VERSA LA FIGURA DE LA
ENSORÍA DEL RADIOESCUCHA
l Sosa Plata DIVERSA
GURA DE LA DEFENSORÍA DEL
ESCUCHA Gabriel Sosa Plata
VERSA LA FIGURA DE LA
ENSORÍA DEL RADIOESCUCHA
l Sosa Plata DIVERSA
GURA DE LA DEFENSORÍA DEL
ESCUCHA Gabriel Sosa Plata
VERSA LA FIGURA DE LA
ENSORÍA DEL RADIOESCUCHA
l Sosa Plata DIVERSA
GURA DE LA DEFENSORÍA DEL
ESCUCHA Gabriel Sosa Plata
VERSA LA FIGURA DE LA
ENSORÍA DEL RADIOESCUCHA

La figura de la defensoría del radioescucha

Gabriel Sosa Plata

los temas fundamentales
a radio pública tiene que
r justo con la defensoría
las audiencias. Yo soy el
or del Instituto Mexicano
de la Radio, el imer, es un
po radiofónico integrado
radiodifusoras, incluida
México Internacional que
te en diferentes ciudades
de la república mexicana.
o mediador del Instituto
no de la Radio, me siento
y satisfecho, es un honor
r el representante de los
escuchas; pero al mismo
tiempo, el representante

Versión estenográfica de 18 de junio de 2013, Facultad de Humanidades de la Universidad Autónoma del Estado de México

Uno de los temas fundamentales de la radio pública tiene que ver justo con la defensoría de las audiencias. Yo soy el mediador del Instituto Mexicano de la Radio, el IMER, es un grupo radiofónico integrado por 18 radiodifusoras, incluida Radio México Internacional que transmite en diferentes ciudades de la república mexicana. Como mediador del Instituto Mexicano de la Radio, me siento muy satisfecho, es un honor ser el representante de los radioescuchas; pero al mismo tiempo, el representante de la institución ante los radioescuchas, porque justo ésa es una figura intermedia, de mediación, lo cual se distingue de los defensores de las audiencias, que tienen la atribución incluso de hacer recomendaciones muy puntuales sobre lo que están oyendo.

Yo, como mediador, sólo actúo en función de lo que dicen los radioescuchas, es decir, si los radioescuchas están molestos por el lenguaje, por ejemplo, de un locutor, si están molestos con la música que transmiten en su estación, si están molestos por la manera en cómo se transmite una noticia, es decir, cómo se le da esta cobertura y ellos lo ven, pues, demasiado inclinado ya sea hacia un partido u otro, o no existen las diferentes voces que le den pluralidad; pues, bueno, esas quejas llegan a la mediación y lo que hace el mediador es hablar con el responsable y decirle: llegó esta queja y nosotros debemos atenderla, qué le podemos responder a este radioescucha. Puede haber una justificación o puede haber una corrección, es decir, pueden decir ellos: vamos a tomar en cuenta esta sugerencia, sí es cierto, detectamos que no fuimos lo suficientemente plurales al hacer esta cobertura y vamos a corregir, vamos a enmendar nuestra falta; pero también puede ocurrir que no, seguramente escuchó mal el radioescucha porque nosotros sí hicimos una buena cober-

tura, estaban todas las voces, y eso le queremos decir al radioescucha a través tuyo.

Entonces es un espacio, insisto, de mediación, no deja uno de ser defensor evidentemente de los radioescuchas porque, ante todo, yo debo considerar al radioescucha como lo más importante; obviamente se considera a la institución, pero la institución finalmente es fuerte porque la comunicación es, y sobre todo en radio, en los medios de radiodifusión, es unidireccional, entonces siempre existe la posibilidad de dar una respuesta masivamente y el radioescucha no. El radioescucha necesita que alguien, por supuesto, lo apoye, y justo la mediación tiene ese objetivo fundamental, al igual que los defensores.

