

uamradio

abierta al tiempo **94.1 FM**

Defensoría de las Audiencias

Tercer Informe Trimestral

Noviembre de 2018-enero de 2019

Del 27 al 29 de noviembre se llevó a cabo en Guadalajara, Jalisco, el Quinto Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias.

Quien esto suscribe participó en su calidad de defensora de las audiencias de UAM Radio y de presidenta de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, como organizadora y ponente.

En el Congreso se presentó una exposición sobre el funcionamiento de la defensoría de las audiencias en UAM Radio. En la siguiente liga puede consultarse:

<https://www.youtube.com/watch?v=jcNQdMyZk7s>

Con motivo del Congreso se publicará durante el segundo semestre de 2019 un número especial de la revista de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, en la cual la titular de la defensoría de UAM Radio participa con un artículo sobre derecho a la información de niñas, niños y adolescentes.

Por otra, parte, el Congreso se enmarcó en el evento TV Morfosis, del cual se publica una memoria cada año. La titular de la defensoría de las audiencias también participó con un texto sobre fake news, tema principal de TV Morfosis 2018. El artículo se publicará en el segundo semestre de 2019.



Labores de difusión de derechos de las audiencias

El 16 de noviembre de 2018 se acudió a la radio de la Universidad Autónoma de Querétaro a impartir a personal de esa emisora, un curso sobre derechos de las audiencias. En la actividad participó la titular de la defensoría de audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, Beatriz Solís; la defensora de las audiencias de Radio Educación, Mariana López y quien esto suscribe.

En el periodo también se escribieron y publicaron en la revista Zócalo, dos textos de divulgación, uno sobre las defensorías de las audiencias en los principales medios de comunicación de uso público a nivel federal y otro sobre Alfabetización Mediática.

Finalmente, se señala que la titular de la Defensoría de las Audiencias renunció al cargo con fecha 28 de febrero de 2019, pero el informe llega hasta el mes de enero, debido a que el primero de febrero los trabajadores de la Universidad Autónoma Metropolitana se declararon en huelga y durante todo el mes, ésta se mantuvo. El contrato para fines de retribución económica concluyó el 31 de enero y, a esa fecha, no se recibieron quejas de la audiencia.

ZOCALO

Comunicación • Política • Sociedad



Alfabetización mediática; asignatura pendiente

- El Estado debe formar audiencias críticas: Adriana Solórzano
- Analistas y periodistas, a la cabeza de medios públicos
- Huachicoleo, otro frente contra la corrupción
- Puebla, tensión política en ciernes
- AMARC exige esclarecer asesinato de Rafael Murúa Manrique
- Groserías banalizan discurso periodístico: Víctor Roura



Dime de qué medio eres audiencia y te diré...



Adriana Solórzano

DICIEMBRE 2018

Durante décadas los medios de comunicación electrónicos en México se dividieron, para efectos normativos, en medios con concesiones o permisionados. Los primeros correspondían a todos aquellos que tenían por finalidad el lucro; por el contrario, los permisionados debían tener objetivos educativos o culturales y generalmente eran operados por instituciones gubernamentales, que dicho sea de paso, usualmente los utilizaban (y algunos los siguen utilizando) para diseminar mensajes oficiales.

Hoy, en un México que cuenta con una sólida legislación en materia de transparencia, parece increíble que apenas en el siglo pasado los gobiernos en turno hubieran podido asignar frecuencias de radio y televisión con total discrecionalidad y sin rendir cuentas. Los gobiernos previos a la alternancia democrática de 2000 gestionaban esos medios sin siquiera preocuparse por distinguir líneas editoriales francamente oficialistas y con el cometido, las más de las ocasiones, de procurar el lucimiento de políticos y funcionarios públicos.

A partir de la reforma de 2013 en materia de Telecomunicaciones y Radio-difusión, se dio un giro importante al reconocer el derecho de la ciudadanía a operar frecuencias y caracterizarlos de manera más precisa. Se estableció como título habilitante la figura de la concesión para todos los casos; pero se tipificaron tres usos: comercial, público y social. Las concesiones comerciales tienen fines de lucro; las sociales y las públicas no. Las concesiones sociales pueden a su vez ser comunitarias o indígenas y las concesiones de uso público son aquellas que se otorgan a entidades de los tres órdenes y niveles de gobierno o que son operadas por universidades públicas.

Lojos estamos de que las concesiones de uso



público puedan equipararse al concepto de medio público. De acuerdo con la UNESCO, una emisora de servicio público es un medio financiado por el propio público, dirigido al público y controlado por éste, está libre de interferencia política o comercial y no es estatal ni comercial. Una variante que acepta es que los medios de servicio público sean de propiedad estatal, pero entonces deben estar libres de intereses partidistas y su mandato debe ser nacional.

En la Constitución, aunque de manera incipiente, la figura de concesión de uso público pretende corresponderse con la definición de medio público que acabamos de referir al establecerse en el artículo décimo transitorio y después en el artículo 86 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTIR) que los medios de uso público deberán cumplir con los siguientes requisitos: "mecanismos para asegurar la independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión

