

México, D.F. a 21 de agosto de 2015

592
40

RECIBIDO

2015 AGO 21 PM 2:45

INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

047441

**INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES
UNIDAD DE MEDIOS Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES
PRESENTE**

LIC. CARLOS SESMA MUALEÓN, en representación de FÓRMULA RADIOFÓNICA, S.A. DE C.V., personalidad que tengo debidamente acreditada ante esa H. Autoridad (se anexa copia del poder), por medio del presente someto a su consideración los comentarios de mi representada al **ACUERDO MEDIANTE EL CUAL EL PLENO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES SOMETE A CONSULTA PÚBLICA EL ANTEPROYECTO DE LINEAMIENTOS GENERALES SOBRE LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS (Anteproyecto)**

Los lineamientos del Anteproyecto se derivan del capítulo IV de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), el cual establece los derechos de las audiencias y específicamente el artículo 256 de la propia Ley en su último párrafo se refiere a los lineamientos que emitirá el IFT.

El artículo 256 de la LFTR, en su último párrafo establece lo siguiente:

*“Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán expedir Códigos de Ética con el objeto de proteger los derechos de las audiencias. **Los Códigos de Ética se deberán ajustar a los lineamientos que emita el Instituto, los cuales deberán asegurar el cumplimiento de los derechos de información, de expresión y de recepción de contenidos en términos de lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución. Los lineamientos que emita el Instituto deberán 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.**”*

Asimismo, el segundo párrafo señala lo siguiente:

“Artículo 259. ...

*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.**”*

De la lectura anterior, se desprende que dichos lineamientos deben reglamentar los Códigos de Ética y **garantizar a los Concesionarios de uso comercial, público y social la plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial** y para que se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos, además de establecer las obligaciones de los Defensores de las Audiencias.

El Anteproyecto no contiene estas protecciones, más aún su contenido limita dichos derechos que la ley concede y no establecen el detalle de cómo se garantizará a los concesionarios plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y como

10-3
24 AGO 2015

EIFT15-45604

334/15

se evitará cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos, que es lo que en estricto sentido deberían prever estos lineamientos.

El Anteproyecto contiene primordialmente Derechos de las Audiencias y mecanismos que fomentan y garantizan dichos derechos, lo cual si bien es cierto es fundamental, no es materia de estos lineamientos de acuerdo a lo que establece la ley.

Asimismo, en estos lineamientos se establecen muchas obligaciones subjetivas y no muy claras que por consiguiente quedan sujetas a interpretación de terceros.

Respecto a lo señalado en el párrafo anterior, cabe destacar que el objetivo de emitir lineamientos derivados de una ley es el de reglamentar precisamente las obligaciones contenidas en ley, de manera tal que no quede duda alguna para el ente obligado de lo que debe hacer, lo cual no se cumple en estos lineamientos.

Solo por ejemplificar, el capítulo V de los Lineamientos se refiere a la Alfabetización Mediática.

La Alfabetización Mediática la definen como:

"Acciones que tienen la finalidad de promover la capacidad de análisis, comprensión y evaluación que permitan a las Audiencias ejercer los derechos inherentes a tal carácter para la eficiente utilización de los contenidos audiovisuales proporcionados a través del Servicio de Radiodifusión y del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos."

Dentro del capítulo V entonces, deberían de detallarse las acciones para cumplir con este objetivo, pero de la lectura de dicho capítulo solo se desprenden más obligaciones subjetivas para los sujetos obligados, señalando que se deben llevar a cabo las medidas para ello, campañas, lo que se pretende lograr, sin que se detallen las acciones y medidas específicas, lo cual debe ser materia de la reglamentación específica que se analiza.

Por otro lado, en lo que se refiere al procedimiento ante la Defensoría de Audiencias, de conformidad como está planteado se presta a poder realizar prácticas de competencia desleal, por lo que deberían de establecerse ciertos candados para que las quejas realmente tuvieran sustento.

