el derecho a la información, la comunicación pública, los medios, los derechos de las audiencias.

Está la Asociación Mexicana por el Derecho a la Información (AMEDI), que existe desde el 2001 dando seguimiento al contexto de la comunicación en México. Lo interesante de estas organizaciones es que pueden interponer amparos contra situaciones muy particulares de vulneración a derechos; como por ejemplo lo que ocurrió en 2017, la llamada *Contrarreforma* [a los derechos de las audiencias y a sus defensorías], donde se derogaron algunos derechos de las audiencias. El Instituto Federal de Telecomunicaciones también, entre sus atribuciones constitucionales, antes de la mencionada *Contrarreforma*, podía incluso establecer multas o sanciones a los concesionarios que sistemática o continuamente no respetasen los derechos de las audiencias.

En este ámbito contamos con la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), ambos usualmente acompañan posicionamientos públicos, tanto de AMDA y la AMEDI. Finalmente, tenemos a organizaciones de la sociedad civil de las radios comunitarias e indígenas, que también defienden el derecho a comunicar, el derecho a la información, y que atraviesa la causa para la defensa de los derechos de las audiencias. Miembros de la AMDA que mantienen el trabajo, así como vínculo constante con la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las audiencias (OID), que se conformó desde 2014, según su acta de creación y que también homologan esfuerzos desde la Defensoría del Público, de Argentina hasta México.

¿Cómo consolidar esta historia de los derechos de las audiencias en México?

Lo principal es la participación efectiva de las audiencias, sin duda. Acercarnos a ellas y que se acerquen a las defensorías. Sobre todo –algo que el maestro Sosa Plata ha mencionado– se necesita también la voluntad de los concesionarios. Necesitamos la voluntad y el entendimiento de profesionales en los medios de comunicación, de las personas que están con un micrófono al frente de los medios de comunicación, para entender que la actuación de nuestra labor, con ética, responsabilidad y apegada a los derechos de las audiencias, no es sobrerregulación de la libertad de expresión y tampoco es censura. Se trata de ampliar el derecho a la información, de ramificar este derecho humano en beneficio de los que están al otro lado de la comunicación mediática: las audiencias. Si lo viéramos solo de forma unidireccional, la comunicación se llamaría de otra forma, pero no, es un proceso que va de ida y vuelta.

En términos normativos regulatorios, la efectividad de los lineamientos generales sobre los derechos de las audiencias y el amparo interpuesto por AMDA ayuda a, que los lineamientos previamente establecidos, pudieran implementarse de nuevo; o crear nuevos lineamientos, con el respaldo del órgano regulador autónomo el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), eso sin duda ayuda mucho para la promoción y la defensa de los derechos. Definir y afianzar proyectos de alfabetización mediática para las audiencias en general, pensar en los grupos etarios que lo necesitan.

¿Cuál sería alguna defensoría que pueda ser modelo o referencia? ¿Qué le dirías al IFT, a las autoridades sobre la importancia de las defensorías de las audiencias?

La cercanía con la (OID) nos facilita estar al pendiente de lo que ocurre en América Latina, porque usualmente estamos muy lejanos. La Defensoría del Público en la Argentina ha sido paradigmática para lo que se ha hecho en México; creo que de ella podemos aprender dos cosas:

Se celebraba mucho su centralización, en tanto el poder de acción y de incidencia que pueden hacer en torno a lo que en Argentina llaman el derecho a comunicar y los derechos de las audiencias. No obstante, cuando la defensoría del público de la Argentina cambió su liderazgo —y esto coincidió con el gobierno de Mauricio Macri— se debilitó. Entonces todo aquello que parecía una red de lo mejor implementada, viene un gobierno, al cual no le interesa la comunicación pública, la confunde con comunicación gubernamental y enfrenta un desmantelamiento, cuya recuperación ha costado trabajo.

En ese sentido, más que crear el club de fans de la Defensoría del Público de Argentina, en tanto sí casos ejemplares de alcance a las audiencias; podemos aprender con sus experiencias ante los cambios en el contexto político y regulatorio. Quizá utilizar a nuestro favor en México una realidad de nuestras defensorías que nos parece todavía desarticulada, porque somos varias, prácticamente una por medio o medio público.

Los medios públicos más experimentados, por ejemplo, Radio Educación, que existe desde casi un siglo con la llegada de la radio a México, llevan ventaja en el conocimiento de sus audiencias. Sin embargo, hay otros que no tienen esa característica, son de más reciente creación.

Además, por el reconocimiento en la ley [a los derechos de las audiencias], con sus características como tales en el caso de México, pues podría decirse que estamos casi en la primera infancia de la existencia de derechos para las audiencias y algunas defensorías están por entrar a la pubertad o a la adolescencia.

Mirar y transformar esa desarticulación o fragmentación de defensorías en diversidad y pluralidad de las necesidades de los escenarios que tenemos en México, porque desconocemos mucho de lo estatal, lo generalizamos en *la provincia*; sin embargo, la existencia de estas defensorías nos puede ayudar a robustecer lo que tenemos actualmente de derechos de las audiencias para que no ocurra algo como lo que pasó con la defensoría del público en la Argentina, o como la *Ouvidoria* de la EBC. En agosto de 2016, luego del golpe contra Dilma, Michel Temer asumió la presidencia y eliminó por decreto al *Conselho Curador*. Dos años más tarde, Temer da otro golpe contra la EBC que ha quedado ya sin fuerza ni independencia editorial, y a partir de un decreto presidencial, emitido en septiembre de 2018, la *Ouvidoria* se convirtió en un apéndice al Poder Ejecutivo. Actualmente fusiona a la EBC con la Agência Brasil, fungiendo como vehículo para la prestación de servicios gubernamentales para los usuarios de servicios públicos; pero no más para la comunicación pública. De estos ejemplos podemos aprender a fortalecerlos.

Retomando el tema con el Instituto Federal de Telecomunicaciones nos conduce a que ya está ahí un amparo, hay una reglamentación, una normatividad con necesidad de robustecerse y ver qué pasa con los lineamientos en lo inmediato y a largo plazo.

Replantearnos lo que entendemos por alfabetización mediática. En estos momentos, la pandemia no nos per-

mite acercarnos a las audiencias o a las poblaciones para desarrollar proyectos presenciales. Posteriormente o aun en este periodo se podría revisar qué si se puede hacer. El IFT con su autonomía constitucional, tiene la infraestructura y los recursos para facilitarnos a las defensorías que echemos a andar este rubro. El trabajo hecho en la Cátedra UNESCO nos recuerda que no se tiene que partir de cero para iniciar en esos proyectos.

Finalmente, apelar a nuestros representantes en el Congreso que no apliquen otra contrarreforma como la de 2017. Se requiere de un mayor acercamiento tanto con la sociedad como con especialistas en comunicación para entender el porqué de esos derechos y por qué se necesita ampliar su alcance, más que mantener la regulación como está. Los derechos humanos, son progresivos, nunca regresivos; si los derechos de las audiencias se derivan de un derecho humano entonces estos no se pueden derogar, eliminar o echar para atrás. Eso es importantísimo de comprender.

¿Consideras que estas defensorías adolescentes tendrán que ejercer su imaginación para crear discursos que las audiencias asimilen mejor sus derechos?

Empieza a suceder, sin duda, se necesita creatividad y también, juntándolo un poco con la respuesta a la última pregunta, se necesitan recursos. Quizá la austeridad sea la madre de la creatividad, pero si no se tienen las condiciones materiales para llevar a cabo toda esa creatividad, estamos frente a una limitación importante.

Entonces requerimos de robustecimiento con los medios públicos para que la creatividad de las defensorías empiece a acercarse a sus audiencias. Las defensorías tienen una gran ventaja: la recepción de los mensajes, si bien no se

trata de una muestra representativa cuantitativamente, sí aportan un valor cualitativo para saber quiénes son las audiencias que participan y por cuál motivo. Esto facilita el saber cómo acercarte a ellas, desde qué línea discursiva, desde qué necesidades y para ello ayudan muchísimo las bases de datos de las defensorías una vez traducidas en un sentido más cualitativo.

Capítulo 5

Las defensorías de las audiencias en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión

María Lizarraga Iriarte

¿Cuáles son las prerrogativas y obligaciones explícitas en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión sobre Derechos de las Audiencias y las Defensorías? ¿Qué artículos hay que tener especialmente en cuenta?

Me gustaría partir por comentar que uno de los grandes avances que se tuvo con la Reforma Constitucional [2013] fue precisamente que se nos reconociera a las audiencias –porque todos somos audiencia, yo también soy audiencia– como sujetos de derecho en la Constitución. Se nos reconoció como audiencia y se nos dijo que íbamos a tener una serie de derechos que a su vez quedaron plasmados en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR, publicada en el Diario Oficial de la Federación en 2014)⁶.

Esta ley dedicó un capítulo, el capítulo cuarto, para decirnos cuáles son nuestros derechos, cómo se van a hacer

⁶ Cuando se hable de *Ley* en este texto es la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión o por su siglas LFTR.

efectivos o cómo se pretende que sean efectivos, cómo funcionaría esta gran herramienta que implementó la Ley –que no en todos lados existe– que es la defensoría de las audiencias y todavía hizo particularidades sobre audiencias que pueden ser más vulnerables, como las audiencias con discapacidad, en este capítulo conformado por cinco artículos realmente, del 256, 257, 258, 259 y 260 es en donde se habla en primer lugar de cuáles son estos derechos.

Es decir, tu como audiencia que estás recibiendo contenido, ya sea por medio de una estación de radio o de televisión radiodifundida –porque estamos hablando de radiodifusión– ¿a qué tendrías derecho? además de lo que ya la Ley trae de manera global. A que los contenidos sean plurales, que tengas una diversidad, que estos contenidos reflejen la idiosincrasia nacional, que sean un reflejo de lo que vivimos como país, que recibamos esta información de manera oportuna, que esta información, además, sea veraz.

Que los concesionarios se abstengan de transmitir publicidad disfrazada de información; es decir, que en un momento dado, nosotros estemos oyendo un contenido o que estemos viendo la tele y aquello que se nos presente sea publicidad y pretendan que es información, que es muy común sobre todo en programas de contenido y de variedad.

También habla de que se deberá de contar con un código de ética. Que este código deberá de responder precisamente a la manera en que cada medio vigila o cuida que se cumpla con estos derechos de las audiencias. Otro muy importante, que se respeten los horarios de transmisión. Es decir, si te dicen que un programa pasa un día a una determinada hora, que efectivamente ese programa pase ese día en ese horario. Claro, se entiende

que pueda haber problemas en la transmisión, lo sabemos y los vivimos, pero también dice la Ley, “muy bien, pues si lo vas a cambiar de horario o de día, avisa a la audiencia”. Yo como audiencia, por lo menos tengo que saber que ese programa cambió para no estar a la expectativa, entonces el medio tendrá que tomar sus previsiones.

El ejercicio de réplica, que si bien la réplica no está regulada en la LFTR, aquí se habla de que tenemos derecho a la réplica y que habrá una ley reglamentaria –que ya existe– en donde tu podrás saber cómo lo vas a hacer efectivo. Que se mantenga la misma calidad de video y audio a lo largo de una transmisión. Se refiere en gran medida, sobre todo a la televisión que es donde más sucede. Muchas veces, entre un programa y los anuncios comerciales, de repente se sube o baja el volumen, lo que pasaba mucho en el pasado para poder llamar la atención a lo mejor del televidente, en el momento en que van al anuncio comercial, para que tu voltees a verlo.

Y básicamente bueno, que se cumpla con todas estas disposiciones en materia de discapacidad. Hay un artículo específico precisamente en donde se habla de los servicios de subtítulo, por ejemplo, en televisión, que las audiencias con discapacidad auditiva tendrán derecho a que en los canales con más del 50 por ciento del territorio nacional se cuente con el servicio de subtítulo y que los noticiarios de mayor audiencia también lo tengan. También en materia de audiencias con discapacidad, dice que se coloque la programación de manera accesible para las personas con discapacidad, entonces, para estas personas debes tener o una línea telefónica o un sitio en internet en donde tu publiques esa programación.

En general, obviamente el respeto de todos los derechos humanos y el interés superior de la niñez que también lo

trae la Constitución en el Artículo 3º y que en ese sentido es muy amplio, no viene detallado como tal en qué se deberá de respetar, pero bueno es como un paraguas que cubre todos los derechos de las audiencias. ¿Qué más trae esta Ley (LFTR)?

La Ley nos habla también de cómo deben de ser estas defensorías. Nos dice, oye tú audiencia, para que puedas hacer efectivos tus derechos de manera inmediata con el medio, para que te puedas quejar o le puedas decir “oye siento que estoy siendo vulnerado porque no me avisaste, nunca me avisaste que cambiabas este programa, no lo pusiste en tu pantalla no lo dijiste en tu programación y en ningún momento, yo llegué y sorpresivamente ... para mí o más bien para la ley, estás violando mis derechos. ¿Quiero saber qué procede?”.