Decía que estoy muy orgulloso, que es un honor ser el mediador del Instituto Mexicano de la Radio, pero también he de decirles que me siento un poquito decepcionado, porque en estos dos años no logré una mayor participación de los radioescuchas y lo atribuyo a varias razones. La primera es que quizás no fui un buen comunicador, es decir, quizá no logré incentivar, motivar lo suficiente a mis radioescuchas, a los que semana a semana, los que se quedan, escuchan el programa de la mediación del Instituto Mexicano de la Radio, o bien, no supe comunicar a través de las diferentes plataformas, Twitter particularmente o el blog de la mediación que está disponible en el sitio Web. Una segunda hipótesis es que, en general, las audiencias del IMER son audiencias satisfechas, es decir, creo que están contentas en términos generales con los contenidos que les ofrecen las diferentes radiodifusoras del IMER, lo cual implica que al mediador le facilitan mucho su tarea porque llegan pocas quejas, mensajes, incluso hasta felicitaciones.

Pero también existe una tercera hipótesis: en general, en México, tenemos una cultura de poca participación, muy poco desarrollada y más aún en los temas relacionados con los medios de comunicación y sus contenidos. Evidentemente que la agenda ciudadana, la agenda de las familias, se centra quizás en el trabajo, en la seguridad, en la salud de los hijos, en la alimentación; pero el tema de los medios, por lo general, es un asunto que no lo ven como algo muy cerca-

no, quizá también porque a lo largo de todas estas décadas se han construido audiencias muy dóciles, audiencias que quizás se sientan muy satisfechas con las telenovelas, con los partidos de fútbol y con lo que todas las noches les dijo Jacobo Zabludowsky y, ahora, *El Teacher* López Dóriga o algunos otros conductores. Por supuesto, es decir, se sienten bien, sienten que están informados, ellos consideran que lo que les ofrece la televisión o los contenidos radiofónicos está bien, cumple sus expectativas, pero lo cierto es que esto sí puede ser un elemento que no necesariamente contribuye a fortalecer la labor de los medios de comunicación, es decir, audiencias tan dóciles no necesariamente hacen que se construyan mejores contenidos en los medios de comunicación; si lo aceptamos y no reaccionamos, bueno, quizá forme parte de esa cultura, les decía. Entonces, son esos tres planteamientos generales que les quería compartir, en este caso, como mediador.

Pese a todo ello, pese a mi decepción que es un asunto meramente personal —que ya por supuesto también la investigación académica me resolverá en dónde ha estado la falla, me ha ayudado el IMER con algunas investigaciones, en fin—, les puedo decir que las defensorías de audiencia, mediadores, ombudsman, como finalmente les quieran denominar, son necesarias porque pueden actuar justo cuando es necesario y, al mismo tiempo, estas figuras pueden contribuir a una cultura de recepción crítica, al fortalecer esta cultura de la participación.

El tema que nos ocupa lo podemos ver desde dos grandes rubros. El primero de ellos es que estoy convencido de que las defensorías de audiencias son una consecuencia de los propios derechos de las audiencias; los derechos de las audiencias suelen estar ligados al tema regulatorio, al derechos positivo, a la legislación, es decir, qué dice la Ley Federal de Radio y Televisión que nos garantice a nosotros como audiencias, como radioescuchas, como televidentes, nuestros derechos. Los derechos de las audiencias pueden desprenderse de ordenamientos, les decía, legales que establecen obligaciones y atribuciones a los medios y a las autoridades, y en la mayoría de ellos, los ciudadanos tienen responsabilidad y el derecho a exigir su cumpli-

miento. En este caso, los defensores juegan un papel fundamental. ¿A qué tienen derecho las audiencias? Evidentemente que tienen derecho, y ése es un derecho constitucional, a la libertad de expresión y al derecho a la información, como dos de los derechos fundamentales.