Se establece la suspensión precautoria de transmisiones, cuyo procedimiento debería ser más estricto ya que de no ser así, podría incurrirse en una seria afectación del sector pudiendo caer en arbitrariedades en las órdenes de suspensión.

No obstante lo anterior, a continuación se incluyen comentarios específicos al contenido del Anteproyecto:

Artículo 2, inciso III

Independientemente de que este no es el instrumento idóneo para regular la Alfabetización Mediática, la definición es muy subjetiva. Si el objetivo es reglamentar específicamente lo que se debe hacer para lograr este objetivo, se debería definir más objetivamente.

Artículo 2, incisos II y V

El inciso II define a los adolescentes como personas entre 12 y 18 años y el V a las audiencias infantiles como personas menores de 18 años, por lo que se traslapan las edades y esto crea confusión.

Artículo 3

Señala los principios rectores de los derechos de las audiencias; pero no están definidos por lo que se deben definir o, en su caso, remitir a definiciones existentes en ley, ya que no queda claro que implica cada uno de estos.

Artículo 5, fracción III

Señala que el derecho de información no será objeto de limitación alguna, lo cual no es del todo correcto, ya que si existen limitaciones como lo es la legislación electoral, por lo que así debería de estar previsto.

Artículo 5, fracción VII

Señala que se debe presentar en pantalla los títulos de programas y clasificación al inicio y a la mitad de éstos.

Estas cuestiones conllevan un costo que finalmente se repercute, por lo que en este caso debería ser únicamente al inicio, sin que esto afecte el objetivo que persigue esta obligación.

Artículo 5, fracción X

Establece el derecho de recibir contenidos que reflejen la pluralidad ideológica, política, social y cultural y lingüística de la Nación, lo cual es un derecho totalmente subjetivo tal y como se plantea. Es necesario ser más descriptivo y detallado en este punto.

Artículo 6, fracción I y II

La fracción I señala que los contenidos audiovisuales se deben transmitir en idioma nacional y la fracción II señala que se debe realizar el subtítulaje en contenidos en idioma extranjero; por lo que se debe unificar en un mismo inciso y en todo caso separar por una "o", si no parecería contradictorio uno con otro.

Artículo 8, fracción d)

Establece que las audiencias infantiles tendrán el derecho de que la publicidad no utilice su inexperiencia o inmadurez para persuadirlos de los beneficios de un producto y no se permitirá exagerar las propiedades o cualidades de los productos

Esto lo regula PROFECO, además de que es totalmente subjetivo ya que bajo que parámetros se determina si se exageran o no las propiedades o cualidades de un producto. Debe haber parámetros más objetivos para no dejarlo a juicio de terceros.

Artículo 12

Establece el procedimiento para clasificación de contenidos.

Debería de incluirse la afirmativa ficta para el caso de que la petición no se resuelva dentro de los 30 días planteados.

Artículo 13, fracción I

La obligación de incluir el símbolo P al inicio y al final de cada programa y cada vez que este reinicie o corte, conlleva un costo que deberá ser repercutido.

Esto está sobre regulado, la audiencia es lo suficientemente inteligente para distinguir.

Artículo 13, fracción II

La diferenciación de mensajes comerciales, también conlleva un costo que deberá ser repercutido.

Esto está sobre regulado, la audiencia es lo suficientemente inteligente para distinguir.

Artículo 22

Establece que los concesionarios de radiodifusión deberán nombrar a un Defensor de las Audiencias.

Se debe especificar que de conformidad con el artículo 259 de la Ley, el Defensor de Audiencia podrá ser del concesionario, conjunto entre varios concesionarios o a través de organismos de representación.

Artículo 25

Establece la documentación que se debe anexar a la solicitud para nombrar Defensor del Derecho de las Audiencias.

Se deberá especificar, el Concesionario de Radiodifusión o en su caso, los Concesionarios u el organismo de representación...