Para eso, la Ley específicamente previó que existiera, pues no voy a decir que es un moderador, pero sí esta persona que es el defensor o defensora de la audiencias, que también quiero aclararlo, trabaja para las audiencias, no trabaja para los medios, se debe a las audiencias y ese debe de ser su trabajo, conocer las quejas que estas audiencias tienen, valorar de ellas cuáles son efectivamente las que están vulnerando sus derechos y en consecuencia hablar con el medio y buscar la manera de remediar y poderle dar una respuesta que es muy importante a esta audiencia. Entonces, ¿qué dice esta Ley?

La Ley dice que cada medio debe contar con un código de ética y en este código de ética, el medio debe de plasmar cómo va a ser el actuar de su defensor, cuáles son los mecanismos que va a poner para que exista esta mediación y cuáles son las maneras como ellos van a llevar a cabo la salvaguarda de estos derechos.

Esto también está en la ley. Lo que sí estableció la Ley después de una modificación del 2017 es que cada medio podrá determinar su código como él quiera y la única obligación que tienen es inscribir tanto este código como al defensor de las audiencias en el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y en ese sentido, la única obligación del IFT es registrar.

¿A quién rige esta LFTR y cuáles son las instancias que pueden garantizar a las audiencias se cumpla con sus derechos?

Para cualquier medio de comunicación público, comercial, social, comunitario, aquí la obligación es pareja para cualquiera que esté prestando un servicio de radiodifusión. Por ejemplo el SPR (Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano) tiene su propia obligación para con su audiencia y tiene que cumplir con todos los mecanismos que deben tener implementados, Radio Educación tiene los suyos y vigilan su cumplimiento, así los medios comerciales como Imagen, cada medio es dueño al final de cuentas y responsable de lo que transmite. Por un lado, recordemos que hay libertad programática, y por el otro lado es también responsable de lo que le responde a su audiencia. Tiene que tener su propio defensor o un defensor común, eso también la ley lo deja abierto, puede ser un defensor para varios medios o para uno sólo, pero sí debe tener un código de ética, porque es el que regula lo que tú transmites no todos los medios transmiten lo mismo.

Ahora bien, ¿qué instancias están encargadas hoy en día, de acuerdo como quedó la Ley, de vigilar que se den cumplimiento a todas esas obligaciones? Pues es el IFT, un poquito más restringido de lo que estaba originalmente en la Ley después de la modificación del 2017, pero

sigue existiendo esta obligación de nombrar al defensor, de inscribirlo, de tener un código de ética. Todo esto se tiene que hacer ante el Instituto y éste tiene la obligación de sancionar a un defensor de las audiencias que no esté cumpliendo con su trabajo.

Si un código de ética dice que un determinado medio dará respuesta a la audiencia, a una queja, en no más de 15 días, en el momento en que no se esté cumpliendo esto, por ejemplo alguien se queja de que no le avisaron del cambio de un programa –es lo más sencillo que parece lo más tonto, pero luego es en lo que más se puede caer– y pasa un mes y la defensora no le contesta, su código dice que le tenía que haber contestado a los 20 días, puede ir con la autoridad, en este caso con el IFT y decirle, mira, “aquí están todas mis pruebas, hice perfectamente mis preguntas, este es el escrito o correo, me contestó que me iba a verificar con el medio lo sucedido y me daría respuesta (esa parte sí la tenemos un poco con educación la de ‘ya recibimos tu queja y en breve te daremos respuesta’) pero nunca me llegó esa explicación”. En ese sentido, la misma ley contempla una sanción específica para el defensor. Creo que es más duro por el actuar del defensor, por el incumplimiento, que con el medio. Exactamente, ¿por qué? Porque en este punto quien se debe a la audiencia y quien tiene esta responsabilidad sí es el defensor. El medio incurrió en algo que está mal y también podrías caminar por otro lado al quejarte directamente, pero el camino para una queja de la audiencia siempre será el defensor y el defensor siempre deberá de contestar, ¿qué? Lo que el medio le diga o lo que el propio defensor pueda, incluso muchas veces dilucidar de ese momento, pero sí no es así, es el Instituto Federal de Telecomunicaciones quien buscará la respuesta y sancionará al defensor.

¿Hay todavía espacios grises en torno del quehacer de las defensorías?

No es tanto que haya zonas grises. Creo que lo que sucede es que, si las audiencias no conocen de antemano cuáles son sus derechos, es difícil que los puedan hacer efectivos. Derechos que no son conocidos, pues es como si no existieran. Más que zonas grises, creo que cada quién hace la parte que le toca de todo esto –desde que estaba en el Instituto he insistido mucho de que también es una responsabilidad del propio medio– el hacer conocer a las audiencias cuáles son esos derechos y cuáles son los mecanismos que están implementados precisamente para que ellos los puedan hacer efectivos, o puedan quejarse en un momento si los sienten vulnerados o se sienten vulnerables en sus derechos *per se*.

El problema es que no hay un conocimiento general de estos derechos. Es muy difícil. La audiencia piensa cosas que luego no son necesariamente sus derechos. “Mi derecho es que no acabe este programa, que siga eternamente. Mi derecho es que la telenovela no acabe así porque mataron al bueno y yo quería que mataran al malo. Quiero que la radionovela dure 800 capítulos más”, ¿no? Por ejemplo. Entonces, ese es el punto en donde es muy difícil que la audiencia sepa que eso no es un derecho si nunca se lo hemos dicho. Y aquí es donde cobra importancia la alfabetización mediática. Lo comento mucho cada vez que hablo de alfabetización mediática, que he tenido muchos señalamientos de la industria que dice, “¿estás diciendo que la audiencia es analfabeta, que no sabe?” No, el problema es que esto es nuevo, es un tema nuevo. Todos crecimos sabiendo cuáles eran nuestros derechos civiles, humanos, porque nos los machacaban en Historia,

en Civismo, en Ética, y al final de cuentas tú sabes ya hoy en día que tienes derecho a votar –es el derecho a lo mejor más conocido, además por toda la publicidad que se le da– pero, ¿cuánto tiempo ha pasado y cuántos medios de comunicación y cuántos mecanismos han existido para que todos sepamos hoy en día que tenemos ese derecho? Y habrá gente que no lo sabe, dije uno que me parecía el más obvio.

Entonces, ¿qué sucede? La audiencia no sabe que tiene derechos. La audiencia no sabe que está mal cada vez que le suben el volumen que tiene derecho a oír la tele sin alteraciones en el audio, derecho a no tener que subir y bajar el volumen, cada vez que empieza un programa y acaba la publicidad. Entonces, si no lo saben, no lo van a poder hacer efectivo y si no saben cuáles son los mecanismos de cómo hacerlos efectivos, pues mucho menos. Porque yo ya sé y me va a dar mucho coraje que cada vez que suban o bajen el volumen, pero si yo no sé qué hay una instancia a la cual yo puedo recurrir y con la cual me puedo quejar y decir “eso que estás haciendo está mal, exijo por favor –o ni por favor– que no lo hagan, la ley lo exige y no es posible que tú lo sigas manteniendo”.

En tanto hay un desconocimiento, más que una zona gris, yo hablaría del desconocimiento general que hay sobre cuáles son nuestros derechos como audiencia, ¿qué es un defensor? ¿cuál es realmente su función? –no la que nosotros asumimos o pensamos, y qué va a ser el buzón de quejas de cualquier concesionario. Mientras todo esto no se clarifique y la audiencia no lo tenga más digerido y sepa cómo hacerlo efectivo, vamos a seguir estando en el mismo lugar. Los derechos podrán existir, pero no serán efectivos. Las defensorías estarán ahí, pero tampoco podrán actuar como deben porque lo que les está llegando muchas veces

no tiene nada qué ver con los derechos de las audiencias, ese es el problema.

¿Además de recibir y responder comentarios, qué deben hacer las defensorías?

Al final de cuentas hoy en día son promotores de la alfabetización mediática. Y no nada más enfocada a que tú conozcas tus derechos y sepas cómo ejercerlos. También para que te vuelvas una audiencia crítica. Y ser crítico va en todos los sentidos. Que te vuelvas más pensante y razonar más todo lo que estás recibiendo. Por ejemplo, en la pandemia, las *fake news*, la desinformación que ha habido alrededor.

La alfabetización mediática busca que tú puedas dudar y ser crítica y decir “ay vaya, eso que están diciendo no tiene como mucho sentido, voy a buscar otras fuentes y me voy a enterar que efectivamente si esa es una nota real, si es verdadera o si me están manipulando”. La alfabetización mediática no solamente busca que sepas tus derechos y cómo hacerlos valer, sino también busca que tú te vuelvas una audiencia mucho más crítica, que puedas aprender a diferenciar a hacer un juicio de valor. Es más, si ya no me diferencié el medio la publicidad del contenido informativo, yo ya me di cuenta de que no lo estás haciendo. Y para darme cuenta, necesito hacer este análisis crítico. No es nada más porque asumo que puede ser sino sé que claramente lo es (publicidad o inserción pagada) y no me lo están diciendo, por lo tanto están violando mis derechos. Ese análisis crítico ¿qué conlleva? Al final la alfabetización mediática, informativa, lo que busca es que todos nos convirtamos de alguna manera en productores de contenidos. Es raro, porque dirás ahí están,

voy a hacerlos a todos productores, van a querer todos ir a la estación a pedirme sus programas. No, hoy en día hay muchas maneras de hacerlo, pero precisamente llevarlos a ese universo en donde se convierten en productores de contenidos te permite como medio que sean más sensibles a entender cómo es que se hace un programa, todo lo que hay detrás de un programa. Por ejemplo, derechos de autor. Oye, quiero que vuelvas a pasar, no sé, el concierto fulano de tal. La ópera, pero claro, no tengo derechos porque tuve derechos para transmitirla una vez porque lo transmití en vivo y en directo, pero del evento que lo transmitió ya no puedo retransmitirlo porque no tengo derechos. Eso sería muy complicado, tener a todas las audiencias hoy en día con este sistema que tenemos nada más aprendiendo. Pero si poco a poco, la alfabetización mediática estuviera no nada más inmersa en los medios sino también en la currícula escolar, pues estas generaciones crecerían mucho más sabiendo cuando ocurre algo, “ay espérame, sí hay detrás mucha más historia, no es tan fácil”. Tengo que comprender cómo funciona un medio y para comprender cómo funciona tengo que aprenderlo, no hay manera que hoy lo sepa de la nada. Entonces, si la alfabetización mediática no fuera una acción nomás de los defensores –yo sé que los defensores lo hacen– que fuera una acción del medio *per sé*, que fuera una acción de la Secretaría de Educación Pública por medio de la currícula escolar. Si eso lo tuviéramos en general, tendríamos audiencias que podrían saber de alguna manera que si ya pasaste el último capítulo pues era el último capítulo, no hay manera que vuelvas a pasar el capítulo uno mañana porque tenías derechos de transmisión para los cien capítulos que ya se acabaron.

Que yo sé que muchas veces son las quejas que llegan por parte de las audiencias y sé que los defensores terminan siendo mediadores de temas que no necesariamente son derechos de las audiencias. El, “oye, ¿qué pasó, por qué no está este conductor?; porque ya se fue. Oye, pues simplemente se enfermó, ya no quiere trabajar”. Muchas cosas, el presupuesto, o también te pueden llegar cosas que como medios públicos tiene mucha lógica –y de hecho la ley así lo prevé– que te lleguen a sugerir qué tipo de programas o cosas así, porque como medio público te debes a todas las audiencias, a todos los que al final de cuentas te dan razón de ser como medio público. Para eso la ley previó otras cosas, previó que tengas un consejo ciudadano, que ese consejo lleve a cabo revisiones de la programación. Entonces, pues bueno, si como medio público tienes muy bien diferenciado a dónde llega cada cosa, “a lo mejor este tema que me traen no es mío, pero como medio público sí debo de atenderlo porque efectivamente vivo de un presupuesto público y me debo totalmente a las audiencias y en eso sí es a todas las audiencias entonces te voy a direccionar esta queja o solicitud al consejo ciudadano y que el consejo oiga tu petición”, por ejemplo. En el sentido estricto, no sería el trabajo de la defensoría, pero en un sentido real sí, la audiencia no conoce el alcance del defensor y no le vas a contestar “perdón, esto no es una queja de las audiencias y adiós”. Más bien, “¿sabe qué, si, no es una queja en relación a los derechos de las audiencias, sin embargo, como medio público tengo este mecanismo, lo voy a direccionar”. Y creo que al final de cuentas por eso es importante lo que dije, la defensoría de las audiencias se debe a las audiencias, no se debe al medio. Eso es importante verlo siempre y creo que esa perspectiva le puede ayudar a cualquier defensoría para entender cómo debe de contestar.

Capítulo 6

¿Cuáles son los derechos de las audiencias?

Beatriz Solís Leree

¿Cuáles son los derechos de las audiencias en México explícitos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión hoy en día, en noviembre de 2020?

Los derechos de las audiencias fundamentalmente son los que están en Ley, pero me gustaría plantear que los derechos de las audiencias forman parte de un gran derecho paraguas que es el derecho humano a la Comunicación. De ahí se desprenden posibilidades del ejercicio de muchos derechos. El derecho a la información, por ejemplo, es un derecho que nos permite ejercer otros derechos como ciudadanos. Es un vehículo que nos permite el ejercicio de otros derechos como parte de nuestro derecho humano a la Comunicación. Del derecho a la información que tenemos en nuestra propia Constitución, de ahí se desprende un derecho de los ciudadanos, es un derecho ciudadano que en el momento de estar en contacto con los medios de comunicación y sin perder mis derechos como ciudadano se agregan nuevos derechos en función de mi vínculo con los medios.