En 2011, los primero días de abril, se llevó a cabo, promovido por la Asociación Mexicana del Derecho a la Información, la AMEDI, un encuentro nacional por la diversidad y la calidad en los medios de comunicación, y ahí participaron diversas organizaciones sociales, académicos, expertos, incluso ciudadanos que fueron a presentar sus propias propuestas sobre cómo mejorar los contenidos de los medios, dado que estábamos en una coyuntura en 2011, en la que la posibilidad para una reforma democrática a la legislación en los medios de comunicación parecía lejana, entonces el camino que quedaba era presionar a los medios de comunicación para mejorar sus contenidos, es decir, que establecieran sus códigos de ética, que fueran más profesionales, que la sociedad incidiera para una mejoría en los contenidos de los medios de comunicación. Y los que participaron hicieron una serie de derechos, los enlistaron, que a su parecer tienen los radioescuchas y televidentes; cuáles son algunos de estos derechos, por ejemplo:

- contar con una amplia gama de opciones y canales de comunicación que tiendan a expresar la diversidad social, política, cultural, nacional y de otros países, diversidad de contenidos como un derecho de los ciudadanos;

- tener acceso a información de interés público que sea veraz, clara y oportuna, por supuesto, no estamos de acuerdo con la tergiversación de la información;

- participar en los procesos de producción de la información de interés público en ejercicio de su derecho de comunicar, es decir, de qué manera se puede integrar a los ciudadanos, a los radioescuchas, a los televidentes en ser actores también de la propia historia, que creo que para los medios

públicos es una responsabilidad obviamente fundamental que hay que garantizarla, a veces es difícil para los medios comerciales que se guían por otros criterios, es decir, los grandes anunciantes, pero no para los medios públicos, éste es un asunto esencial;

- tener acceso pleno y expedito al derecho de réplica, por supuesto que ése es un derecho ciudadano que ahora ya forma parte de algunos de los principios que están establecidos en esta reforma constitucional que ya está en vigencia;

- contar con recursos educativos necesarios para aprovechar de manera óptima las distintas manifestaciones culturales transmitidas por los medios de comunicación, es decir, que se den las condiciones para expresar la riqueza multicultural de un México como el que tenemos;

- ser representadas dignamente en formatos mediáticos, factuales, es decir reales y ficcionales, sin importar su nacionalidad, su condición de clase, de género o étnica, su discapacidad, preferencia sexual o definición ideológica, y esto también para los medios públicos debe ser obligatorio, es decir, que no sólo salgan las personas que son rubias en el caso de la televisión, sino que se exprese cómo somos los mexicanos, tan diversos físicamente, culturalmente, y eso es algo a lo que están obligados los medios a incorporar en sus programaciones;

- tener acceso a la crítica cultural en diversos formatos y géneros mediáticos;

- contar con acceso a los diversos patrimonios culturales;

- tener acceso irrestricto y en calidad de copropietario al patrimonio audiovisual que históricamente generan los

medios de servicio público. Esto también es fundamental porque la historia, sobre todo la historia reciente, se construye mucho de las historias que son contadas a través de los medios de comunicación: así como fuente fundamental para los historiadores eran los periódicos, quizá dentro de algunos años, fuente fundamental para contar una historia sea lo que difunden los medios audiovisuales. Y quién tiene la riqueza sonora y audiovisual de este país, pues obviamente quienes operan los propios medios de comunicación, pero resulta que la mayoría no comparte esos archivos audiovisuales. Eso también es una de las responsabilidades de los medios públicos: participar, en el caso del sistema mexiquense de radio y televisión, en el fortalecimiento de la Fonoteca Nacional, por ejemplo, tener accesibles sus recursos sonoros como un derecho de los ciudadanos para que se pueda acceder a ellos. Dirán: es que implica un costo; pues sí, obviamente todo implica un costo, pero también es una responsabilidad, también eso fue considerado como un derecho de los ciudadanos;

