

Los derechos de las audiencias y el derecho a saber

*Adriana Solórzano Fuentes**

Los derechos de las audiencias tienen una doble significación con respecto del derecho a la información. Por una parte funcionan como una limitante al establecer el derecho de todas las personas a no ser discriminadas en los medios de comunicación y a tener posibilidad de réplica cuando una información vertida por éstos sea inexacta, falsa o agravante. Por otra parte, se fundamentan en el derecho a la información en la medida en que los derechos de las audiencias se traducen también en el derecho a recibir información plural y diversa, es decir, en el derecho a saber.

En el siguiente texto, el lector encontrará una exposición de algunos de los derechos de las audiencias legalmente establecidos, su vinculación con el derecho a saber y una reflexión tanto sobre las vulneraciones más comunes como acerca de las áreas de oportunidad detectadas.

Los derechos de las audiencias

En la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión de junio de 2013, se estableció en la fracción VI del artículo 6° que “la Ley establecerá los derechos de las audiencias y los mecanismos para su protección”. La Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión promulgada el 14 de julio de 2014, atendiendo al mandato constitucional y en su calidad

* Licenciada y maestra en Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Diplomada en docencia Universitaria por el Centro de Estudios sobre la Universidad. Es académica de la máxima Casa de Estudios desde 1997. Actualmente es presidenta fundadora de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias.

- LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS Y EL DERECHO A SABER -

de norma reglamentaria del artículo 6º, estableció en su artículo 256, como derechos de las audiencias, los siguientes:

- I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social, 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;
- 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.

Para que un derecho pueda ejercerse deben existir mecanismos a través de los cuales sea posible demandarlo. En el caso que nos ocupa, la ley referida estableció en su artículo 259 la obligatoriedad para todos los concesionarios de radiodifusión de contar con una defensoría de las audiencias, es decir, con una figura independiente del medio y con capacidad para evaluar las quejas del público relacionadas con la violación a sus derechos bajo un esquema corregulatorio.

Es un esquema corregulatorio porque, independientemente de la obligación legal para los concesionarios de los medios de comunicación electrónicos de nombrar un defensor de las audiencias, esta figura es designada por el

propio sujeto obligado y no tiene atribuciones vinculatorias o capacidad sancionatoria, emite recomendaciones y da seguimiento a los problemas detectados, en el entendido de que el medio por conciencia y responsabilidad social actuará expeditamente y sin un proceso judicial de por medio.

Las defensorías de las audiencias, por lo ya expuesto, no son en México estrictamente figuras autorregulatorias, pero siguen manteniendo el espíritu de la autorregulación en la medida que su objetivo es fomentar la actuación responsable del concesionario, sin intervención del Poder Ejecutivo o Judicial, y con ello evitar posibles acciones contrarias a la libertad de expresión, como puede serlo la censura.

Más allá de las lagunas jurídicas y de aspectos perfectibles de la ley, las defensorías tienen el reto de valorar los diferentes casos que se presentan a la luz del marco legal, del código de ética del medio de comunicación, pero también tomando en cuenta las omisiones, la insuficiencia de acciones afirmativas y la necesidad de ir creando consensos sobre las condiciones que definen el ejercicio real de los derechos de las audiencias.

Con un objetivo meramente exploratorio proponemos el siguiente ejercicio, el cual consiste en reflexionar el vínculo existente entre algunos de los derechos de las audiencias con el derecho a saber para poder identificar retos y áreas de oportunidad. Evidentemente no puede ser exhaustivo. El objetivo es ofrecer una mirada general y algunos ejemplos sobre el tipo de tareas que en conjunto con la autoridad regulatoria, los concesionarios, los generadores de contenidos, las defensorías y audiencias debemos realizar si queremos contribuir a la mejora de la comunicación pública y con esto al fortalecimiento de nuestra vida democrática.

Recibir de los medios de comunicación, contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico de la Nación

El derecho a recibir contenidos plurales se vincula evidentemente con el derecho a saber. Un sistema de medios de comunicación responsable y consciente de su papel social ofrece información plural y diversa que atiende las necesidades informativas de las personas, y pone especial énfasis en la difusión de información que da cuenta no solo de las mayorías, sino de las minorías, especialmente las vulneradas, con información que

pueda traducirse en participación ciudadana, cultura cívica o un entorno público más favorable.

La información plural es sustantiva para que la ciudadanía pueda formarse una opinión política o cuente con los elementos necesarios para ejercer un voto informado. Por otra parte, en una nación multicultural como lo es la mexicana, la información plural en los ámbitos culturales y lingüísticos contribuyen a la visibilización de lo diverso y pueden incluso traducirse en aceptación y comprensión del otro.