No debemos perder de vista que la radiodifusión, en el 2013, fue declarada por la Constitución como un servicio público de interés general. Y eso me parece que cambia radicalmente el asunto. Nosotros tenemos el derecho a

recibir este servicio público y el Estado tiene la obligación –como con otros servicios públicos– de garantizarnoslo. Y en este momento debo decirles que los derechos de las audiencias se encuentran en vilo, se encuentran en riesgo, a partir de una reforma a la Ley que hubo en el 2017⁷. Sin embargo, están en la Ley y debemos avanzar para poder ejercerlos y darles vitalidad. En principio, conocerlos ya que un derecho que no se conoce no se ejerce y un derecho que no se ejerce, pues desaparece. Entonces no vamos a permitir que los derechos de las audiencias desaparezcan por falta de su ejercicio y de su conocimiento. Y me parece fundamental que hoy nos pongamos a reflexionar acerca de los derechos de las audiencias como parte del derecho humano a la Comunicación que tenemos todos los ciudadanos.

Me preguntan específicamente, ¿cuáles son esos derechos?

Desde la Constitución, cuando se reformó en 2013, en su Artículo 6^o, ya se incorporan derechos para las audiencias. Porque la Constitución les da a los ciudadanos el derecho a recibir servicios de radiodifusión en condiciones de competencia y de calidad. Eso ya se convierte en un derecho de todos nosotros. Tenemos derecho a recibir servicios de radiodifusión en condiciones de competencia y calidad desde la Constitución. La propia Constitución está reconociendo el derecho a la transparencia publicitaria, a que no se confunda la información con la publicidad, desde el Artículo 6^o. Tenemos derecho a que cuando nos den información no nos den publicidad como si fuera información o que la distinguan con claridad. El derecho a tener medios públicos con participación ciudadana, desde la Constitución está establecido. Tenemos el derecho a una programación infan-

⁷ Ver Capítulo 8.

til protegida. Tenemos derecho de acceso al internet y a la banda ancha para poder ejercer un derecho, que es el derecho a la información y el derecho a la Comunicación.

Por otra parte, en 2014, el Artículo 256 establece con mayor precisión ocho derechos de audiencias y en el 258 los derechos de las audiencias con discapacidad. Lo que desapareció o se desdibujó [en 2017] fueron los mecanismos para su protección y garantía. Que eso es por lo que estaríamos peleando. Sin embargo, hay un paso intermedio entre la definición misma de los derechos que están en Constitución y en Ley y la obligación del Estado de generar mecanismos para su protección y garantía. Y ahí en medio de eso están los defensores de audiencias que son hoy los que estamos conscientes de que somos el vínculo entre el ciudadano y el medio de comunicación y tenemos que reforzar y fortalecer el conocimiento de los derechos de los ciudadanos. Ya no son meros números de *rating*. Ya no son meras audiencias pasivas, son sujetos de derechos y como tales tenemos que abordar y tratar a los ciudadanos.

¿Cuáles son los derechos de las audiencias que no están explicitados, pero que están comprendidos por la norma?

A mí me parece que sí hay unos derechos que por Ley están en la Ley Federal de Telecomunicaciones que es el Artículo 256. Sin embargo, como mucho lo hemos reflexionado son estos siete, ocho derechos que me parece que se quedan absolutamente cortos porque “cualquier obligación que la Ley, la LFTR u otras leyes”, establezcan como obligaciones de quien nos da la comunicación, quien emite la información, titulares de los medios de comunicación, que tienen el privilegio de comunicarse con nosotros, nosotros tenemos derecho a exigir que esa información que nos den, se atenga

a las obligaciones que por Ley tienen. Toda obligación de un concesionario puede revertirse en un derecho de la audiencia aunque no esté explícitamente establecido como derecho de audiencia.

¿Para hacer valer nuestros derechos como audiencias, qué más tendríamos que hacer como audiencias?

Yo siempre les comento que tenemos que cumplir una serie de escalones o de pasos para el pleno ejercicio de nuestros derechos el primero es conocer; el segundo evaluar eso que conocí y si eso que yo conocí no se cumple, denunciar, exigir y si eso que yo conocí, evalúe y se cumple y se atiende, difundirlo, reproducir. El último paso es transformarlo modificarlo en el ejercicio mismo que podamos tener. El primer paso es conocer, evaluar, exigir, denunciar y difundir y luego transformar. Esto, para poder caminar este pequeño camino, pero bastante lleno de atajos y de barreras para que pudiéramos avanzar y sentirnos plenos como sujetos de derechos con relación a los medios de comunicación. El que esté libre de ser audiencia de un medio de comunicación, que tire la primera piedra y nunca he recibido una pedrada.

¿Está lejos la posibilidad de que las audiencias sean más ciudadanía y menos solamente consumidoras de medios?

Para organizarse necesitan conocer que son sujetos de derechos, necesitan conocer sus derechos y necesitan empezarlos a ejercer. Para que no sean sólo derechos de papel. Por decir algo, en la LFTR, uno de los primeros derechos que tenemos establecidos como tal es recibir contenidos que reflejen el pluralismo, ideológico, político, social, cultural y lingüístico de la nación. No poca cosa, eso lo podemos desprender y convertirlo como en diez derechos intermedios. Recibir

contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico del que somos parte. Entonces tenemos que poder evaluar si lo que estamos recibiendo de los medios es eso y lo atiende. Recibir programación oportuna que incluya diversos géneros que respeten la expresión de la diversidad y la pluralidad en las ideas y las opiniones, ese es un derecho que tenemos las audiencias, que no me des nada más una mirada, una visión de las cosas, sino que reflejes esa pluralidad y diversidad que somos y de la que formamos parte como país, como nación. No somos robots. Estaba en la Ley que se nos diferencie con claridad la información que es noticiosa de la opinión de quien la presente, sin embargo, este derecho se acotó con la reforma de la que hablábamos en 2017. Se acotó a que este derecho es solamente para la información noticiosa no en otros programas. Se acotó, pero sigue ahí. Tienes que diferenciar con claridad, lo que es información a lo que es tu opinión, nadie está diciendo que no me des tu opinión, simplemente que me digas que es tu opinión. Tengo derecho a que se me aporten los elementos necesarios para distinguir entre publicidad y el contenido de la programación, que no me des como si fuera información una nota publicitaria pagada. Este derecho también se acotó con la reforma del 2017 y también se acotó sólo a las noticias como si en los contenidos de los programas, lo sabemos perfectamente bien, por ejemplo, en televisión, pues no aparece la protagonista tomando de la mano el champú con el que se acaba de lavar la cabellera, mostrándolo en pantalla del contenido, de su narrativa, pero con el champú enseñando bien clara la marca. Eso es una publicidad que no se distingue claramente entre publicidad y el contenido de la programación. Que se respeten los horarios de la programación o avisar de los cambios. Que se respete la misma calidad y nivel de audio y video durante

la transmisión de la programación y la transmisión de los anuncios. Que se respete la misma calidad de audio y video. Eso sucede y que podemos quejarnos si esto sucede. Que se respeten los horarios aunque también tenemos nuestras dudas con respecto a la clasificación horaria de los programas últimamente, pero si tu me dices que este programa es para niños, respetes la calidad de la programación que me estás transmitiendo. Porque acordémonos que el primer derecho es precisamente cuidar una programación infantil protegida.

¿Cuáles son nuestros talones de Aquiles en materia de defender nuestros derechos como audiencias?

Obviamente el trabajo de las defensorías más allá de lo que dice la ley que es registrar y recibir todos y cada uno de los comentarios de las audiencias que no necesariamente va a ser sobre reclamos y quejas de que se violentaron sus derechos simplemente promover y estimular que los ciudadanos se acerquen a los medios, quieran comunicarse con el medio, pidan alguna programación, hagan una solicitud, una sugerencia, den su opinión sobre la programación. Todos esos datos son valiosísimos, nosotros como defensores tenemos que recuperar y sistematizar. Y sobre todo, si se está violentando un derecho, tratar de llegar a las últimas consecuencias para resarcir precisamente esa falta. Ante la ausencia de instituciones que hoy garanticen y generen mecanismos para que esos derechos se atiendan y se resuelvan nosotros tenemos que llevar a cabo una labor pedagógica, una labor de acercamiento, de seguimiento y pedagógica para con las audiencias. Además, tenemos que ampliar la lista de los derechos. Yo siempre sugiero también –a los defensores particularmente, pero también a

todos y cada uno de los miembros de las audiencias– que no solamente revisen la ley específica en la materia, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, porque en la Ley General de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes que existe y está vigente en México, y que sí tiene instancias de garantía, existe todo un capítulo dedicado a la relación entre niñas, niños, adolescentes y los medios, y tiene artículos muy puntuales y específicos que podemos leer. La Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia tiene artículos que tienen que ver con el tratamiento que los medios dan a las mujeres. Y así en todos los casos. La Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación también los tiene. Hay otros ordenamientos y los defensores tenemos la obligación de ir ampliando ese escenario y ese universo de los derechos para las audiencias.

Capítulo 7

El perfil de las o los defensores de las audiencias

Jerónimo Repoll

¿Qué cualidades debe tener una persona defensora de los derechos de las audiencias?

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión comprende precisamente cuáles son los requisitos para quienes vayan a ocupar o pretendan ocupar defensorías de las audiencias. Creo que se quedan cortos, pero al mismo tiempo vale la pena recuperar lo que allí se propone, tratando de dar cuenta del espíritu que tiene esta serie de Radio Educación. El perfil está contemplado en el Artículo 260 de la Ley. Supone y a la letra señala que debe tener al menos 30 años cumplidos. Este es un requisito muy formal, pero al mismo tiempo pertinente si consideramos el segundo que implica un reconocido prestigio en materia tanto de telecomunicaciones como de radiodifusión. Y dos requisitos más que a mi parecer son significativos, ya que deberían suponer, en un espacio como la defensoría que viene del campo de la ética y con el marco legal del 2013-2014 (Reforma Constitucional y Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión) se transforma en un andamiaje jurídico que implica que no tenga o que no haya sido condenado con un delito doloso, haya ameritado prisión por más de un año y que no haya laborado con el concesionario respectivo

durante un período previo de dos años. Estos son los cuatro requisitos que establece la Ley, son enunciativos más no limitativos y si uno transita a los lineamientos que emitió el IFT en 2016 y que después fueron impugnados y llevados a un litigio ante la corte suprema, veremos que en realidad estos requisitos deberían ampliarse o por lo menos deberían profundizarse si queremos mantenernos en ese marco.

Hay que conocer muy bien cómo funciona el medio, ser neutral, no querer quedar bien, ¿qué más?

Me das pie para otras cosas. No me quiero quedar en el confort del marco legal y por ello voy a recuperar, de forma transversal, los requisitos enunciados. Me parece fundamental, en la conversación que mantuvimos con Ana Cecilia Terrazas, cuando ésta enuncia siete⁸ requisitos desde el lado del hacer, de la defensora. Su expertise no es gratuita, pero hay una línea transversal que interroga de manera significativa el perfil de los defensores y las defensoras de audiencias. Al respecto valdría la pena hacer un rodeo o una mínima digresión que tiene que ver con una carencia en la concepción de la audiencia, que también está en el propio marco legal. Solemos dar por sentado que todos entendemos de qué estamos hablando cuando hablamos de audiencias, sobre todo cuando el marco legal las termina concibiendo como meros receptores de una señal televisiva o radiofónica. En realidad es mucho más que eso cuando nombramos a las audiencias. En un artículo de la revista de la AMEDI, que

⁸ Las siete cualidades mencionadas por Terrazas: conocer bien el medio; conocer la profesión y la práctica de hacer contenidos mediáticos, incorporar las novedades y otras cosas que ocurran afuera del medio; ser neutrales; ser amables; no querer quedar bien con nadie y ser humildes, estar siempre disponibles para aprender y corregir errores.

se titulaba "En defensa propia" (Repoll, 2005) cuestiono esta concepción de audiencia minusválida, audiencia menor de edad que está concebida en la lógica del "defender". Pero también en la propia lógica del defender valdría la pena preguntarnos de qué defendernos o de qué defender a las audiencias o de quiénes. Y ahí me parece también que hay un prejuicio sobre el medio, documentado históricamente. No es lo mismo, como subrayaba Ana Cecilia, pensar una defensoría para un medio público que para una concesión de uso social o para medios comerciales. Lo cierto es que cuando pensamos defensorías o cuando la Ley piensa en defensorías, piensa fundamentalmente en defensorías de audiencias de medios comerciales cuyo criterio no son los derechos de las audiencias sino justamente el fin de lucro. En tal sentido, considero que tenemos que empezar justamente por no hacer generalizaciones, pero a partir de eso preguntarnos también, en este justo medio como se planea, que no se trata solamente de defender a las audiencias sino también de reconocer la práctica de quien está haciendo la comunicación desde el medio. Entender, en definitiva, que no se trata de una lógica maquiavélica donde los hacedores de la radio o de la televisión pretenden manipular, influir a las audiencias. No digo que no lo hagan, por supuesto. Eso lo hemos estado sosteniendo durante muchas décadas, pero hay mucho más que eso. Y es ahí donde debemos afianzar el catálogo de características que tiene que tener un defensor o una defensora. En general, considero que las defensorías atienden a esta concepción limitada de audiencia, correspondiendo a ésta una concepción limitada de las defensorías, restringida a mero intermediario y, en el mejor de los casos, para defender a las audiencias del medio. Me parece que no pasa por ahí. Creo que tendríamos que empezar a desmontar esta lógica basada en una valencia

negativa del medio y en un prejuicio que minusvalora la capacidad de acción de las propias audiencias.