- acceder a productos artísticos, audiovisuales de calidad en su integridad y versión original, no mutilados, como ocurre también cuando vemos una película en el Canal 5 de la televisión y cortan cada 10 minutos para ver los anuncios comerciales; en fin, no modificados ni mutilados por publicidad o promocionales. Claro, ahora las reglas electorales… dirán, pues sí, es cierto, también interrumpen, ¿no llegaron a interrumpir en un canal de televisión a nivel nacional un partido de futbol y metieron los spots?, obviamente había una intencionalidad política, pero decían que era para que la gente se hiciera sus *sandwichitos*, en fin;

- organizarse para producir autorepresentaciones individuales o grupales para ser difundidas por los medios de comunicación que se consideren apropiados;

- contar con servicios técnicos de calidad en la provisión de la señal de televisión, radio, Internet de paga, que respete los derechos de los consumidores en seguimiento de obligaciones contractuales justas, competentes y transparentes;

- contar con un marco regulatorio en materia de medios de comunicación que garantice el pleno ejercicio de la libertad de expresión y el acceso democrático y plural a los medios y a sus distintitas modalidades de comunicación social que las tecnologías permiten.

Todo esto fue planteado como parte de los derechos fundamentales que debiéramos tener los radioescuchas, los televidentes, y que se pueden desprender también de las obligaciones que se establecen para los medios en la propia legislación, en el derecho positivo. Pero también los defensores deben ser una expresión de la autorregulación, es decir, que deben impulsar los propios medios de comunicación; las defensorías son consecuencia de un trabajo consiente, de un trabajo reflexivo que llevan a cabo los propios trabajadores, en este caso del sistema mexiquense de radio y televisión o del Instituto Mexicano de la Radio, o háblese también de un medio comercial, en el que digan: vamos a autorregularnos y queremos que funcione esta defensoría, este ombudsman de los medios de comunicación.

Victoria Camps, en un libro que se llama *Ética de los medios*, afirma que la idea de la autonomía o autorregulación es que no hay libertad sin responsabilidad. Totalmente de acuerdo, al profesional le concierne decidir cuándo actúan los límites, en qué situaciones hay que anteponer el derecho de los otros, por ejemplo, a su intimidad o el derecho de los niños a ser protegidos, a la propia libertad de decir lo que uno podría o le apetecería decir. La autorregulación no es un concepto puramente ético o filosófico, de hecho, por ejemplo, hay varias normativas ya sobre todo en Europa, que tienen muy desarrollado todo esto, para que la legislación de cada uno de los países considere a la autorregulación como una obligación. Es curioso porque finalmente la autorregulación debe de ser, como decíamos, un

principio que nosotros, como tales, como los actores debemos promover, no que nos impongan, porque cuando nos imponen entonces tenemos un enorme problema porque no lo hacemos por convicción, sino por obligación, y ésta es una diferencia fundamental. Si se va a lanzar, por ejemplo, una figura de ombudsman, de un mediador, de un defensor de las audiencias para el sistema mexiquense de radio y televisión, debe ser por convicción propia, porque están convencidos de que es el mejor camino, no por lo que están diciendo los propios defensores, o por lo que está diciendo un diputado o un senador, sino porque estamos convencidos que lo queremos hacer; que no sea por obligación, ése es un aspecto fundamental.

En todo caso, la autorregulación no se aplica a la protección de los derechos fundamentales ni a los límites constitucionales de tales derechos; no es discutible que la libertad de expresión es un derecho básico que debe ser protegido ni que uno de sus límites es la protección de la infancia. Lo que la autorregulación hace es más bien interpretar esos límites a la luz de situaciones concretas. En todo caso, sí, la autorregulación está más cerca de la ética que del derecho, por eso marcábamos esas distancias entre lo que dice el derecho y lo que nosotros estamos dispuestos a hacer éticamente como profesionales de un medio de comunicación. El ejercicio de la autorregulación es más, por lo tanto, una obligación moral que otra cosa. La práctica de la autorregulación tiene también que ser creíble, no tiene que ser corporativa y tiene que ser eficaz, porque si vamos a tener de adorno a un defensor que no va a hacer nada o que está maniatado a lo que diga la directora del sistema, o el gerente, en fin, entonces no va cumplir evidentemente sus funciones. La autonomía es una de las características fundamentales.