Artículo 26

Los requisitos de imparcialidad e independencia que se establecen en este artículo, van más allá de la Ley; el artículo 260 es el que establece los requisitos para ser Defensor de Audiencias y no deberían de señalarse más que estos requisitos establecidos en Ley.

Artículo 26, fracción IX

Independientemente de lo comentado en el punto anterior, esta fracción señala que estarán impedidos para ocupar el cargo si se encuentran en una situación diversa a las precisadas en las fracciones anteriores que impliquen elementos objetivos de los que pudiera derivarse el riesgo de pérdida de imparcialidad e independencia.

Este requisito es muy ambiguo y queda abierto a cualquier interpretación, por lo que se debería suprimir; en esta fracción caben todas las posibilidades subjetivas para remover a alguien de su cargo.

Artículo 27

Señala un máximo de ocupación del cargo de 3 años y la prohibición de ocuparlo en el mismo canal a menos que medie entre su separación y nombramiento un plazo de 5 años.

La Ley no establece un máximo de ocupación en el cargo; consideramos que no debería incluir un máximo de ocupación en el cargo y en todo caso este debería ser mayor que tres años. Además la Ley tampoco establece que el defensor de Oficio deba dejar pasar un periodo para poder volver a tomar el encargo.

Hay que considerar que existe una curva de aprendizaje que de modificar a los Defensores continuamente, no podrían cumplir adecuadamente con su encargo.

Artículo 28

Señala el plazo para resolver sobre el cargo de Defensor de las Audiencias.

Este ordenamiento va más allá de la Ley. La Ley solo señala que los Lineamientos establecerán las obligaciones mínimas que tendrán los defensores de las audiencias para la adecuada protección de sus derechos, pero no señala nada más con respecto a los requisitos a cumplir.

Además de ello, debería de incluirse la afirmativa ficta en caso de no resolver en el plazo señalado.

Artículo 30, fracción VIII

Se hace referencia a un Anexo Único que no se adjunta.

Artículo 31

Este artículo habla de la constancia de inscripción, por lo que deberá ser reubicado en el artículo 29.

Artículo 32

No se puede limitar el derecho del Defensor de Audiencia de renunciar a su cargo y, en todo caso no señala la consecuencia de no cumplir con el plazo establecido.

Artículo 36

Para presentar una reclamación, se establecen requisitos con los que no necesariamente cuenta el quejoso, por ejemplo, correo electrónico.

Artículo 37

Señala el procedimiento de atención de solicitudes al Defensor de las Audiencias.

Se deberá establecer que las solicitudes que carezcan de identificación serán desechadas de manera automática, de lo contrario se puede prestar a un sinnúmero de quejas anónimas que solo incrementarían el trabajo de la Defensoría de Audiencia de manera ficticia.

Artículo 37, inciso e)

Establece el plazo para atender el requerimiento por parte del concesionario en un máximo de tres días.

Es poco tiempo sobre todo para estaciones de radio ubicadas en provincia.

Artículo 40 y 41

La defensoría de Audiencia en el caso de Televisión restringida es opcional para el concesionario, por lo que no se deben establecer obligaciones de inscripción ni funcionamiento en este caso.

Artículo 47

Señala que se deberá publicar el Código de Ética en la página de Internet, lo cual debe suprimirse ya que hay concesionarios que no tienen página de Internet, ni es obligación contar con ella, como sucede con muchos concesionarios de radio.

Artículo 49

Como ya se señaló, este capítulo de Alfabetización Mediática debería ser más puntual, ya que no es objetivo lo que se debe cumplir en este caso y como se realizará. Es totalmente subjetivo y ambiguo.

Artículo 53

Establece la suspensión precautoria, lo cual se debe acotar, tal y como lo plantea la Ley, que la misma solo procede en caso de violación a las obligaciones de Defensoría de Audiencias y de programación dirigida a la población infantil.

Atentamente,

FÓRMULA RADIOFÓNICA, S.A. DE C.V.
Representada por el Lic. Carlos Sesma Mauleón