¿Cuál es un perfil óptimo de nuestros defensores en función de características latinoamericanas-mexicanas?

En el libro *Estudios culturales de audiencias* (2010) yo me enfrento con una tradición de estudios de audiencias que está más centrada en la lógica administrativa, en una lógica de concebir a las audiencias en términos de sumatoria, de alcance, por tanto de *rating*, en una concepción como meros consumidores y una concepción que históricamente ha estado asociada a la idea de audiencias pasivas. En cambio, cuando yo trabajo en esta tradición de los estudios culturales, tanto la anglosajona como la latinoamericana, pienso más bien en una concepción de audiencia que por supuesto no sólo no es pasiva sino que nos permite pensar la recepción y el lugar de las audiencias en el proceso de Comunicación en su conjunto y desde otro lado, como propusiera Jesús Martín Barbero en el libro *De los medios a las mediaciones* (1987). Pero no quisiera esquivar la pregunta. Hay una cantidad de dimensiones y de concepciones que comparten las dos tradiciones, pero me voy a enfocar sobre todo en lo que me parece más distintivo y que puede alimentar la discusión sobre el papel de la defensoría de las audiencias. Y lo más significativo, en términos de distinción entre las dos tradiciones, es que desde el mundo anglosajón se pensaba en términos de relaciones de poder y en cómo los medios establecían la posibilidad de reproducir las relaciones sociales de dominación a través de su propuesta programática. En este sentido, recordemos que el primer derecho de las audiencias en la Ley tiene que ver con la pluralidad y la diversidad social, ideológica, política y cultural. Entonces,

no estamos alejados en una discusión teórica que está en un ático encerrado. Al contrario, cuando hablamos de pluralidad y diversidad tiene que ver justamente con dónde están los énfasis en los marcos que se imprimen en los contenidos que proponen los medios, y a partir de ahí podemos decir si hay o no diversidad y pluralidad y qué implica que no las haya. Es decir, estamos hablando de derechos y estamos hablando de democratización de la sociedad, no de la Comunicación, pensando en sociedades profundamente mediatizadas. Antes solamente por medios masivos y ahora también por medios posmasivos en el entorno sociodigital. En esa coyuntura, para los estudios anglosajones de audiencias se trataba de los procesos de recepción como procesos de resistencia, una resistencia fundamentalmente en el orden de lo semiótico, conformar, investigar a las audiencias, para después alfabetizarlas críticamente y que se pudieran enfrentar con ciertas herramientas a lo que proponían los medios. Así, de todas maneras, vemos como subsiste una concepción de medios todo poderosos, lógica si consideramos que lo fueron durante mucho tiempo porque tenían el monopolio de la intermediación social. Hoy no es así, aunque siguen ocupando un lugar central en los procesos de mediación. De ahí emerge la tradición latinoamericana con un acento propio muy significativo. No es que no se preocupe por el papel de la dominación y el papel que juegan los medios. Sobre todo se piensa en una lógica no binaria, una lógica en donde medios y audiencias están atravesados (ambos) tanto como los procesos de comunicación que se establecen entre ellos por matrices culturales que responden a configuraciones sociales, políticas, económicas y tradiciones históricas particulares. Es decir, hay que entender los procesos de comunicación en contexto. No es lo mismo hablar de Radio Educación en México que hablar

de la W; sí tienen una trayectoria histórica en paralelo, pero son dos medios radicalmente distintos. A partir de ahí podemos empezar a jugar y por supuesto que cuando hablamos de estas matrices culturales lo que plantean los estudios culturales de audiencia en América Latina es que no sólo es un proceso de dominación sino que los medios abrevan de la cultura popular para presentarla. Para poner un ejemplo muy puntual, cuando los medios nos presentan narrativas no lo hacen desde la nada, están abrevando de la misma cultura de la cual forman parte las audiencias. Entonces, aunque la busquen, no sólo hay dominación y resistencia desde el lugar de las audiencias, también hay reconocimiento. Así, en la relación medios-audiencias descubrimos que no sólo se trataba de relaciones de poder sino que se experimentaba también esa relación de manera placentera. Con los medios uno sufre y goza. Con los medios uno aprende aunque el medio no pretenda enseñar. Con los medios uno construye una opinión aunque el medio no pretenda generarla. Es desde ese lugar donde debería pensarse el perfil de las defensorías. Por tanto, no es suficiente ni con la expertise como comunicador ni la expertise en términos de defensoría. No es suficiente con reconocer la diversidad y pluralidad de la que están compuestas nuestras culturas, ni dónde se inscribe la estructura de medios y la relación medios-audiencias. Se trata de comprender cómo la relación medios-audiencias está atravesada y constituida no sólo por matrices culturales, sino por una profunda desigualdad social que tiene implicaciones económicas, políticas y de otro orden. Creo que un defensor o una defensora no puede nutrirse meramente por la dimensión comunicacional. Tienen que estar alimentadas, nutridas, por una concepción mucho más amplia que comprenda justamente la diversidad y pluralidad de lo social, para entender ahí los procesos de

comunicación y ver si hay que defender a las audiencias o la relación medios-audiencias es también un lugar creativo de donde emergen otras cosas más allá de estrategias de dominación.

¿Cómo mantener la conversación social desde las defensorías?

Aprovecharía para meter una mediación más. La figura del defensor o de la defensora, debemos pensarla como algo más que como una correa de transmisión y con una lógica de buzón de quejas. Cuando la pensamos desde esta concepción más amplia, de manera articulada con el entorno digital instalados en una lógica de la autorregulación 2.0, como señalara Germán Rey, los hacedores de los medios no necesitan solamente de la queja de las audiencias y de la acción de la defensoría para actuar. Saben que hay una sociedad expectante que tiene herramientas de comunicación que antes no tenía. La impunidad con la que se trabajó durante muchísimos años, cuando los medios tenían una relación asimétrica con las audiencias y éstas no tenían la posibilidad de tomar la palabra. Hoy cada vez más la tienen y yo creo que ahí es fundamental la acción de las defensorías en términos de cómo desplazarse de las audiencias consumidoras a una audiencia concebida como ciudadana. Me parece que atendiendo eso transitaríamos a una lógica quizá utópica pero una lógica mucho más horizontal en la relación medios-audiencias, que es lo que deberíamos esperar para que realmente los derechos de las audiencias se operen, se materialicen y no tengamos que defenderlos.

Capítulo 8

Noticias recientes sobre los derechos de las audiencias⁹

Adriana Solórzano Fuentes

¿Podemos resumir la historia de los derechos de las audiencias hasta el 2014?

La Defensoría de las audiencias tiene en México su antecedente más inmediato en la defensoría de los lectores. En el mundo, algunos sitúan su antecedente en Japón a inicios del siglo XX, para otros está en los años sesenta en Estados Unidos, cuando una crisis de credibilidad ocasionada por el nacimiento de periódicos estridentes o los que coloquialmente llamamos amarillistas provocó la necesidad de un garante, una conciencia ética para recobrar la confianza de la gente en los periódicos. En ese contexto surge el defensor del lector de una manera más cercana a como conocemos las defensorías de los lectores de hoy en día. Los defensores de las audiencias de radio y televisión aparecen sobre todo en los años 90, en los sistemas de medios públicos europeos. En México encontramos los primeros antecedentes en 2007, primero en Canal 22, después en Canal Once; en 2009, en

⁹ El título de este apartado corresponde al Capítulo 8 de la serie radiofónica en la cual se basa todo este texto, pero se pudiera titular “Historia reciente de la lucha por los derechos de las audiencias de la radiodifusión en México”. Al final del mismo actualizamos la información al 20 de mayo del 2021.

Radio Educación y en el Instituto Mexicano de la Radio. En 2011 se presenta el primer medio comercial con un defensor de las audiencias, MVS, con la particularidad que el llamado *ombudsman* solo tenía incidencia en los noticiarios.

¿Qué hechos han ocurrido de 2014 a esta fecha, es decir el estado que guardan los derechos de las audiencias hoy por hoy, porque hasta hubo un movimiento importante que se llamó nuestros derechos de regreso?

Es importante contextualizar primero. Los derechos de las audiencias no en todos los países están regulados. En la mayor parte de los países no se encuentran ni en la constitución ni en las normas, son un ejercicio autorregulatorio; quiere decir que los medios de comunicación por propia voluntad deciden establecer la figura. Es importante que lo sepa el público que nos escucha porque aunque los derechos de las audiencias están regulados en pocas naciones, no quiere decir que no existan en las otras. Lo que sucede es que en otras naciones, sobre todo en Europa y en Estados Unidos, los medios de comunicación no han necesitado que la ley los obligue a tener la defensoría de las audiencias, sino que la han establecido como un control de la calidad, un control voluntario.

En México lamentablemente tenemos un panorama triste; digamos, por ejemplo, que antes de 2013 se había hecho un diagnóstico de cuántos medios de comunicación tenían código de ética. El maestro Omar Raúl Martínez en su tesis de doctorado lo hizo y lamentablemente encontró que había 39 códigos de ética para miles de frecuencias y medios de comunicación. Era un panorama muy triste. En México se necesitó corregularlos –así se dice cuando están regulados con cierta flexibilidad de operación para el propio

sujeto obligado—, se tuvieron que corregular porque no había voluntad de los medios de comunicación de establecer estas figuras.

Entonces en México, en 2013, cuando hubo una reforma constitucional al Artículo 6^o que es la columna vertebral de las leyes que tienen relación con el derecho a la información o la libertad de expresión, se consagraron los derechos de las audiencias como un derecho constitucional. Y en 2014 se explicitaron en el Artículo 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR).

En el 2014, muchos de los que estuvimos precisamente trabajando para que estos derechos fueran reconocidos, no estábamos muy conformes con la Ley (LFTR) porque siempre parece que puede mejorar. Pero lo que no suponíamos es que esa Ley, que era perfectible, que tenía sus áreas de oportunidad, no solamente no iba a avanzar para mejorar sino que iba a retroceder en 2017 cuando se decide modificarla. Y las modificaciones no son menores; habrá que decir rápidamente que en el sistema jurídico nacional tenemos una Constitución, después tenemos leyes y después tenemos lineamientos o políticas o bases u otro tipo de documentos que no tienen el rango de leyes y que están debajo. Tenemos Constitución, leyes y lineamientos.

¿Por qué hago este señalamiento? Porque la Constitución es muy general y siempre lo va a ser y eso no está mal. La idea es no tener que modificarla, si se puede, en siglos. La Constitución tiene grandes principios, por eso la Constitución solamente dice que las leyes garantizarán los derechos de las audiencias. Después tenemos la ley reglamentaria o secundaria, que no puede ser por supuesto una reproducción de lo que dice la Constitución, sino que tiene que hacer operable ese principio. Tiene que establecer los mecanismos de ejercicio. Es decir, los derechos tienen garan-

tía y protección. La protección es cuando están establecidos en la ley y la garantía es cuando se establece cómo se va a ejercer ese derecho. Entonces las leyes tienen que hacerlo, digamos, más operable. Y luego vienen los lineamientos donde se hace todavía más operable el derecho, porque ahí vienen todos los detalles.

¿Por qué digo todo esto? Porque originalmente debíamos tener unos lineamientos donde se aterrizará toda esta operación y eso es muy importante. Ejemplifiquemos: la ley dice que el defensor tiene que mantener una independencia respecto del concesionario, pero no dice más. Los lineamientos ayudan a establecer cómo es que se va a garantizar esta independencia, del titular de la defensoría respecto del concesionario. Los lineamientos vuelven concreto todo lo que son los principios incluidos en la Constitución o que quedan medianamente operables en las leyes.

Bueno, pues resulta que en 2016 se publican unos lineamientos que debían emitirse por disposición de la Ley, los debía expedir el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), pero no gustaron. No gustaron sobre todo a la industria de la radio y la televisión precisamente porque acotaban al concesionario y daban claridad al funcionamiento de las defensorías. Resulta que, como no gustaron, entonces se utilizaron una serie de mecanismos jurídicos para impugnar estos lineamientos y finalmente se gestó una modificación a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Esa modificación en 2017 dejó muy desprotegido el trabajo de los defensores de las audiencias porque el IFT perdió atribuciones. Entonces, ahora, el funcionamiento de las defensorías depende mucho de las reglas que ponga cada concesionario.