En opinión de Omar Raúl Martínez, que ha estudiado muy bien la autorregulación, este tema considera dos tipos de mecanismos para hacerla efectiva. En primer lugar, los códigos deontológicos, es decir, los estatutos de redacción, los manuales de estilo, el código de ética, ésa es una expresión de la autorregulación; y lo otro es ya la creación de estos organismos, tales como los ombudsman de la audiencia, defensor del público, los consejos de prensa, los comités

editoriales, los consejos de programación, en fin, los podemos denominar de diferentes maneras. ¿Por qué se crean estos consejos o porque se crean estas figuras? Justo para preservar esto, esto que nosotros escribimos, que lo hicimos de manera consensuada todos los trabajadores, bueno requerimos también un organismo que no sea la autoridad, porque la autoridad no necesariamente puede velar por los intereses de todos, a veces quizás sí, pero hace falta siempre un contrapeso y el contrapeso es justamente los defensores, los consejos o como ustedes les quieran llamar, pero en los que participe la sociedad, los expertos, en fin, que se conviertan en un interlocutor válido y que pueda actuar cuando consideren que el proyecto se está desviando, cuando las cosas no se están haciendo bien, cuando se considera incluso que se está violando la ley, ahí actúa evidentemente ese consejo.

Ahora, la mayoría de las empresas mediáticas como nos dice Omar Raúl Martínez, se han mantenido al margen de estos instrumentos, él destaca que de tres mil medios de comunicación que tenemos en México, sólo se conocen unos 35 códigos éticos, o sea, ha habido un desapego de los medios de comunicación a crear sus propios códigos, sus propias reglas de autorregulación. ¿Por qué?, porque la comunicación siempre fue autoritaria, de aquí para allá: los radioescuchas pueden hablar por teléfono, sí pero igual no los considero. Es decir, siempre ha habido una cultura en la que se dice: yo como medio de comunicación, tengo la razón, tengo los medios para hacerlo, soy el que tiene la verdad absoluta; y ésa es una práctica que ha estado desde los orígenes de los medios aquí en nuestro país, no es una experiencia sólo de México, sino es internacional, pues la esencia de los medios es antidemocrática y lo que se busca ahora es justo cambiar este esquema con este tipo de figuras.

¿Cuáles son las condiciones necesarias para las defensorías?

- Independencia obligada y apoyo institucional. No es un instrumento de poder, es un instrumento de la sociedad que también puede utilizar la institución como tal, por eso ha-

blamos de esta posibilidad de mediación. Pero la autonomía y la independencia es fundamental;

- apoyo institucional, por ejemplo, si se tiene la figura, sí, independiente, pero no le das recursos, no difundes su información, no le das espacio: no significa un apoyo institucional. Aunque no debiera darse esto, porque finalmente, si se decide crear, es justo porque va a tener el apoyo institucional, es decir, una cosa va ligada con la otra;

