

FORMATO PARA PARTICIPAR EN LA CONSULTA PÚBLICA

Instrucciones para su llenado:

- I. Las opiniones, comentarios y propuestas deberán ser remitidas a la siguiente dirección de correo electrónico: consulta.audiencias@ift.org.mx, en donde habrá que considerarse que la capacidad límite para la remisión de archivos es de 25 megas.
- II. Proporcione su nombre completo, razón social o denominación social, o bien, el nombre completo del representante legal. Para este último caso, deberá elegir la opción de documento con la que se acredite dicha representación, así como adjuntar -a la misma dirección de correo electrónico- copia electrónica legible de tal documento.
- III. Elija la opción acorde con su consentimiento para que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) divulgue sus datos personales contenidos en el presente formato, así como lo relacionado con las opiniones, comentarios y propuestas que le sean remitidas.
- IV. Lea minuciosamente el Aviso.
- V. Vierta sus comentarios al Anteproyecto, ordenados por Lineamiento, fracción, inciso, párrafo o artículo transitorio.
- VI. De contar con observaciones generales o alguna aportación adicional proporciónelos en el último recuadro.
- VII. Recuerde adjuntar -a su correo electrónico- la documentación que considere conveniente.
- VIII. El período de consulta pública será del 14 de julio al 24 de agosto de 2015. Una vez concluido se podrá continuar visualizando los comentarios vertidos, así como los documentos adjuntos en la siguiente dirección electrónica: <http://www.ift.org.mx/industria/consultas-publicas/consultas-publicas-en-proceso>.
- IX. Para cualquier duda o comentario sobre la presente consulta pública, favor de contactar a: Assuán Olvera Sandoval, Director General de Política y Procedimientos Regulatorios en Medios y Contenidos Audiovisuales del IFT, a través de los siguientes datos: assuan.olvera@ift.org.mx, teléfono 55 5015 4000, extensión: 4885.

I. DATOS GENERALES DEL INTERESADO

<p>Nombre, razón social o denominación social:</p>	<p>Guillermo Orozco Gómez, María Elena Meneses Rocha, Humberto Darwin Franco y Jerónimo Repoll Investigadores de la Comunicación Contacto : gorozco@cencar.udg.mx</p>	
<p>En su caso, nombre del representante legal:</p>		
<p>Documento para la acreditación de la representación: (En caso de contar con representante legal, adjuntar copia digitalizada del documento que acredite dicha representación, vía correo electrónico).</p>	<p>Elija un elemento.</p>	
<p>En términos de lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, y los artículos 68, último párrafo y 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, doy mi consentimiento expreso al</p>	<p>Elija un elemento.</p>	

<p>Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para la divulgación de mis datos personales contenidos en el presente formato.</p>	
<p>AVISO IMPORTANTE</p>	
<p>Los comentarios, opiniones y aportaciones presentadas durante la vigencia de la presente consulta pública, serán divulgados íntegramente en el portal electrónico del IFT y en ese sentido, serán considerados invariablemente públicos.</p>	
<p>En caso de que los comentarios, opiniones y aportaciones contengan información que pueda ser considerada como confidencial o reservada, se entenderá que, quien participa en este ejercicio, otorga su consentimiento expreso para la difusión de la misma, cuando menos en el portal del IFT. Ello, toda vez que la naturaleza de las consultas públicas consiste en transparentar el proceso de elaboración de nuevas regulaciones, así como generar un espacio de intercambio de información, opiniones y puntos de vista sobre un anteproyecto regulatorio o situación específica que este órgano constitucional autónomo somete a la consideración del escrutinio público, en términos de lo dispuesto por la fracción I del artículo 120 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.</p>	

<p>II. COMENTARIOS Y APORTACIONES ESPECÍFICAS AL ANTEPROYECTO DE REGULACIÓN</p>		
Artículo	Fracción, inciso o párrafo	Comentario
1		<p>Si bien la Ley establece la libertad de emitir el Código de ética por parte de cada medio, éste debe contemplar lo dispuesto en la Constitución, la Ley y estos Lineamientos.</p>