¿Y por qué es eso muy grave? Porque cuando yo digo un sujeto obligado, me refiero a quién está obligado a atender

el derecho de otro En este caso, es el medio de comunicación. Resulta que, con estas modificaciones, el medio de comunicación decide las reglas, decide cómo va a atender sus obligaciones y pues no está bien; nunca ha estado bien ser juez y parte. Ese ha sido el problema. Se quitó al IFT como juez y se dejó al medio de comunicación como juez y parte. En 2017 se modificó la Ley para quedar así: el IFT sin muchas atribuciones y la figura de la defensoría digamos muy debilitada. Después de esta modificación, la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA) interpuso un amparo y lanzó la campaña *Nuestros derechos de regreso* que busca resarcir o regresar a la Ley de 2014 y evitar estas modificaciones que se dieron en 2017 y que a la fecha persisten. Es decir, seguimos con una Ley que no es suficientemente protectora con los derechos de las audiencias porque deja sin opciones a los defensores de las audiencias ante acciones no muy comprometidas con los derechos por parte de algunos concesionarios.

¿Cuál es la situación de los derechos de las audiencias en sus términos jurídicos?

La Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias ganó el amparo que interpuso contra la reforma a la LFTR en 2017. El camino no fue fácil, fue muy sinuoso, porque primero se interpuso el recurso ante un juzgado especializado como se suponía debía hacerse, porque estos juzgados especializados comenzaron a operar con la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para que los asuntos relativos a ésta ahí fueran tratados. Después de haber ganado todas las instancias nos dijeron: “ah, pero no debió haber sido en este juzgado, debió haber sido en uno administrativo”. Después de pasar más de un año en

un juzgado especializado, el expediente fue remitido a uno administrativo. Volvimos a ganar todas las instancias y, en ese recorrido, la Suprema Corte de Justicia de la Nación ya había intentado asumirlo y finalmente lo regresó, dijo que no era su competencia. Bueno, pues después de ganar todas las instancias y con una sentencia ya favorable, que solamente faltaba notificarla al Instituto Federal de Telecomunicaciones precisamente para que volviera a emitir lineamientos, resulta que la Corte decidió atraerla por considerarla un asunto constitucional.

Ahora ese amparo está en manos de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), así como ha estado también una acción de inconstitucionalidad que varios congresistas interpusieron precisamente contra esta modificación de 2017 y que no se ha atendido en más de tres años. Lo que vemos son estrategias dilatorias, estrategias de querer seguir posponiendo una decisión que parece nadie quiere tomar y pues eso es muy lamentable. Lo cierto es que ante esta sentencia favorable que obtuvo la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, pues no nos queda más que esperar que la SCJN la ratifique, porque de alguna manera en todas las instancias ganamos, no ha habido una sola instancia donde se haya dudado de la razón que tiene la AMDA para intentar volver, en parte, a la Ley de 2014. Digo en parte porque este amparo no lo resuelve todo, pero cuando menos implicaría que volvieran a existir lineamientos y eso daría mucha más claridad y certeza sobre el funcionamiento de las defensorías.

¿Para el futuro jurídico, previsiones o expectativas?

Por una parte esperamos que se ratifique la sentencia y que la acción de inconstitucionalidad también sea validada por la SCJN y le dé la razón a los congresistas. Que volvamos a la Ley de 2014, que si bien tenía sus bemoles, era mejor que la que está vigente. Esperamos que eso ocurra, la verdad es que hay muchas probabilidades de que ocurra, pero no quiere decir que ya esté todo ganado. La Ley de 2014 tiene todavía deficiencias, tiene algunas lagunas, tiene cosas que se podrían mejorar. Pero tampoco creo que uno deba detenerse tanto en la parte jurídica. Es una parte a veces muy especializada, muy árida, muy difícil. Incluso creo que los radioescuchas que están ahora sintonizando pues se pierden entre los términos jurídicos y en este camino que no parece tan atractivo de entender si no eres un iniciado. Lo que sí creo es que tenemos mucho por hacer en un ámbito que está más en nuestras manos y que tiene que ver con la alfabetización mediática.

Es muy importante entender que una figura de defensoría es una figura de diálogo no es una figura punitiva. Nunca va a ser una figura punitiva o cuando menos yo nunca pelearé porque lo sea. La libertad de expresión es un derecho tan importante, tan valioso, tan vinculado a la libertad de pensamiento, que no quisiera que saliera más caro “el caldo que las albóndigas”. La libertad de expresión es algo que tenemos que cuidar muchísimo.

Entonces, pensar en mecanismos punitivos, es decir, que castiguen o con prisión o con multas administrativas, no es el camino. Además la mayor parte de las áreas de oportunidad que se tienen en los medios de comunicación creo que son porque nos ha faltado debatir los temas, porque nos hace falta sensibilidad a veces, porque el que seamos creadores

de contenidos no quiere decir que estemos desprovistos ni de prejuicios ni de ignorancia o falta de entendimiento en algunos temas. Creo que debemos comenzar por ser humildes y aceptar que cualquier crítica es siempre con el afán y la oportunidad de crecer. La alfabetización mediática, que es esta labor pedagógica que deben hacer los defensores de las audiencias, me parece que es la más valiosa.

A mí me interesa más que se discuta el tema, que se hable y que se sensibilice y, si en algún momento se logra, dentro de esa discusión, comprender que hay un punto en donde puedo mejorar o que hay un asunto que podría tratar mejor en lo sucesivo, ya ganamos todos. No se trata de poner castigo, ni siquiera creo que se trate tanto de que esté establecido en la Ley. Ojalá llegara un momento en el que pudiéramos cooperar de manera autorregulatoria como lo hacen en otros países en el mundo. Que la conciencia social fuera tanta, que no se necesitara la regulación. Que la conciencia social de cada uno de los que participamos en los medios fuera tal, que entendiéramos que el dilema y los cuestionamientos es algo de todos los días. Que nadie tiene resuelto nada, ni tiene verdades. Que hay narrativas y que tenemos que estar muy abiertos de ojos y oídos para escuchar otras, para siempre buscar ser mejores y la excelencia no la vas a lograr en un día, te vas a morir buscándola, pero eso es lo que debemos hacer. Morirnos buscando siempre mejorar. Entonces, ojalá se viera a esa conciencia ética de los medios y a los titulares de las defensorías como personas que nos ayudan a tener estándares más altos y no importa qué tan alto estemos, siempre hay un estándar más alto que alcanzar, uno más alto que cumplir, más allá de las implicaciones legales que pudiera tener. Creo que lo que más falta nos hace es conciencia de la incidencia de los medios y cómo podemos lograr hacer un mejor trabajo todos los días, todos

y todas las personas, sabiendo que todos y todas tenemos siempre áreas de oportunidad y aspectos en las que podemos mejorar.

¿Podemos mencionar algunos de esos bemoles, deficiencias, lagunas de la Ley de 2014?

La primera que me viene a la mente es que en toda la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, aunque no lo crean quienes nos están escuchando, no se menciona ni una vez la palabra alfabetización mediática y es como el derecho llave de todos los demás derechos. Si no tienes alfabetización mediática, difícilmente vas a poder detectar cuáles son tus derechos. Entonces, está pendiente la definición legal de “alfabetización mediática”, a quién le toca y cómo le toca. Y no es un asunto menor porque en muchos países, sobre todo escandinavos, hay políticas públicas de alfabetización mediática desde la escolarización primaria, por ejemplo; es decir, es parte de la educación curricular. Entonces son pasos que se tienen que dar forzosamente.

Hay otro debate que vale la pena, ¿quién garantiza los derechos de las audiencias? Los medios de comunicación han sido considerados a partir del juicio del caso de Carmen Aristegui, a la par de una autoridad, se les considera que tienen actos de autoridad. Yo no digo que no. Claro que tienen actos de autoridad porque al final son garantes de los derechos, pero el Estado nunca debe dejar de ser el principal responsable, no se le puede endosar únicamente al medio de comunicación la garantía de un derecho que está vinculado a un derecho humano y que por lo tanto al Estado le corresponde garantizarlo. Es un asunto de primer orden, por eso mismo el IFT no puede ser borrado de un plumazo, debe tener un rol principalísimo. Se necesita la garantía

del Estado para los derechos y una garantía explícita. No puede ser garante el mismo actor que está obligado. Si el medio de comunicación es el obligado no puede ser al mismo tiempo garante. Ahí hay un vicio en la legislación que hay que corregir. Y va más allá, me refiero a que el único que hoy en día puede recibir una multa por falta de respeto a los derechos de las audiencias, ¡es el defensor o la defensora de las audiencias!; es de las cosas más absurdas que tiene la ley. El defensor de las audiencias no tiene facultades vinculatorias, entonces no puede ser el garante de esos derechos, no puede responder por su cumplimiento, solamente puede recomendar. No se le debe considerar figura garante y menos tendría por qué ser multado.

Hay otras cosas que se perdieron en 2014 que tienen relación, sobre todo, con los elementos que en nuestra calidad de audiencias tendríamos que tener para poder distinguir entre publicidad e información. Ese derecho, con la modificación de 2017, quedó muy corto, se aplicó solo para los noticiarios y no para toda la programación. Tendríamos que rescatar la versión de 2014.

Y, por supuesto, creo hay que trabajar más sobre cuáles serían las condicionantes para refrendar una concesión. Es decir, no estoy a favor de una figura punitiva, pero tampoco me parece bien que, por ejemplo, a un medio de comunicación que durante los quince o 20 años que duró su concesión no mostró interés ni responsabilidad social no se le considere como un elemento en contra a la hora de refrendar su título habilitante. Sé que hubo una inversión y hasta ahora se ha ponderado eso, darle certidumbre a los inversores, “bueno tú invierte y te aseguro que vas a tener los refrendos tres o cuatro veces”, pero ¿En dónde está la ponderación sobre su actuación y sobre su responsabilidad social como medio de comunicación?

Me parece que hay otras cosas que podrían mejorarse porque esto de que se pueda tener un defensor para toda una Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) tampoco resulta tan conveniente. Entiendo que en el momento se pensó para evitar que grupos que tuvieran tres, cuatro o cinco frecuencias, por ejemplo, el caso de Radio Educación, para no tener una defensoría de la audiencia en Yucatán, una para la AM y otra para la FM, sino una figura defensora para todas las frecuencias, pudiera darse esta posibilidad de una misma figura para varias estaciones. Pero, una cosa es ser defensor o defensora de un grupo de comunicación que tiene bases similares o políticas similares, que ser defensor o defensora de mil 500 frecuencias de radio y televisión, que todas pertenecen a la industria, pero que son disímboles. Entonces hay disposiciones que ahora, a la larga, ya con distancia, valdría la pena repensar, mejorar y cambiar en una modificación a la Ley con la idea de ir generando avances.

AMDA GANA AMPARO ANTE LA SCJN

El pasado 12 de mayo de 2021, la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), en Sesión Pública Ordinaria, confirmó la sentencia con cuatro votos a favor y uno en contra, del amparo que interpuso la AMDA y del cual se dio cuenta en los párrafos anteriores.

La sesión se celebró a distancia con la asistencia de la Presidenta, la ministra Yasmín Esquivel Mossa y los ministros Alberto Pérez Dayán, Luis María Aguilar Morales, José Fernando Franco González Salas y Javier Laynez Potisek.

La SCJN confirmó la sentencia a favor del amparo de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA), dictada por el Juez Primero de Distrito en Materia Administrativa de esta Ciudad en el 2019, para dejar sin efecto la parte reclamada de la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que en 2017 limitó las atribuciones del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para emitir Lineamientos a fin de establecer procesos estandarizados y la garantía para la defensa de los derechos de las audiencias", según publicó la propia AMDA en boletín del 14 de mayo de 2021¹⁰.

A partir de la sentencia de la SCJN, el Congreso tiene 30 días para dejar sin efecto los dos párrafos impugnados del Artículo 256 y, en consecuencia, el órgano regulador, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), tendría que emitir nuevos lineamientos o bien dejar los que ya existían previos a la *contrarreforma* de 2017 (así llamada por las defensorías de las audiencias).

¹⁰ https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2021/05/Posicionamiento_AMDA_14_05_2021.pdf y https://amda.unam.mx/wp-content/uploads/2021/05/NOTA_ACLARATORIA_20_05_2021.pdf

Con esa sentencia se logran avances con énfasis en tres tópicos: inconstitucionalidad, papel regulador del IFT y ética inclusiva de las audiencias.

Esto es: se confirma inconstitucional la modificación hecha en 2017 a los últimos dos párrafos del Artículo 256, en los cuales se dispuso que los concesionarios emitirían sus códigos de ética sin que tuviesen que ser revisados posteriormente por ninguna autoridad. Con la ratificación de la sentencia, el Instituto Federal de Telecomunicaciones recupera la facultad de emitir (o reemitir los Lineamientos Generales de 2016) mediante los cuales los códigos de ética de todos los concesionarios deberán apegarse a la protección, promoción y defensa de los derechos de las audiencias.

Capítulo 9

Experiencias concretas

María Magdalena López Rocha

¿En qué consiste el quehacer cotidiano de las defensorías?

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece las tareas generales de las defensorías de las audiencias. Algunas derivan en tareas más de carácter operativo, administrativo, pero otras demandan procesos, tiempos y actividades intelectuales como el análisis y la argumentación. Esto, porque una de sus tareas sustantivas es responder a quejas, comentarios, observaciones de la audiencia. La ley establece que la defensoría *solamente* debe atender las reclamaciones sobre contenido y programación, básicamente todo lo que produce el medio. Pero ¿qué significa en términos de quehaceres y haceres esta enorme responsabilidad?

Desde mi perspectiva, voy a enumerar varios quehaceres y a poner un ejemplo:

Una primera actividad es su preparación porque el o la defensora, me parece, debe de tener un conjunto de habilidades y conocimientos previos para un eficiente desempeño de sus funciones. Debe saber investigar y tener un pensamiento crítico. Es muy importante que posea conocimientos básicos sobre derechos humanos, que son una plataforma fundamental de la cual se va a derivar el derecho a la comunicación como a la información y los que se derivan de ellos. También debe conocer los instrumentos internacionales como los marcos normativos nacionales en materia de

radiodifusión, derechos de las audiencias; así como el ordenamiento jurídico del medio para el cual están colaborando como defensorías como: el Decreto de Creación, la ley del medio, el código de ética y el manual de estilo.

Hay tres documentos de los cuales poco se habla, pero también deben ser del dominio de las defensorías: los mecanismos de participación ciudadana; los criterios para garantizar la independencia, imparcialidad y objetividad del medio; y las reglas para garantizar la expresión de la diversidad étnica, ideológica y cultural. Entonces, me parece que este es un quehacer: su preparación.

El segundo es que la defensoría debe de tener también una formación de habilidades en la investigación para hacer una defensa pertinente de los derechos de las audiencias. Hay solicitudes que reclaman respuestas breves y sencillas, pero hay otras que exigen tareas variadas por el peso de sus consecuencias. Hay solicitudes que llegan a la defensoría por los medios establecidos y para otras se utilizan otros mecanismos. La mayor parte de las solicitudes proviene de las audiencias, pero también hay solicitudes que hace el mismo personal del medio. Aquí quisiera compartir un ejemplo:

La solicitud es presentada por una integrante del consejo de participación ciudadana [del propio medio] en respuesta al comentario de un colaborador [del mismo medio también] sobre la escenografía de un programa infantil en televisión. Consideraba que debían retirarse dos globos de helio porque sus mensajes no eran convenientes. Un mensaje decía *Hagamos cochinas* y el otro, *Los besos, como el tequila, se deben dar dobles*. Las imágenes de los globos referían a un par de puerquitos, un macho y una hembra. Estas imágenes a simple vista parecen normales, pero a la luz de otros enfoques tienen otros significados que tienen que ver con opiniones preconcebidas.

Debido al conocimiento que tienen sobre género y sus normatividades algunas integrantes del consejo ciudadano, éste pudo identificar dos situaciones relevantes: una, que el sentido del lenguaje de ninguna manera era claro ni directo y se prestaba a ambigüedades como a un doble discurso; y segunda, que las imágenes reproducen estereotipos, es decir, atributos dados en función del sexo. Fíjense que al respecto la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia prohíbe rotundamente en los medios la reproducción de estereotipos porque fomentan la desigualdad, la discriminación y la violencia. Entonces, debido a que el consejo tiene entre sus facultades el hacer evaluaciones de la programación del medio, en tanto, la defensoría puede intervenir en asuntos de la programación como de sus contenidos, ambos se dieron a la tarea de intervenir en la solicitud.

Se pidió una valoración externa especializada en derechos de la niñez y de género. Los resultados de la valoración fueron coincidentes con la opinión de las y los integrantes del consejo de participación ciudadana y se pidió garantizar el derecho de la infancia a una programación protegida. Esta recomendación sin duda exigía otros niveles de trabajo.

El consejo, como la defensoría, solicitan el retiro inmediato de los globos. El examen del consejo derivó en que se tenían que hacer algunos ajustes al programa infantil y éstos tenían que estar acotados a los principios del código de ética y a los derechos de la niñez y de las mujeres.

Las recomendaciones generaron –y esto es lo que quiero plantearles– la resistencia y la inconformidad de quienes producen y quienes conducen el programa. Manifestaron sus desacuerdos a las observaciones porque consideraban que era una censura, un atentado a su libertad de expresión y se llegó a decir que hasta era acoso laboral. Lo manifiesto porque estos asuntos a veces trascienden a las redes sociales y las audiencias

asumen, en estas situaciones, una postura distanciada de los hechos y sus contextos. También hubo amenazas de pedir la intervención de otras autoridades gubernamentales, porque a decir de los inconformes el incidente era una situación banal. Entonces, para atender estas reacciones, la defensoría y el consejo sostuvieron una reunión con el productor, con los directivos del medio, para aclarar dudas y resolver las diferencias o inconformidades. Quiero decirles que la argumentación jurídica fue muy importante para hacer notar lo que actualmente significa producir contenidos mediáticos y asegurar el respeto de los derechos fundamentales de las audiencias y de los niños y de las niñas. Con este ejemplo, pretendo hacer notar la importancia de la preparación de las y los defensores de las audiencias en la defensa de los derechos.

Otra tarea de la defensoría –nada menor– es la obligación de promover los derechos de las audiencias. Si nosotros los vemos en la ley, si los sumamos, son nueve. Nueve lineamientos ahí en el Artículo 256 que si se agregan a los de las audiencias con discapacidad son trece. Pero, por supuesto que cuando uno lee a profundidad la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión se identifican otros. Además, todos esos derechos hacen una interconexión de leyes, con otros marcos normativos los cuales tienen como eje rector los derechos humanos y el derecho humano a comunicar. El conocimiento de lo que refiero es muy importante, para hacer una defensa pertinente.

Otra tarea, que es más talachera, pero también me parece muy importante, es que la defensoría está obligada a entregar reportes de su quehacer, no solamente al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), sino también al consejo de participación ciudadana y también tiene que hacerlos públicos para las audiencias. Tendríamos que tener acceso a todos los informes de las defensorías.

Agregaría tres motores que impulsan sustancial o temporalmente el contacto de las audiencias con las defensorías del medio, según la experiencia propia y que quizá coincidan con lo que se acaba de narrar:

El primero se refiere a asuntos coyunturales, como pueden ser los cambios de programación, de horarios o debido a un hecho extraordinario como un sismo. El segundo impulso ocurre cuando hay cambios internos en el medio, como puede suceder también con los relevos en conducción, locución, las propias barras programáticas o bien cuando hay alguna situación económica que incida en las producciones y por tanto en el trabajo habitual del personal. En estas ocasiones, las opiniones del personal suelen resonar en diversos espacios, incluida la programación al aire del propio medio y el espacio de las defensorías. En tercer lugar está ese contacto cotidiano de quienes acostumbran conectarse regularmente y comunicarse con la conducción de los programas que escuchan. Este segmento se comunica siempre por las vías que se promueven al aire y su vínculo se acerca más una conversación cotidiana, a un acompañamiento habitual en el que puede haber comentarios del día, felicitaciones, señalamientos, lo que va atravesando las preocupaciones e intereses de las audiencias fieles en esos momentos¹¹.

Sí. Considero que el asunto de las defensorías de las audiencias, a siete años [de su instrumentación en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión], ya no es una función que deba hacerse desde el voluntarismo. Sí tiene que haber un conocimiento especializado en derechos humanos como eje transversal de todo, y particularmente, sobre el derecho

¹¹ Habla Ana Cecilia Terrazas Valdés, defensora de las audiencias de Radio Educación.

humano a comunicar y todos los derechos que se le derivan. Hablar de derechos humanos es hablar de las leyes que les protegen; entonces, las y los defensores de las audiencias si bien no pueden conocer toda la legislación, sí pueden generar estrategias que les permitan atender esta exigencia y una de ellas es el trabajo interdisciplinar mediante alianzas con instituciones u organizaciones de la sociedad civil. Por ejemplo, hay leyes orientadas a proteger los derechos de las mujeres para lograr una vida en condiciones de igualdad y libre de violencia; y otras que protegen los derechos de la infancia. ¿Cómo garantizar que los medios públicos las atiendan en sus contenidos?, una posibilidad es la conformación de colectivos interdisciplinarios que tengan por tarea analizar los contenidos mediáticos desde distintas lentes.

En este sentido, me parece importante compartir este ejercicio que hicimos en la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV) con el programa *La voz de las audiencias*¹² porque esta tarea de la promoción de los derechos no puede ser una actividad de voluntarismos o aislada. Les comento que, entre 2018 y 2019, gracias a este derecho ganado de que la ciudadanía, mediante los consejos de participación ciudadana y las defensorías de las audiencias, pueda involucrarse en la programación proponiendo contenidos, evaluándolos o protegiendo derechos, ha sido un avance muy importante que no puede perderse ni desaprovecharse. Así lo hicimos nosotros, porque rediseñamos, planeamos y revisamos una propuesta educativa para: uno, la capacitación del personal del medio con el objeto de que conozcan los instrumentos internacionales y nacionales que les obligan tanto a sus medios como a ellos a respetar los derechos humanos, entre ellos los

¹² *La voz de las audiencias* es el programa de la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión, CORTV, del cual la maestra López Rocha fue conductora.

de las audiencias, a fin de que en la producción de contenidos se evite incurrir en alguna violación. Esto es muy fuerte, pero el asunto así es, quienes hacen comunicación hoy incurren en violaciones a derechos humanos a la hora de producir.

La realización de este programa que se nombró *La voz de las audiencias* tuvo por objeto difundir de una forma más didáctica los derechos humanos, particularmente los de las audiencias y proporcionar herramientas para el análisis crítico de lo que se está consumiendo. En este proyecto lo que hicimos fue incorporar a especialistas locales sobre interculturalidad, derechos de la infancia, de las mujeres, de las personas con discapacidad e indígenas para que a la luz del derecho a la información y de las audiencias se analizaran los contenidos que producen y se consumen en el medio de radiodifusión públicos. También se invitó a especialistas en derecho a la información, los cuales se trasladaron desde las ciudades de México y Puebla a Oaxaca, debido a que en la entidad no se cuenta con esos perfiles. Las y los especialistas invitados asumieron dos tareas: una la de capacitar a las y los directivos, productores y conductores del medio y la otra participar como invitados en el programa de radio y televisión. Es pertinente decir que, para realizar estas actividades, ni el consejo ni la defensoría cuenta con recursos económicos por lo que tuvieron que tejerse alianzas con otros actores y en este caso lo hicimos con la AMEDI.

Aquí también tenemos que hablar de otros temas que nos convocan, sobre todo porque en los estados tenemos configuraciones poblacionales diferentes como es en el caso de Oaxaca. A estos especialistas se les pidió que la exposición de los temas se hiciera a la luz de los derechos humanos, de la Comunicación, de la información, de los derechos de las audiencias y su aplicación en contenidos mediáticos. Porque, podrán hablarte de todo, pero ¿cómo los aterrizas en nues-

tro eje de interés, en la comunicación particularmente? La experiencia de capacitación fue muy interesante partiendo del hecho que los recursos profesionales de los medios son expertos en sus ámbitos de competencia, pero desconocen cómo producir desde un enfoque que garantice el respeto de los derechos humanos.

En atención al noveno derecho de las audiencias, que señala se deben respetar los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, quien impartió el curso de perspectiva de género en la participación radiofónica como televisiva, demostró cómo los medios reproducen la discriminación y la violencia en los medios. No nos fuimos a otro medio. También vimos qué formas o de qué manera los productores pueden evitarla y una es, capacitándose.

Respecto de la idea del programa, intentamos hacer una propuesta más didáctica. Por un lado tomamos casos de solicitudes de las audiencias y las respuestas que la defensora les daba. También vimos un potencial muy importante de ver cómo otras defensorías estaban trabajando casos. Uno fue *El país*. Nos encanta porque también tiene su defensor del lector. Y fíjate que fue muy interesante ahí porque, por ejemplo, lo que dijimos a nuestras audiencias fue cómo docentes, investigadores, personas jubiladas o asociaciones civiles exigían al medio a través de su defensoría –ojo con esto, fíjense cómo se amplía el espectro– el uso de un lenguaje no violento en las cabezas de noticias.

Piden, por ejemplo, que el medio hiciera pública su estrategia informativa en procesos electorales porque se notaban sesgos; que los presentadores se abstuvieran de emitir opiniones y que, en caso de hacerlo, dejaran por favor muy claro que era su muy particular punto de vista; que las y los reporteros tuvieran, en un conflicto, las posturas de todas las

partes involucradas; que el medio garantizara la pluralidad de opiniones en temas de interés o de importancia para la sociedad; que se diversificaran los temas de las noticias como en la programación; que se diera amplitud y profundidad a aquellos asuntos sensibles para la población; que se respetara el manual de estilo y el código de ética del medio, entre otros.

Esto es lo que nosotros decíamos, cómo las audiencias españolas exigían la defensa de sus derechos y luego, les decíamos que había audiencias en Oaxaca que también estaban expresando sus comentarios, sus solicitudes y qué respuestas les estaba dando la defensora. La idea era exponer experiencias para estimular ideas, para que las audiencias pudieran mirar de forma crítica los contenidos de su medio y luego invitarles a exigir y a darle seguimiento a esas exigencias. Esa es como una manera que ya empezamos a trabajar para ir alentando una actitud crítica al consumo de contenidos mediáticos y que se trascienda esta cuestión de expresar quejas sólo por la nitidez de la imagen, la claridad del audio, o la parte técnica, sino ya ir más al tema de los contenidos.