- debe surgir por convicción de los directivos y colaboradores, es decir, de todos los trabajadores del sistema de radio y televisión que tenemos aquí, para ejercer la autocrítica. Es decir, que estén dispuestos a aceptar la crítica de los demás, que estén dispuestos al escrutinio del radioescucha, del televidente, que le diga: usted está fallando por esto y por esto... y que usted tenga como responsable de un programa, productor o directivo, la capacidad de responder adecuadamente y de manera satisfactoria. No se asusten de esta figura, tampoco significa que ustedes le tengan que dar siempre la razón al radioescucha o al televidente, porque no siempre es así. Hay radioescuchas o televidentes tan desinformados que se da uno cuenta, en efecto, que hace falta construir ciudadanos mejor informados, y de que más bien justo estoy haciendo lo correcto desde este medio, y ahí sí puede ser autoridad, porque hay que construir una cultura democrática también, hay que construir un mejor país. Por ejemplo, cuando un radioescucha te dice: oiga, es que yo no estoy de acuerdo con su programa, porque su programa me aburre, yo quiero media hora de música; oiga, pues, pues yo respeto mucho su punto de vista, yo soy el mediador, yo estoy incluso para defenderlo a usted y decirle: tiene, usted, toda la razón. Pero no es así, no es por defender mi coto o mi espacio o mi media hora, sino porque finalmente, si usted quiere escuchar música continua, puede poner su disco compacto.

La radio pública tiene otras responsabilidades que no son sólo transmitir música, no es sólo satisfacer las inquietudes o necesidades de música grupera de un grupo de radio escuchas. Como ejemplo, en una ocasión me invitaron a Chihuahua, cuando estaban lanzando su radiodifusora universitaria, y me dicen, muy preocupados obviamente quienes van a lanzar esta radiodifusora: oiga, usted que se ha metido a los medios, ¿qué hacemos?, ¿hacemos estudios, sondeos...? Pues háganlo, a ver qué quieren los universitarios. Me dicen pues sí, fíjese que ya los hicimos, la verdad... y ¿sabe qué quieren?, quieren pura música rock. Y les digo: ¿y ustedes les van a responder satisfactoriamente? Pues si los universitarios quieren eso, eso vamos a hacer. Les dije no, esa no es su vocación, ustedes van a hacer radio universitaria; si los muchachos quieren música rock, no va a ser precisamente la radio universitaria la que va a satisfacer siempre esa inquietud o esa necesidad de música rock, porque su misión es otra; ustedes son una radio universitaria que debe reflejar las diferentes expresiones artísticas, culturales, científicas que genera su universidad; si van a ser difusores de las bandas rockeras, inglesas o norteamericanas, entonces ustedes no están haciendo radio universitaria, conviértanse en otra radio, pero no es una radio universitaria.

Es lo mismo cuando planteamos a la radio pública, si vamos a estar entonces dándole la razón a los radioescuchas: Ay, es que sabe qué, el conductor me cae muy mal, su tono de voz no me gusta; pero a lo mejor es muy bueno en su trabajo, entonces el radioescucha no necesariamente tiene la razón... No, si es por voces, imagínense, yo creo que muchos de los que estamos en los micrófonos ya estuviéramos fuera del aire; ahora, si es por guapos, pues yo creo que también una buena cantidad estaríamos fuera del aire. Pero esos son a veces los criterios, es como cuando me toca hacer un comentario en la tele, y la misma familia o amigos: oye, tenías la corbata chueca, ay, te equivocaste en tal palabra, ay, tenías un gallito por acá. Es decir, a veces las audiencias se fijan en eso y no necesariamente en el contenido, en lo que uno trata de aportarles, entonces por lo mismo, como les decía, no siempre tienen la razón.

Ése es un asunto que siempre hay que equilibrar, pero para eso nos apoyamos en los códigos de ética, ahí están. Si hay algo que, por ejemplo, el radioescucha o el televidente dice: señores, ustedes están fallando en su código de ética en tal aspecto; ah, entonces sí es atendible por supuesto, porque está dando elementos. Lo que buscamos es también construir ciudadanía bien informada que aporte elementos que nos ayuden a construir mejores medios de comunicación. De eso se trata, también es una labor, si ustedes quieren, hasta educativa.