1		Se establece que el Instituto "podrá" monitorear. Cuando en realidad, si lo que se pretende es garantizar los derechos de las audiencias, "deberá" monitorear los contenidos
1		Una limitante estructural de los Defensores es que los nombre el medio. Esto, que se desprende de la Ley, impide la autonomía que debería tener su figura y, por tanto, condiciona la posibilidad de denunciar al medio que lo ha nombrado como se señala en estos Lineamientos.
2	IV	Sugerimos añadir que son personas sujetas de derechos.
2	VIII	Si bien puede resultar redundante, en términos jurídicos sería pertinente incorporar "...y sus derechos establecidos en la Ley"
2	XIV	En lugar de "...y cuya prioridad será..." sugiero que sea su "obligación hacer valer los derechos"
5	XIII	Consideramos que esta fracción debe ser más precisa, estableciendo la obligatoriedad de incluir títulos o etiquetas en la pantalla, indicando que se trata de publicidad, como se hace en la fracción VII del mismo artículo. (Esto se precisa en el artículo 13, al cual sugiero referencia en esta fracción)
5	XV	Consideramos que el equilibrio entre publicidad y programación no debe establecerse en términos diarios, sino en franjas horarias más cortas, propondría por hora, para que el equilibrio sea equitativo en relación con las distintas audiencias y contenidos.
6		Es imprescindible incorporar una fracción a este artículo, donde el Defensor actúe de oficio, y no sólo reactivamente ante las quejas de las audiencias, para garantizar los derechos de las mismas. Esto es relevante en tanto las audiencias no asuman un papel proactivo en aras de exigir sus derechos.
7		Mismo comentario que para el artículo 6

24	IV	El requisito de no haber laborado con el concesionario en un período de al menos dos años previos a su nombramiento es mínimo. Sugerimos que se establezca un período mucho más amplio, quizá 10 años, o que, directamente, se establezca que no haya tenido relación laboral con el Concesionario.
24	V	Sugerimos establecer que no sean más de tres períodos, suprimiendo el atenuante de “consecutivos”, ya que esto se presta a una alternancia sin fin entre dos defensores.
27		Si se atiende el comentario previo, concerniente a la fracción V del artículo 24, el segundo párrafo del 27 queda sin efecto y debe suprimirse.
30		Consideramos, como lo señalamos respecto del artículo 6, que el Defensor debe tener la posibilidad y la obligación, en este caso, para actuar de oficio.
36	Inciso 7	Este inciso puede desincentivar la participación de la audiencia en términos de quejas y que, por tanto, debe suprimirse. Como complemento, sugiero que sea una tarea del Defensor identificar el derecho violado, si es el caso, o si la queja no guarda relación con derecho alguno y, por tanto, no tiene lugar.
37	Inciso c	Íntimamente relacionado con la consideración previa al Inciso 7 del artículo 36, el presente supone una carga inhibitoria para las audiencias y la exigencia de sus derechos. Y, al mismo tiempo, vuelve vulnerable el ejercicio de sus derechos en tanto que se condicionan al cumplimiento de un formato de queja. Esto, sin dudas, debe revisarse.

68		<p>Esto no constituye un capítulo de Sanciones, sino su anuncio. La no inclusión de sanciones precisas, relacionadas con los artículos y fracciones señaladas en este mismo artículo, constituye un vacío fundamental, debilitando al conjunto de Lineamientos y dejando un amplio margen de interpretación. En tal sentido, si no se incluyen sanciones específicas, estos Lineamientos pueden llegar a carecer de efectivo cumplimiento.</p>
Transitorio	Comentario	
Elija un elemento.		
Elija un elemento.		
Anexo	Comentario	
Elija un elemento.		

III. COMENTARIOS Y APORTACIONES GENERALES SOBRE EL TEMA ABORDADO POR EL ANTEPROYECTO DE REGULACIÓN	
Observaciones generales o aportaciones adicionales	
1	Evitar exigir a las audiencias acciones para la denuncia que eviten la manifestación de las mismas.
2	La no inclusión de sanciones específicas y precisas vulneran al conjunto de Lineamientos.
3	<p>Resulta necesario dar sustento a nuestras recomendaciones ante la estrechez del formato. Aquí unas breves líneas y argumentos:</p> <p>La comunicación ha sido y sigue siendo una actividad humana fundamental. Hoy en día gran parte de esa comunicación se realiza alrededor de pantallas y dispositivos tecnológicos, sobre los cuales los ciudadanos no tenemos pleno control. Por ello es que se hace necesario explicitar los derechos a la comunicación de todos, en un escenario que debe ser regulado con equidad y responsabilidad de los que en él participan.</p> <p>La comunicación más que un servicio, es un bien público, que debe garantizarse y administrarse en función de objetivos equitativos para todos a partir de regulaciones en las que se especifiquen responsabilidades y derechos de los comunicantes.</p> <p>Comunicación supone intercambio de información, interpretaciones, significados emociones y estados de ánimo en diferentes lenguajes, con diferentes énfasis, con distintos alcances.</p> <p>Los medios de comunicación masiva y social tienen bajo su control la tecnología y los dispositivos que les permiten hacer uso de su derecho a comunicarse, tomar decisiones sobre el espectro general de la comunicación en una localidad o un país, sobre horarios, contenidos y formatos para producir y difundir contenidos, ya sea masivamente o a través de internet y redes sociales. Esto establece, necesariamente, una relación asimétrica entre medios y audiencias, en función de la cual se requiere de contralor por parte del Estado, a través de las instancias, figuras y mecanismos que se definan a tal efecto.</p> <p>Los ciudadanos somos partícipes y usufructuarios de la comunicación y hacemos uso diferencial de los dispositivos comunicativos en un momento y lugar específicos. Ese uso e intercambio no es solo un contrato mercantil que baste con regularse por las normas del mercado para la satisfacción de todos los usuarios, como podía ser elaborar un contrato de energía eléctrica o de cableado telefónico. La comunicación es mucho más que cables, pantallas, bocinas interfaces o sitios web.</p> <p>Los comunicantes somos usuarios por una parte y audiencias por otra, de la misma manera que somos consumidores y por otra parte ciudadanos. Los derechos de la comunicación deben incluir ambas dimensiones</p>

En cuando **audiencias**, tenemos una serie de derechos que pese a que la Constitución enuncia, y son un buen punto de partida, aún son insuficientes, sobre todo en sus especificaciones. Es responsabilidad del IFT garantizar y dejar claro en sus lineamientos que los servicios que hacen posible la comunicación pertenecen a la ciudadanía y no así a los grupos y empresas de radiodifusión, a quienes el Estado les ha otorgado un permiso para hacer usufructo de ese **gran bien público** de todos, que es la comunicación.

Son Derechos de las audiencias:

Derecho a estar **bien** informados (con veracidad, oportunidad, contextualización)

Derecho a estar informados de **todos** los acontecimientos y eventos noticiosos importantes, evitando el silencio sobre noticias incómodas para el poder y los poderes

Derecho a ser **advertidos** sobre fuentes de la información, tratamiento informativo y editorialización, cuando venga con lo informado.

Derecho a no ser **engañados** con supuesta información que es mera propaganda política o comercial.

Derecho a disfrutar de franjas horarias en medios de comunicación **libres** de publicidad y propaganda política.

Derecho a **no ser sorprendidos** con mensajes propagandísticos en géneros como el de la ficción o el entretenimiento o cualquier otro formato que no sean los spots en tiempos de campaña.

Derecho a disfrutar de contenidos mediáticos **sin cortes** ni interrupciones y en los horarios estipulados con anterioridad.

Derecho a que los emisores respeten los **porcentajes** de publicidad estipulados por la autoridad reguladora en cada hora de programación.

Derecho a recibir mensajes publicitarios de productos o servicios **auténticos** y que no causen daños a la salud.

Derecho a ser **respetados** como grupos nacionales, locales, raza, género, religión, clase social, opción sexual en la programación emitida en pantallas.

Derecho a ser **advertidos** antes de los programas de contenido violento racista, sexista, clasista machista o cualquier otra “estereotipación”

Derecho a una programación con diversidad y pluralidad de contenidos atendiendo a la misma diversidad y pluralidad de las audiencias y, por lo tanto, a que el **rating no sea el único parámetro** para definición de programación.

Derecho de **réplica** ante o frente a cualquier calumnia, denuncia falta, publicación de información íntima o confidencial por cualquier medio o red social.

Derecho a ser **representados** individual o colectivamente de manera correcta en los contenidos mediáticos.

Derecho a ser **respetados** en nuestra intimidad y no ser molestados por terceros en el ámbito individual.

Derecho a contar con **Defensores de audiencias** que no estén a merced de los concesionarios, sino que gocen de plena autonomía para que puedan cumplir con su objetivo de velar por el derecho en cuestión y evitar así que se conviertan en sólo buzón de quejas.

Derecho a que los concesionarios expidan códigos de ética que garanticen la **independencia editorial** y la investigación periodística al tiempo de promover la incorporación de la **cláusula de conciencia**.

Derecho a ser **incluidos** en la información cuando seamos parte de ella.

	<p>De acuerdo con las atribuciones que otorga la Ley a este Instituto éste deberá precisar claramente las sanciones para quienes no cumplan con lo estipulado en la Carta Magna, pero también consideramos que deberá facilitar la defensa de las audiencias ante los grupos empresariales que detentan una concesión de un bien público de interés general y que privilegian el interés económico por encima de los derechos consagrados constitucionalmente.</p> <p>ATENTAMENTE Dr. Guillermo Orozco Gómez, Dr. Humberto Darwin Franco, Dr. Jerónimo Repoll, Dra. María Elena Meneses. Investigadores de la Comunicación. Contacto gorozco@cencar.udg.mx</p> <p>México, DF 9 de agosto de 2015</p>
4	Recomendar la inclusión de la cláusula de conciencia en los códigos de ética.
5	
<p>Nota: Favor de añadir cuantas filas se consideren necesarias.</p>	