Especialistas participantes

Rosy Laura Castellanos Mariano

Presidenta de CULTURA DH, A., C. especialista en gobernanza, política pública, psicoanálisis, educación ciudadana y defensoría de los Derechos Humanos. Feminista de izquierda, activista; investigadora y divulgadora de los derechos humanos, fue aspirante a presidir la CNDH, quedando entre las candidatas más apoyadas en 2019. Ha fungido en procesos de mediación en Centroamérica y tiene una carrera de más de 30 años en la construcción y el impulso de procesos democráticos a favor de los Derechos Humanos en México y otros países de América Latina. Actualmente es Consejera Consultiva de la CNDH, electa por mayoría en el Senado.

Manuel Alejandro Guerrero Martínez

Dirige el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (N-II) y vicepresidente del Comité Ejecutivo de las Cátedras de la UNESCO en Comunicación y Sociedad. Es asesor académico del Servicio Profesional Electoral del Instituto Nacional Electoral (INE) de México y académico regular en el Seminario Internacional de Alfabetización Mediática, en Salzburgo, Austria. Es doctor en Ciencia Política por el Instituto Europeo Universitario de Florencia, Italia. Maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Cambridge. Sus áreas de investigación: comunicación política; relaciones medios-régimen político; redes sociodigitales

y participación cívica, y contenido mediático y actitudes políticas. En estos temas tiene varios libros, capítulos, artículos y conferencias.

María Lizarraga Iriarte

Extitular de la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones, experta y apasionada de los medios públicos y de su responsabilidad social. Ingeniera en Electrónica y Comunicaciones por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y Máster en Dirección. Tiene más de 20 años de experiencia en la industria de las telecomunicaciones en el sector de la radiodifusión, en donde se ha desempeñado en áreas operativas, estratégicas, de planeación y de desarrollo.

Magdalena López Rocha

Tiene la maestría en Ciencias Sociales con especialidad en Desarrollo Regional por el Instituto de Investigaciones Sociológicas de la UABJO y es licenciada en Periodismo y Comunicación Colectiva por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Fue la presidenta del Consejo Consultivo de Participación Ciudadana en la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV). Ha participado tanto en el diseño de convocatorias como en la selección y seguimiento de la actividad de las defensorías de las audiencias de este medio público. Participó como conductora en el programa de televisión *La voz de las audiencias*. Actualmente, es miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) e integrante de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI) y la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA).

Laura Gabriela Martínez Aguila

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM; titulada de la maestría en Comunicación por la misma institución. Las dos tesis para la obtención de grado han sido investigaciones enfocadas al estudio de la regulación de medios en México, la revisión a la existencia de las defensorías, así como el análisis al ejercicio de los derechos de las audiencias en casos emblemáticos de la radio pública y comercial. Actualmente es defensora de las audiencias del Instituto Mexicano de la Radio e integrante de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA)

Jerónimo Repoll

Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Es profesor investigador de tiempo completo del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, donde coordina la Maestría en Comunicación y Política de la División de Ciencias Sociales y Humanidades, desde febrero de 2018. Además, coordina el Grupo de Investigación *Teorías y Metodologías de Investigación en Comunicación* de la AMIC desde el 2005. Es autor del libro *Arqueología de los estudios culturales de audiencia* (2010) y *Para leer De los medios a las mediaciones* (2019). Coordinador, junto a Patricia Ortega, de los libros *Nuevas reglas, ¿viejos problemas?* (2016) y *#RadioComunitaria. Participación ciudadana sin límites*. Ha escrito más de 20 artículos científicos.

Beatriz Solís Leree

Experta en derecho a la información y en investigación de medios. Desde 1974 es profesora titular de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco en el Departamento de Educación y Comunicación y en 2015 fue nombrada *Profesora Distinguida* por sus méritos académicos. Es integrante de la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las Audiencias (OID) y Presidenta de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA). Fundadora e integrante de los Consejos Directivos de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información. (AME-DI). Fue Defensora de las Audiencias de Radio Educación en el periodo 2012-2014 y Premio José Vasconcelos al mérito en la Radio Pública en 2019. Es defensora de las audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR), al cual pertenece el Canal 14.

Adriana Solórzano Fuentes

Candidata a doctora en Ciencias Políticas y Sociales, es licenciada y maestra en Comunicación por la UNAM. Diplomada en docencia universitaria por el Centro de Estudios sobre la Universidad. Académica de la UNAM desde 1997, fue subdirectora de control y seguimiento en el Instituto Mexicano de la Radio, gerente de la Radio Ciudadana en el 660 AM de ese mismo instituto; mediadora entre las audiencias y el IMER y fundadora, junto con otros académicos, de la AMDA, Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias A.C. Actualmente es Directora de Producción y Programación de Radio Educación.

Gabriel Sosa Plata

Desde el 1 de febrero de 2019 es Director General de Radio Educación. Licenciado y maestro en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Profesor e Investigador (con licencia) del Departamento de Educación y Comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco desde 2006. Se ha especializado en políticas públicas de la comunicación.

Ha publicado ensayos académicos en más de 20 libros colectivos nacionales y extranjeros. Autor de los libros *Días de Radio. Historias de la radio en México* (Secretaría de Cultura y Tintable, 2016), *Innovaciones tecnológicas de la radio en México* (Fundación Manuel Buendía, 2004), coautor de los libros *Las mil y una radios* (McGraw-Hill, 1997) y *Medios Digitales: México* (Open Society, 2011). Fue Presidente de la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las Audiencias (OID) y ha sido Defensor de las Audiencias del Sistema Universitario de Radio y Televisión de la Universidad de Guadalajara, exombudsman de la radiodifusora Noticias MVS y exmediador del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Fue integrante del Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Ha sido miembro del Comité Académico de la Cátedra Gabriel García Márquez de la CIESPAL, del Consejo Académico de la Facultad Mexicana de Arquitectura, Diseño y Comunicación de la Universidad La Salle, de los consejos consultivos de la organización Artículo 19, de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) y del Consejo Directivo de Observatel. Ganador de dos premios nacionales de investigación, otorgados por el Consejo Nacional para la

Enseñanza y la Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Reconocimiento AMEDI en divulgación del derecho a la información. Ha sido colaborador de diversos medios de comunicación, como El Universal, El Financiero, El Nacional, Radio World América Latina, ADN 40, TV UNAM, entre otros.

Ana Cecilia Terrazas Valdés

Maestra en Teoría Crítica, comunicóloga, exdirectora general del Instituto Mexicano de la Radio y antes de eso del Sistema Nacional de Noticiarios de ese mismo instituto. Tiene casi tres décadas de dedicarse a los medios de comunicación, impresos y audiovisuales. Ha publicado y colaborado en más de una treintena de impresos, nacionales e internacionales. Actualmente es profesora de producción de radio en la Universidad de la Comunicación. Es columnista de *El Sur de Guerrero*, además de dirigir el despacho de contenidos en comunicación editoras los miércoles. Desde abril de 2019 es Defensora de las Audiencias de Radio Educación.

Raúl Trejo Delarbre

Es Doctor en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel III. Profesor en el Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la misma Universidad. Investigador de temas relacionados con sociedad y política en México; entre otros, medios de comunicación y redes sociodigitales. Ha recorrido un largo camino en el ejercicio de una Sociología analítica y crítica. Sus líneas permanentes de investigación se refieren a los actores, a los escenarios y condiciones de la transición mexicana. Ha sido reconocido

con premios por su producción como académico y por su ejercicio periodístico de fondo.

Irina Vázquez Zurita

Maestra en Comunicación por la UNAM. Fue Coordinadora Ejecutiva del capítulo México de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) de 2014 a 2021. Productora radiofónica, reportera, conductora y locutora para distintos espacios en medios públicos. Es profesora de la FCPYS-UNAM e integrante de los Consejos Consultivos Ciudadanos del Canal del Congreso y UAM Radio.

Lilia Vélez Iglesias

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la UPAEP, maestra en Ciencias Políticas y Gestión Pública por la Escuela Libre de Derecho de Puebla y doctora en Sociología por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Actualmente es Directora Académica de la Universidad Iberoamericana Puebla, en donde ha impartido las asignaturas de Derecho de la Información y Normatividad de los Medios. Entre otras muchas tareas vinculadas a los medios de comunicación, ha presidido a la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI).

Información actualizada al 4 de mayo de 2021

Los derechos en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión¹³

Como se dijo en el Capítulo 5, los derechos de las audiencias se pueden y deben encontrar a lo largo de toda la normatividad alusiva a los derechos humanos y por supuesto a la referente a la radiodifusión.

A pesar de tener en cuenta lo anterior, en este apartado quisimos reproducir de manera íntegra los cinco artículos de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) en donde explícita y directamente se citan los derechos de las audiencias y se determina el quehacer de las defensorías. Además de reproducir la LFTR de 2014, copiamos la de 2017 prevaleciente hasta mediados del 2021 cuando la Suprema Corte de Justicia de la Nación confirmó la sentencia de amparo de la AMDA como se ha explicado y cuando se realizó el cierre editorial para el contenido del presente libro electrónico.

¹³ http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_160421.pdf

LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIODIFUSIÓN APROBADA EN 2013 Y PUBLICADA EN DOF EN 2014¹⁴. ARTÍCULOS 256 AL 261.

Capítulo IV
De los Derechos de las Audiencias
Sección I
De los Derechos

Artículo 256. El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el artículo 3o. de la Constitución. Son derechos de las audiencias:

- I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;
- II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;
- III. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;
- IV. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;

¹⁴ https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014

- V. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;
- VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;
- VII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;
- VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;
- IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y
- X. Los demás que se establezcan en ésta y otras leyes.

Sección II

De los Derechos de las Audiencias con Discapacidad

Artículo 257. El Ejecutivo Federal y el Instituto, en sus respectivos ámbitos de competencia, promoverán condiciones para que las audiencias con discapacidad, tengan acceso a los servicios de radiodifusión, en igualdad de condiciones con las demás audiencias.

Artículo 258. Además de los derechos previstos en esta Ley y con el objeto de que exista una igualdad real de oportunidades, las audiencias con discapacidad gozarán de los siguientes derechos:

- I. Contar con servicios de subtitulaje, doblaje al español y lengua de señas mexicana para accesibilidad a personas con debilidad auditiva. Estos servicios deberán estar disponibles en al menos uno de los programas noticiosos de mayor audiencia a nivel nacional;
- II. A que se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto;
- III. A contar con mecanismos que les den accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los defensores de las audiencias, siempre y cuando no represente una carga desproporcionada o indebida al concesionario, y
- IV. Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o de portales de Internet de los concesionarios en formatos accesibles para personas con discapacidad.

Sección III De la Defensoría de Audiencia

Artículo 259. Los concesionarios que presten servicio de radiodifusión deberán contar con una defensoría de audiencia, que podrá ser del mismo concesionario, conjunta entre varios concesionarios o a través de organismos de representación. El defensor de la audiencia será el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia.

En los lineamientos a que se refiere el último párrafo del artículo 256, el Instituto deberá expedir lineamientos de carácter general que establezcan las obligaciones mínimas que tendrán los defensores de las audiencias para la adecuada protección de sus derechos.

Cada concesionario que preste servicio de radiodifusión fijará el periodo de encargo del defensor de la audiencia, el que podrá ser prorrogable por dos ocasiones.

La actuación de los defensores de las audiencias se ajustará a los criterios de imparcialidad e independencia, cuya prioridad será la de hacer valer los derechos de las audiencias, según los códigos de ética que haya firmado o a los que se haya adherido cada concesionario.

Los defensores de las audiencias y los códigos de ética deberán inscribirse en el Registro Público de Concesiones, mismos que estarán a disposición del público en general.

Los defensores de audiencia determinarán los mecanismos para la difusión de su actuación, entre los cuales podrán optar por correo electrónico, páginas electrónicas o un número telefónico, las cuales deberán contar con funcionalidades de accesibilidad para audiencias con discapacidad, siempre y cuando no implique una carga desproporcionada.

Artículo 260. Para ser defensor de audiencia se deberán cumplir los siguientes requisitos:

- I. Tener cuando menos treinta años cumplidos al día de su designación;
- II. Contar con reconocido prestigio en las materias de comunicaciones, radiodifusión y telecomunicaciones;
- III. No haber sido condenado por delito doloso que amerite pena de prisión por más de un año, y

- IV. Que no haya laborado con el o los concesionarios respectivos, según sea el caso, durante un periodo previo de dos años.

Artículo 261. El defensor de la audiencia atenderá las reclamaciones, sugerencias y quejas de las audiencias sobre contenidos y programación, implementando mecanismos para que las audiencias con discapacidad tengan accesibilidad.

Los radioescuchas o televidentes deberán formular sus reclamaciones por escrito e identificarse con nombre, apellidos, domicilio, teléfono y correo electrónico, a fin de que reciban una respuesta individualizada. Asimismo, deberán presentar sus reclamaciones o sugerencias en un plazo no superior a siete días hábiles posteriores a la emisión del programa objeto de la misma.

Recibidas las reclamaciones, quejas o sugerencias, el defensor las tramitará en las áreas o departamentos responsables, requiriendo las explicaciones que considere pertinentes.

El defensor responderá al radioescucha o televidente en un plazo máximo de veinte días hábiles aportando las respuestas recibidas y, en su caso, con la explicación que a su juicio merezca.

