



México D.F., 7 de septiembre de 2015

## **INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES**

Presente.

El Consejo de Audiencias de A Favor de lo Mejor, es un organismo creado en abril del 2015 que tiene entre sus objetivos el Contribuir con los medios y las autoridades en el cumplimiento de los Derechos de las Audiencias. Así como asesorar y recomendar a los medios, autoridades y Defensores de las Audiencias sobre las cuestiones que satisfacen o preocupan a las audiencias respecto a los contenidos que reciben.

En nuestro carácter de órgano revisor y asesor de los fenómenos de comunicación, nos permitimos hacer los siguientes comentarios respecto al Anteproyecto de Lineamientos Generales sobre los Derechos de las Audiencias.

### **LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA: ESCENCIAL PARA EL MUNDO DE HOY**

En el primer Informe del Consejo, nos dimos a la tarea de observar el tema “Los niños y los medios de comunicación”, una de las conclusiones más importantes de nuestro estudio es la necesidad urgente de preparar a las audiencias en su relación con los medios de comunicación. Por este motivo nos parecen sumamente oportunas las referencias a la Alfabetización Mediática que se hacen en los Lineamientos.

**La alfabetización mediática entendida como la acción de brindar herramientas educativas a las audiencias para generar conocimientos, habilidades y actitudes que fomenten un consumo informado, libre y plural de los medios tradicionales y los digitales** es una tendencia internacional, y una práctica fomentada en las democracias avanzadas.

La alfabetización mediática es un elemento integrado al proceso de la comunicación. Tan esencial que la misma UNESCO ha elaborado programas que cubran esta necesidad apremiante que, pavimentará el camino a la igualdad de oportunidades y mejor aprovechamiento de oportunidades para muchas personas en el mundo. Y la define como:

“Dotar a los ciudadanos de los conocimientos básicos sobre el papel de los medios de comunicación y los dispositivos de información en las sociedades democráticas, siempre que esa función esté correctamente desempeñada y los ciudadanos puedan evaluar de forma crítica la calidad de los contenidos que se transmiten.

Además, la alfabetización mediática e informacional abarca un conjunto de competencias y conocimientos esenciales para los ciudadanos del siglo XXI: les dará, en efecto, la posibilidad de participar en el sistema mediático, desarrollar su espíritu crítico y adquirir conocimientos a lo largo de la vida para participar en el desarrollo de la sociedad y convertirse en ciudadanos activos.”<sup>1</sup>

Los países del primer mundo ya están cubriendo esta necesidad, logrando armonizar esfuerzos desde la autoridad y los medios para beneficiar a la Audiencia. Destacamos algunos de estos esfuerzos como referente al trabajo que debe realizar el Instituto.

## **FRANCIA**

El CSA, Consejo Superior de lo Audiovisual, (autoridad similar al IFT) realiza diferentes actividades para implementar la alfabetización mediática en su país, así como para fomentar la protección de los menores respecto a los contenidos que reciben de los medios de comunicación.

Desde realizar e impulsar investigaciones, talleres, visitas a los colegios, e incluso un “Observatorio de Comunicación y Educación”. Lo más loable de la Institución es que ha logrado generar una colaboración entre la sociedad, los académicos y los medios de comunicación.

---

<sup>1</sup> [www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media)

Incluso se promueven desde los medios, campañas informativas, realizando un trabajo colectivo.

## **GRAN BRETAÑA**

El OFCOM, (uno de los organismos que inspiró la creación del IFT) es la autoridad independiente de regulación y competencia.

Su trabajo de investigación y fomento de la alfabetización mediática involucra tres de las prioridades estratégicas de OFCOM: 1. Proporcionar una seguridad adecuada a las audiencias sobre las normas; 2. Para ayudar a los mercados de comunicaciones que trabajan para los consumidores 3. Contribuir e implementar las políticas públicas definidas por el Parlamento. La alfabetización mediática según OFCOM permite a la gente a tener las habilidades, el conocimiento y la comprensión que necesitan para aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan, tanto por medios tradicionales y por los nuevos servicios de comunicaciones.