Entonces, decíamos, las condiciones necesarias de las defensorías son: independencia obligada, apoyo institucional, debe surgir por convicción de directivos y colaboradores para ejercer una autocrítica, pero también puede surgir como una demanda de los radioescuchas. Por ejemplo, cuando salió el fenómeno de Carmen Aristegui, cuando salió y fue expulsada, en fin, los radioescuchas actuaron; y la familia Vargas de MVS se vio en la necesidad de crear una figura, fue finalmente consensuada porque dijeron: podemos responder así, darles mejores expectativas a nuestros radioescuchas, y porque estaban convencidos de ello y lo hicieron. Es la única radiodifusora comercial de este país que lo hace, la única, sin embargo, nadie más lo ha seguido. Claro, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión dice que tiene un código de ética que aplica para todas sus estaciones, y tiene un consejo de autorregulación que nadie sabe qué hace, que quizá tome decisiones importantes, pero nadie sabe qué hace, no hay transparencia, no hay rendición de cuentas. Obviamente uno de los elementos esenciales de las defensorías es la rendición de cuentas, decir qué dijeron los radioescuchas, informarlo y cuál es la respuesta que obtuvieron de manera clara, transparente; aquí no se va a proteger ni a zutanito ni a perenganito, no, porque somos finalmente responsables de una labor en un medio público, estamos obligados primeramente por la ley a cumplir una serie de principios fundamentales, pero finalmente nos debemos a nuestros propios radioescuchas, no hay vuelta de hoja; no nos debemos a nuestros anunciantes, nos debemos a nuestras audiencias que son los que finalmente subsidian a nuestros medios de comunicación.

¿Qué hacen los defensores? Contribuyen al fortalecimiento del derecho a la información de los públicos, contribuyen a mejorar los contenidos o corregir desviaciones de los principios establecidos en los códigos de ética, propician y promueven la participación crítica de las audiencias, contribuimos o debemos contribuir a la llamada alfabetización mediática, es decir, a aportar elementos que ayuden a tener las competencias para hacer elecciones y emitir juicios, como afirma Roger Silverstone, tan eficaces como serios cuando encaran el fárrago de información y relatos a disposición, y cuando se hallan ante la engañosa simplicidad de la representación mediática, es decir, que las propias audiencias adviertan cuando algo está mal; pero eso es la propia experiencia, su propio acercamiento con el medio de comunicación.

El quehacer mediático, dice Silverstone, es una responsabilidad que debemos compartir todos. Esto es, somos responsables de nosotros mismos; sin embargo, como sostiene Emmanuel Lévinas, si pretendemos una humanidad plena, debemos asumir la responsabilidad que nos cabe por el otro. Por eso nosotros debemos asumir esa tarea, porque aquí en México, desafortunadamente, no se ve análisis de medios en las primarias, y esto es una materia obligatoria en países europeos, les ayudan a los niños a ver la televisión y a asumir una posición crítica con respecto a lo que están viendo, para que no se sientan Superman al día siguiente y se avienten del tercer piso, cuando no tienen alas, capa con la que se pueda volar.

En fin, cuál ha sido la experiencia de los defensores aquí en México, pues es una historia muy reciente, aunque hay antecedentes históricos —que en otra ocasión podemos charlar— ya desde los años treinta. La historia reciente es: Canal 22, fue el pionero en 2007, con su defensora del televidente, Gabriela Warkentin, sustituida por el doctor André Dorcé y ahora el defensor del televidente es el maestro Francisco Prieto; en el Canal 11, la figura surge en el 2008 con Guillermo Montemayor, actualmente es Mauricio Medino; en Radio Educación, surge en el 2008 también, el primer defensor del radioescucha fue Ernesto Villanueva, actualmente es la maestra Beatriz Solís; y en el caso de la mediación del Instituto Mexicano de la Radio, fue

en 2009 que la institución creó esta figura con el fin de facilitar al IMER la instrumentación y desarrollo de las premisas inscritas en su código de ética; es decir, lo que yo hago como mediador es preservar lo que ahí se establece, en el código de ética, y yo me rijo por unos lineamientos para la figura de la mediación del Instituto Mexicano de la Radio.