Las visiones hegemónicas del mundo no sólo son discriminatorias por la ignorancia en la que dejan a la ciudadanía sobre otras formas de entender el mundo y suelen fomentar discursos supremacistas que lejos de impulsar la interculturalidad generan ambientes donde el enfrentamiento es el común denominador.

Lamentablemente, los medios de comunicación infringen el derecho a la pluralidad todos los días, lo hacen a través de coberturas periodísticas sesgadas o indirectamente vía estereotipos en sus productos de ficción. Ejemplos hay muchos, sobre todo en las telenovelas, cuyos argumentos están plagados de lugares comunes, como el que las mujeres sueñan únicamente con casarse o ser madres; también se suele caracterizar a los personajes homosexuales como seres estridentes; a las personas indígenas se les representa exclusivamente en roles de personajes pobres e ignorantes o, en los finales de serie, la discapacidad (una condición de vida) es el castigo favorito para los personajes malvados.

El reto para los productores de noticiarios en los medios de comunicación es lograr cambiar las rutinarias producciones periodísticas, ampliando el abanico de fuentes informativas para incluir a las menos visibles. Evitar la sobrerepresentación gubernamental o de los actores con mayores recursos para generar boletines y conferencias de prensa, así como darse a la tarea de buscar fuentes expertas (académicos, especialistas e investigadores) y abrir los micrófonos a la sociedad civil organizada.

En el caso de los productos de ficción, el reto es evitar la recurrencia de las mismas tramas con las mismas soluciones para evitar la fijación de estereotipos que dañan a determinadas minorías. Es necesario fomentar el desarrollo de tramas que conduzcan a la empatía y al entendimiento del otro.

- ADRIANA SOLÓRZANO FUENTES -

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

En sociedades complejas como las actuales, los medios de comunicación cumplen un rol esencial como espacios públicos, desde los cuales se puede promover la deliberación y el fortalecimiento democrático o estimular la estridencia, la descalificación o el discurso superficial y frívolo.

La radio y la televisión como esfera pública es un nodo donde se exponen múltiples discursos y diversos actores entretejen relaciones de poder. Si el acceso a éstos es sencillo y universal, los medios funcionan como facilitadores de la deliberación; si por el contrario, los concesionarios adquieren un rol de alto poder a partir de explotar una frecuencia del espacio radioeléctrico (un bien nacional) y de lucrar no solo con la información –que es un bien público– sino con el propio acceso a la esfera, estaremos ante un panorama crítico y violatorio de los derechos de las audiencias.

Los retos principales que se nos vislumbran como sociedad en torno al ejercicio del derecho a la pluralidad y diversidad para el fortalecimiento de la vida democrática se vinculan con la necesidad de trascender el discurso simple y éticamente irresponsable que los medios de comunicación concesionados para uso comercial, al ser empresas con fines de lucro tienen la atribución de operar las frecuencias con un predominante criterio de rentabilidad económica.

Los concesionarios de medios de comunicación proporcionan, de acuerdo con la ley, un servicio público de interés general y por lo tanto tienen una responsabilidad social que incluso los convierte en garantes corresponsables del derecho a la información.

Para lograr mayor diversidad y pluralidad en nuestros medios se nos abren cuando menos tres caminos principales y prioritarios:

- a) *Promover el rigor periodístico en los noticieros.* En este campo hay varias áreas de oportunidad. Se requiere que los procesos de producción de la noticia se transparenten y mejoren sus criterios de selección de fuentes, con el fin de que se deje de sobrerrepresentar a los poderes fácticos y se incluyan las visiones de especialistas y minorías.

Es además necesario evitar que la agenda mediática –la cual nutre de manera fundamental a la agenda pública– siga capturada por te-

mas espectacularizantes, frívolos o sentimentaloides. La democracia puede fortalecerse abriendo la agenda a temas de interés público con implicación ciudadana.

Asimismo, es importante reflexionar sobre la necesidad de evitar en el discurso estigmas y señalizaciones innecesarias, porque no basta que las minorías estén representadas en los medios, es importante que se les represente con respeto, dignamente.

- b) *Establecer mecanismos de acceso.* Si los medios de comunicación están al servicio de unas cuantas familias de concesionarios que son quienes deciden qué se convierte en tema público y qué asuntos se ignoran, nuestra democracia tiene mucho por perder.

Si los medios de comunicación hoy son una plaza pública es necesario que todo ciudadano con interés en deliberar pueda acceder, ya sea en calidad de fuente experta, como generador de contenidos, representado por otros o pudiendo expresarse a través de vías de contacto y retroalimentación establecidas para ese fin.

En nuestro país hemos sabido de muchos casos donde se ha amenazado con *tomar* a los medios de comunicación o que grupos de activistas han exigido poder tener acceso debido a que las coberturas informativas ignoran su postura. De entrada deberían existir mecanismos y protocolos en todos los medios de comunicación para que la ciudadanía interesada pueda gestionar su presencia y su derecho a expresarse.