La rectificación, recomendación o propuesta de acción correctiva que en su caso corresponda, deberá ser clara y precisa. Se difundirá dentro de un plazo de veinticuatro horas, en la página electrónica que el concesionario de radiodifusión publique para dichos efectos.

LEY FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y RADIO-DIFUSIÓN, VERSIÓN 2017¹⁵, DEBIDO A LA CUAL SE ORQUESTÓ, POR PARTE DE LA AMDA, LA CAMPAÑA *Nuestros derechos de regreso*. ARTÍCULOS 256 AL 261.

Capítulo IV
De los Derechos de las Audiencias
Sección I
De los Derechos

Artículo 256. El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el artículo 3o. de la Constitución. Son derechos de las audiencias:

- I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;
- II. Recibir programación oportuna que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;

Fracción reformada DOF 31-10-2017

¹⁵ http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_160421.pdf

III. Se deroga.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

- IV. Que los concesionarios se abstengan de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. Se entenderá que se transmite publicidad o propaganda como información periodística o noticiosa, cuando un concesionario inserta dentro de su programación informativa un análisis o comentario editorial cuyo tiempo de transmisión ha sido contratado por un anunciante, sin que tal circunstancia se haga del conocimiento de la audiencia. En su Código de Ética, los concesionarios señalarán los elementos y prácticas que observarán para prevenir y evitar incurrir en la prohibición a que se refiere esta fracción;

Fracción derogada DOF 31-10-2017

- V. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;
- VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;
- VII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;
- VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión,

las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;

- IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y
- X. Los demás que se establezcan en otras leyes, exclusivamente.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán contar con un Código de Ética, que, bajo un principio de autorregulación, tendrán por objeto informar al público en general la forma detallada como el propio concesionario se compromete a respetar y promover todos y cada uno de los derechos de las audiencias enumerados en el presente artículo. Los Códigos de Ética se difundirán en el portal de Internet de cada concesionario; serán presentados al Instituto para su inscripción en el Registro Público de Concesiones 15 días después de su emisión por parte del concesionario; registrarán integralmente la actuación del defensor de la audiencia, e incluirán los principios rectores que se compromete a respetar el concesionario ante la audiencia.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

El Código de Ética será emitido libremente por cada concesionario y no estará sujeto a convalidación o a la revisión previa o posterior del Instituto o de otra autoridad, ni a criterios, directrices, lineamientos o cualquier regulación o acto similar del mismo Instituto u otra autoridad.

En la aplicación de lo dispuesto en el presente Capítulo, el Instituto deberá garantizar que los concesionarios de uso comercial, público y social cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos y proveerá para que se adopten medidas que no regulen de manera diferenciada en perjuicio de los contenidos generados en México respecto de los generados en el extranjero.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

Sección II

De los Derechos de las Audiencias con Discapacidad

Artículo 257. El Ejecutivo Federal y el Instituto, en sus respectivos ámbitos de competencia, promoverán condiciones para que las audiencias con discapacidad, tengan acceso a los servicios de radiodifusión, en igualdad de condiciones con las demás audiencias.

Artículo 258. Además de los derechos previstos en esta Ley y con el objeto de que exista una igualdad real de oportunidades, las audiencias con discapacidad gozarán de los siguientes derechos:

- I. Contar con servicios de subtítulo, doblaje al español y lengua de señas mexicana para accesibilidad a personas con debilidad auditiva. Estos servicios deberán estar disponibles en al menos uno de los programas noticiosos de mayor audiencia a nivel nacional;
- II. A que se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto;

- III. A contar con mecanismos que les den accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los defensores de las audiencias, siempre y cuando no represente una carga desproporcionada o indebida al concesionario, y
- IV. Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o de portales de Internet de los concesionarios en formatos accesibles para personas con discapacidad.

Sección III **De la Defensoría de Audiencia**

Artículo 259. Los concesionarios que presten servicio de radiodifusión deberán contar con una defensoría de audiencia, que podrá ser del mismo concesionario, conjunta entre varios concesionarios o a través de organismos de representación. El defensor de la audiencia será el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia.

La actuación del defensor de la audiencia se sujetará, exclusivamente, al Código de Ética del concesionario, y únicamente rendirá cuentas a la audiencia y a las instancias que, en su caso, prevea el propio Código de Ética.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

Cada concesionario que preste servicio de radiodifusión fijará el periodo de encargo del defensor de la audiencia, el que podrá ser prorrogable por dos ocasiones. Los concesionarios designarán libremente al defensor de la audiencia, sin que el Instituto u otra autoridad tengan facultades para intervenir u opinar de manera previa o posterior a ello.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

La actuación de los defensores de las audiencias se ajustará a los criterios de imparcialidad e independencia, cuya prioridad será la de hacer valer los derechos de las audiencias, según los códigos de ética que haya firmado o a los que se haya adherido cada concesionario.

El nombramiento de los defensores de las audiencias deberá inscribirse en el Registro Público de Concesiones, dentro de los 15 días siguientes a la fecha en que ello se haya llevado a cabo por parte del concesionario.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

Los defensores de audiencia determinarán los mecanismos para la difusión de su actuación, entre los cuales podrán optar por correo electrónico, páginas electrónicas o un número telefónico, las cuales deberán contar con funcionalidades de accesibilidad para audiencias con discapacidad, siempre y cuando no implique una carga desproporcionada.

Artículo 260. Para ser defensor de audiencia se deberán cumplir, únicamente, los siguientes requisitos:

Fracción derogada DOF 31-10-2017

- I. Tener cuando menos treinta años cumplidos al día de su designación;
- II. Contar con reconocido prestigio en las materias de comunicaciones, radiodifusión y telecomunicaciones;
- III. No haber sido condenado por delito doloso que amerite pena de prisión por más de un año, y
- IV. Que no haya laborado con el o los concesionarios respectivos, según sea el caso, durante un periodo previo de dos años.

Artículo 261. El defensor de la audiencia atenderá las reclamaciones, sugerencias y quejas de las audiencias sobre contenidos y programación, implementando mecanismos para que las audiencias con discapacidad tengan accesibilidad.

Los radioescuchas o televidentes deberán formular sus reclamaciones por escrito e identificarse con nombre, apellidos, domicilio, teléfono y correo electrónico, a fin de que reciban una respuesta individualizada. Asimismo, deberán presentar sus reclamaciones o sugerencias en un plazo no superior a siete días hábiles posteriores a la emisión del programa objeto de la misma.

Recibidas las reclamaciones, quejas o sugerencias, el defensor las tramitará en las áreas o departamentos responsables del concesionario, requiriendo las explicaciones que considere pertinentes, cuyas respuestas deberán entregarse dentro de los plazos previstos en el Código de Ética.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

El defensor responderá al radioescucha o televidente en un plazo máximo de veinte días hábiles aportando las respuestas recibidas y, en su caso, con la explicación que a su juicio merezca.

La rectificación, recomendación o propuesta de acción correctiva que proponga el defensor de la audiencia al concesionario, deberá ser clara y precisa. Se difundirá dentro de un plazo de veinticuatro horas, en la página electrónica que el concesionario de radiodifusión publique para dichos efectos, sin perjuicio de que también pueda difundirse en medios de comunicación, incluyendo el del propio concesionario.

Fracción derogada DOF 31-10-2017

Para saber más, ligas de interés

I DERECHOS HUMANOS, COMUNICACIÓN, SOCIEDAD, MEDIOS

- <https://amda.unam.mx/>
- <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/freedom-of-expression/freedom-of-information/>
- <http://iberocom.mx/catedra-unesco.html>
- <http://culturadh.org/>
- <https://www.amarcMexico.org/>
- <https://www.amedi.org.mx/>
- <http://claraluzalvarez.org>
- http://derecho.posgrado.unam.mx/site_cpd/public/publicis_cpd/telecomyradiodifemMX.pdf

II DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS, DEFENSORÍAS, NORMAS, LEYES, CASOS

- http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR_160421.pdf
- https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014

- <https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/versiones-taquigraficas/documento/2021-05-12/ATAQ-12-05-2021.pdf>
- https://amda.unam.mx/wp-content/uploads/2021/05/Posicionamiento_AMDA_14_05_2021.pdf
- <http://www.ift.org.mx/>
- <http://www.canalcatorce.tv/defensoria/secciones/quien-defensora/informes.html>
- <http://www.amidi.org/defensoria-audiencias/>
- https://www.spr.gob.mx/pdf/descargas/tesis_spr_coneic.pdf
- <http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/R3E5SLT74QJL9PVX1KB9U1DISFUC4S9UGRNCSA3R7QY2V1P24D-03750> (Para ésta, recomendamos buscar *Derechos de las audiencias*).
- Solís Leree, Beatriz. *Los derechos de las audiencias*. El Cotidiano (en línea) 2009 (158) 31-35. ISSN: 0186-1840.
- Solórzano, Adriana. (2019). “Defensa de las audiencias: de la correulación al Estado de excepción” en Sosa, Georgina. *Análisis de la reforma en telecomunicaciones en México 2013-2016. Alcances y limitaciones*. UNAM, México, 2019.
- Solórzano, Adriana. (2016) *El derecho a la información y las defensorías de las audiencias como mecanismo para su ejercicio*. Memorias del Congreso ALAIC 2016. 95-101 pp.

- Varios. El rol de las defensorías de las audiencias en la profundización de las democracias latinoamericanas. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, Buenos Aires, 2015.
- <https://www.redesac.org.mx/derechos-audiencias>
- http://jeanclaude.mx/wp-content/uploads/2014/06/18_DERECHO_DE_LAS_AUDIENCIAS.pdf
- https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014

III CONFERENCIAS, FOROS, PONENCIAS Y MÁS

- <http://www.oas.org/es/cidh/>
- <https://www.facebook.com/endefensadelasaudiencias/>
- http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000300097
- http://www.ift.org.mx/sites/default/files/Derecho_de_las_Audiencias.pdf
- <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Flavia-Pauwels.pdf>
- <http://somasaudiencias.ift.org.mx/>

IV PARA OBTENER CONSTANCIA DIGITAL DE ESCUCHA DE LA SERIE RADIOFÓNICA *Introducción a los derechos de las audiencias y a sus defensorías en México*

- <https://radioeducacion.edu.mx/serie-derechos-audiencias/>

Nota: Cierre de actualización de este apartado
al 14 de mayo de 2021

Introducción a los derechos de las audiencias y a sus defensorías en México se terminó de imprimir en octubre de 2021 en Grupo Comercial Impresor Arcos, S.A. de C.V., Azafrán Núm. 40, Col. Granjas, Demarcación Territorial Iztacalco, C.P. 08400, Ciudad de México, México. El tiraje consta de 1,000 ejemplares.

Este material fue elaborado con papel certificado por la Sociedad para la Promoción del Manejo Forestal Sostenible, A.C. (Certificación FSC México).



CNDH
M É X I C O
Defendemos al Pueblo

Consejo Consultivo

Licda. Rosy Laura Castellanos Mariano

Presidenta

Mtra. María del Rosario Piedra Ibarra

Director General de la Primera Visitaduría General

Lic. Paolo Guisepe Martínez Ruiz

Director General de la Segunda Visitaduría General

C. José Carlos Fazio Varela

Directora General de la Tercera Visitaduría General

Mtra. Hilda Téllez Lino

Directora General de la Cuarta Visitaduría General

Dra. Arely López Pérez

Director General de la Quinta Visitaduría General

Mtro. Raúl Arturo Ramírez Ramírez

Director General de la Sexta Visitaduría General

Dr. Armando Hernández Cruz

Secretario Ejecutivo

Lic. Francisco Javier Emiliano Estrada Correa

Secretario Técnico

Mtro. Marco Alejandro Hernández Legaspi

Director General de Vinculación Interinstitucional
en suplencia de la persona titular de la Secretaría
Técnica del Consejo Consultivo

Directora Ejecutiva del Mecanismo Nacional
de Prevención de la Tortura

Licda. Vilma Ramírez Santiago

Directora General del CENADEH

Dra. Ángeles Corte Ríos

Este texto resume lo más relevante de la primera serie radiofónica *Introducción a los derechos de las audiencias y a sus defensorías en México*, la cual se puede descargar bajo demanda en el micrositio de la Defensoría de las Audiencias de Radio Educación <https://radioeducacion.edu.mx/defensoria-de-las-audiencias>

La escritura jurídica suele ser árida, difícil de inteligir y sobre todo complicada a la hora de su interpretación, de su configuración en los hechos en la vida cotidiana. En el presente libro se pretendió siempre traducir ese lenguaje hasta poder aterrizarlo en lo que algunas personas creemos importa o debiera importar a las audiencias. Al mismo tiempo, se quiso hacer accesible este subtema de la historia normativa de los medios de radiodifusión en México, que dice mucho sobre las tensiones y luchas entre poderes del Estado; obligados y sujetos de derecho; concesionarios y audiencias.

La difusión de un tema de derechos humanos, los derechos de las audiencias, vinculados a la producción radiodifundida, ciertamente no instala de inmediato las facultades de participación crítica con correspondencia jurídica de las audiencias frente al medio. Sin embargo, esperamos sí logre recolocar una zona de mediaciones, cuestionamientos y análisis de los medios de comunicación, sus contenidos, quienes los hacemos y quienes los consumimos.