Por tanto, este organismo realiza investigaciones sobre el uso de medios por los diferentes audiencias y promueve los esfuerzos que las distintas asociaciones o estructuras hacen en este tema.

## **ESTADOS UNIDOS**

La FCC, Comisión Federal de Comunicaciones, agencia gubernamental independiente, que regula las comunicaciones en ese país, fomenta la alfabetización mediática por diversos mecanismos como: un sitio internet para padres de familia que tiene lista de programas dirigidos a niños por ciudad y estado, da una lista de estos programas, estación y horario. Tiene sección de consejos sobre protección, seguridad y problemas de salud ligados a medios, para jóvenes y niños.

En ese mismo sentido, la industria de los medios ha apoyado la Alfabetización Mediática a través de foros interactivos como el de *Make Media Matter* del *Independent Film Channel*. Otro ejemplo es el programa de Televisión *The Media Project*, que ofrece análisis sobre las transmisiones de noticias del mundo de hoy. De igual forma, durante los 90's, *Discovery Channel* apoyó la implementación del programa *Media Literacy* para estudiantes del 12° grado en el sistema de educación del estado de Maryland, en colaboración con el Consejo de Educación de ese estado.

## AUSTRALIA

La ACMA, Australian Communications and Media Authority, establece la alfabetización mediática y realiza constantemente investigaciones sobre uso de medios. Entre sus tesis más importantes encontramos que destaca que la alfabetización es para promover la participación de las audiencias. Las investigaciones que realiza sobre alfabetización mediática establecen la necesidad de trabajar desde los medios de comunicación.

## UNION EUROPEA

En la Unión Europea, el Parlamento europeo y su Consejo han determinado incluir en directrices la formación del público. Así, se hace referencia en los Considerandos de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (2010/13/UE) por el Parlamento Europeo y del Consejo:

“la política de regulación [de los medios de comunicación audiovisuales] debe proteger [...] determinados **intereses públicos, como la diversidad cultural, el derecho a la información, el pluralismo de los medios de comunicación, la protección de menores y la protección de los consumidores, así como las medidas a adoptar para aumentar el nivel de conocimiento y formación de público en materia de medios de comunicación**”

A tal grado se ha reconocido su importancia que muchos países ya lo han incorporado a sus sistemas educativos. Tal es el caso de Suecia y Dinamarca, donde ya tiene el carácter de obligatoria, y Finlandia donde se imparte desde primaria y se ha ido actualizando con el desarrollo de las nuevas tecnologías.

En **México**, con la emisión de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión se estableció el derecho de información, de expresión y de recepción a través de estos servicios con total libertad, dando elementos y herramientas al usuario para ejercer su responsabilidad de seleccionar los contenidos y algunos elementos para proteger a jóvenes y niños de contenidos que afecten su desarrollo.

En este contexto de libertad, las necesidades del usuario para cumplir su responsabilidad incluyen capacitación para obtener los conocimientos y desarrollar las habilidades necesarias para cumplir esa responsabilidad ante los medios, es decir, la alfabetización mediática.

En el Consejo de Audiencias entendemos que vivimos en un mundo donde la información que recibimos de los medios, influye en gran manera sobre nuestras elecciones y acciones, así como en nuestro desarrollo como seres humanos. Concebimos que el nuevo entorno requiere que desarrollemos ciertas competencias para poder aprovechar las oportunidades excepcionales que ofrecen los medios de comunicación. Creemos firmemente que una sociedad que está alfabetizada fortalece el desarrollo de medios y sistemas de información para que sean libres, independientes y plurales.

Razón por la que consideramos a la alfabetización mediática como parte imprescindible en las acciones del IFT, como un factor fundamental para ejercer los DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS.

Esperando que nuestros comentarios sean de utilidad en la elaboración del documento final de lineamientos, me despido cordialmente en nombre de nuestro Consejo.

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a vertical line, likely representing the name Estibaliz de la Torre Jiménez.

**Mtra. Estibaliz de la Torre Jiménez**  
**Secretaria Técnica del Consejo**