- c) *Promover medidas antimonopólicas.* La radio, como plaza pública, debiera ser un sitio natural de participación ciudadana, muestra de diversidad, pluralidad ideológica, voz de mayorías y minorías, micrófono para poblaciones vulnerables, tribuna para la discusión de temas de interés público; pero el hecho de que exista una alta concentración de la propiedad es un obstáculo para que la ciudadanía ejerza su derecho a comunicar; pues no sólo los concesionarios de medios concentran poder económico, a éste se suma el poder político y social que consiguen al tener el control del acceso a la plaza pública. Lejos de garantizar su uso como un derecho ciudadano lucran con esa facultad autoconcedida de visibilizar la *cosa* pública y se convierten en un poder fáctico.

Se requiere la aplicación urgente de las medidas de regulación asimétricas establecidas por la ley para generar mayor competencia,

- ADRIANA SOLÓRZANO FUENTES -

la cual por sí misma no genera pluralidad, pero por lo menos es un factor para contrarrestar el poder desmesurado que algunas empresas de medios tienen ahora mismo en México.

Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta y que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa

Los derechos de las audiencias vinculados con la obligación de hacer explícitas las relaciones comerciales y los intereses editoriales están relacionados con un principio básico: la honestidad. Como ciudadanía tenemos derecho a saber, a poder identificar la publicidad o la propaganda, así como poder distinguir cuando lo que vemos o escuchamos es una información llana o es la apreciación de un conductor.

El tener claridad sobre el tipo de información que escuchamos es clave al momento de ponderar. Si un individuo con bata de médico es entrevistado en un producto audiovisual parecido a un noticiario y quien lo entrevista es una reportera o periodista conocida, la audiencia da mayor credibilidad a sus palabras que si supiera que esa información es un espacio pagado por una compañía farmacéutica y que el médico está recomendando un tratamiento o medicamento como parte de un acuerdo comercial.

La publicidad engañosa es atentatoria de los derechos de las audiencias; abusa de las formas y formatos de consumo de información a las que estamos habituados y sin ninguna limitación ética promueve compras basadas en la ilusión de información neutra y confiable.

La propaganda encubierta es otra forma de violentar nuestro derecho a saber. Cuando un político compra su presencia en un programa o paga porque sus eventos sean cubiertos y estos productos se presentan mezclados con el resto de la programación es absolutamente un engaño por parte del medio y del político o personalidad implicada. Si como parte de un contrato el personaje público recibe un trato en exceso amable e incluso elogioso, pero se hace pasar no como una compra de tiempo aire, sino como una invitación cualquiera relacionada con sus actividades públicas, no podemos, como audiencia, interpretar adecuadamente lo que vemos o escuchamos. Nos están engañando.

Es el mismo caso cuando en programas de ficción los personajes protagonistas se expresan bien de algún personaje público. Cuando en

conversaciones en apariencia casuales entre conductores se recomiendan restaurantes o servicios sin aclarar que no es una recomendación genuina sino una mención publicitaria pagada.

Más grave aún, cuando un periodista utilizando el lenguaje y el formato de noticia alevosamente construye un discurso en el cual aparentemente se proporciona información llana, pero que en realidad está sustentada no en datos duros sino en opiniones.

Es una farsa toda práctica de comunicación que con base en un contrato o convenio de contraprestación exalte algún servicio o promueva las virtudes de una persona y no haga explícita esa relación. Como derecho de las audiencias el concesionario tiene la obligación de transparentar, de alguna manera, que se trata de publicidad.

En el caso de información periodística, los conductores y reporteros, por rigor informativo y ética, están obligados a utilizar el lenguaje de manera clara para hacer evidentes sus opiniones y pareceres y que quede perfectamente diferenciada la opinión de la información.

En este terreno los retos son muchos. Para poder acceder a información veraz es necesario crear conciencia y responsabilidad en lo referente al rigor periodístico, atribuir correctamente la información, investigar y sustentar con datos duros y descripciones no estigmatizantes o calificadoras. Hay una frase muy usual en el periodismo que indica “los hechos son sagrados, las opiniones libres”. Ambas esferas son importantes y la libertad de expresión garantiza el derecho de todo ciudadano a opinar, pero no lo autoriza a hacer pasar esa opinión como un dato informativo. Un verdadero profesional que está cubriendo una marcha, por ejemplo, busca conocer a través de las fuentes autorizadas el número de personas que se calcula asistieron, compara con otros eventos similares, contrasta la información, incluso desarrolla métodos de cálculo utilizando como referentes la capacidad de los sitios a donde la gente se ha reunido, pero no se limita a juzgar sobre el éxito o fracaso de la concentración y tampoco informa como un hecho lo que su mera apreciación le dicta.

Tenemos también como reto lograr que se transparente el financiamiento de los medios de comunicación. Sólo si sabemos con qué intereses pueden estar vinculadas las empresas informativas podremos ponderar con mayores elementos de juicio la información que se nos proporciona.

Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria

Uno de los derechos de las audiencias fuertemente relacionado con el derecho a saber es el derecho de réplica. Aunque en la esfera de protección individual este derecho es una limitante del derecho a la información, no debemos olvidar que también tiene una esfera social: cuando una persona se siente aludida por información falsa, agravante o inexacta y ejerce el derecho de réplica hace partícipe a la sociedad desde otra perspectiva.

Si a la persona aludida se le vulnera en su derecho a ejercer réplica, se vulnera a la sociedad en su conjunto porque se viola nuestro derecho a saber otra versión. El ejercicio del derecho de réplica abona en la certidumbre de la información al ser ésta aclarada, complementada o cuestionada.

Una sociedad donde el derecho de réplica se ejerce de manera sencilla y expedita gana en pluralidad y, si todas las partes son respetuosas, gana en deliberación.

Nuestro principal reto ahora mismo, con respecto a este derecho, es modificar la recién aprobada ley, la cual lamentablemente judicializa el proceso, coloca la carga del prueba en el ciudadano y ofrece a los concesionarios un amplio catálogo de posibilidades para no otorgar la réplica.

Con respecto al papel que como corresponsables de garantizar los derechos de las audiencias cumplen las defensorías de las audiencias, es necesario que éstas se involucren y defiendan la existencia de condiciones favorables para el ejercicio expedito del derecho. Aunque la ley establece como opcional que sea el titular de la defensoría el encargado de evaluar la procedencia de la réplica, es importante presionar para que en el caso de los medios electrónicos, siempre sea así. En la medida que las rectificaciones y réplicas se otorguen de manera automática bajo el entendido de que el medio de comunicación es un espacio para la deliberación y que el acceso para brindar distintas perspectivas debe tener como única limitante el derecho de terceros (previa ponderación sobre cuál derecho prevalece) estaremos fortaleciendo nuestra democracia.

Además, el acceso sencillo de la ciudadanía a los medios es una forma de paliar los efectos perniciosos de lo señalado por la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias en uno de sus pronunciamientos: el desequilibrio existente entre quien emite una información contando con medios para ello y los ciudadanos que la reciben y de los que se habla, quienes no cuentan con medios para su defensa.

Conclusiones

Los derechos de la audiencias como parte de la legislación que en materia de derecho a la información existe en nuestro país contribuyen a clarificar la importancia de los contenidos mediáticos en radio y televisión, en la conformación de una sociedad más democrática, inclusiva, respetuosa del otro, preocupada y ocupada por la calidad de información que recibe. Para que estos derechos no sean derechos de papel y se garantice la pluralidad, la diversidad, la información veraz, la no discriminación y el derecho de réplica, es necesario que la ley se aplique bajo el principio de favorecer a la ciudadanía, empoderarla y permitirle el acceso a un espacio que es público, no sólo porque es una forma de garantizarle su derecho a la libertad de expresión, sino porque el ejercicio de esa libertad se vincula con el derecho a saber de todas y todos.

Bibliografía

- Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, Posicionamiento público de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias sobre la minuta de la ley reglamentaria de derecho de réplica, Ciudad de México, 9 de septiembre de 2015.
- Decreto por el que se expide la Ley Reglamentaria del artículo 6° párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia del derecho de réplica, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 4 de noviembre de 2015.
- Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman y adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 14 de julio de 2014.
- Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6°, 7°, 27 y 28, 73, 78 y 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de telecomunicaciones, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 11 de junio de 2013.
- Germán, R., “Medios de comunicación y vida pública”, en *Tercer Encuentro Mundial del Tercer Sector*, Cartagena, 2000.

- ADRIANA SOLÓRZANO FUENTES -

- López-Ayllón, Sergio, “El derecho a la información como derecho fundamental”, en J. C. (coords.), *Derecho a la información y derechos humanos*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM, pp. 157-181.
- Loreti, D., *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2014.
- Convención Americana sobre Derechos Humanos, aprobada y suscrita en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos, San José de Costa Rica, 22 de noviembre de 1969.
- Ortega, Patricia, “El espacio público en las sociedades contemporáneas”, en *Anuario de Investigación*, México, UAM-Xochimilco, 2004, pp. 194-205.
- Rodrigo Alsina, M., *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós, 1993.
- Serrano, P., “Democracia y libertad de prensa”, en Denis de Moraes, *Medios, poder y contrapoder*, Buenos Aires, Biblos, p. 174.
- Solórzano Fuentes, Adriana, “Las fuentes gubernamentales en la determinación del temario público”, en Lourdes Romero, *Espejismos de papel. La realidad periodística*, México, UNAM, 2006.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Alegato por la deliberación pública*, México, Cal y Arena, 2014.