¿Qué incluye el código de ética? Tiene una misión, tiene una visión, en fin, pero hay varios principios que tienen que ver, por ejemplo, con el contacto, es decir, atender a necesidades sociales de comunicación para el desarrollo de contenidos y propuestas radiofónicas; procurar que los contenidos hablados o musicales sean comprensibles para la generalidad del público; mantener espacios de diálogo entre el instituto y sus radioescuchas; también otro de los principios que se encuentran en este código de ética es la independencia al respeto, evitar cualquier vínculo profesional o personal que pueda significar un conflicto de interés; garantizar el respeto a la diversidad de ideas, opiniones y posturas de la sociedad; mantener una cultura, un compromiso de respeto al radioescucha; la veracidad, el equilibrio, la oportunidad, sobre todo en este ámbito de las noticias, es decir, mantenerse en todo momento en una búsqueda de la verdad, siempre de buena fe, ofrecer una programación equilibrada, esforzarse por ofrecer una información oportuna, todo esto está en el código de ética.

El primer titular de la medicación fue el doctor Felipe López Veneroni, un reconocido académico, respetado profesor de nuestra Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, él fue también director en algún momento de Radio UNAM. Y como decíamos, la mediación forma parte de estos mecanismos de autorregulación del propio IMER y uno de los asuntos más novedoso que han ocurrido en los últimos meses es que ya, en el estatuto orgánico del IMER, que fue publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 7 de septiembre de 2012, ya se incluyó la propia figura del defensor. Esto es único en el país, ninguno, ni el Canal 22 ni el Canal 11, lo tienen ni si quiera en sus estatutos, está con una fragilidad institucional que le quitas el ganchito o el alfiler y se cae; y aquí no, por lo menos ya se encuentra

en el estatuto orgánico, lo cual es algo importante para el IMER. Esta mediación también cuenta con un programa de radio a la semana, en el que se enlazan todas las estaciones así como ahorita estamos enlazados, es como la 'media hora nacional' del IMER, la media hora en que todo el mundo apaga su radio, no, no, no (risas) entonces se queda sin radioescuchas el IMER, no, no tanto ya hay algún porcentaje de audiencia que ahorita les comento más o menos cuánto es.

Bueno, la elección en este caso de quien está frente a ustedes, recayó en el Consejo de Programación de Radio Ciudadana. Radio Ciudadana es una emisora del IMER que tiene programas ciudadanos, como su nombre lo indica, y tiene un Consejo de Programación Ciudadano, entonces un porcentaje importante de la programación se determina con base en la revisión de los proyectos que llegan a ese consejo de programación. Ahora recayó en mí el nombramiento a partir de las propuestas que se hicieron en este consejo de programación. Hasta ahora, ningún otro medio de comunicación de Estado ha elegido a los titulares de las defensorías de las audiencia por este método democrático; además la elección en agosto próximo del próximo titular de la mediación, se hará mediante una convocatoria abierta en la que otros ciudadanos y organizaciones de la sociedad podrán hacer sus propuestas, va a ser otro hecho inédito, es decir, se le dice a la ciudad proponga usted, el consejo finalmente va a recibir las propuestas y ahí se va a elegir al próximo mediador.

Así es que, pese a no ser todavía un medio público, el IMER ha podido avanzar hacia ese modelo que deberá consolidarse con la reforma constitucional de telecomunicaciones y la ley secundaria que deberán hacer y aprobar en el Congreso de la Unión. Me salto algunos datos y con esto termino. Finalmente, si el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense decide impulsar esta figura desde ahora, será muy bueno porque finalmente va a ser una obligación, digamos que debe ser, ya decíamos, esta diferencia entre lo que establece el derecho y lo que es la autorregulación. En los artículos transitorios de esta reforma constitucional en materia de telecomunicaciones, se obliga a los legisladores para que en la ley secundaria se establezca que los medios públicos —y así ya son mencionados, es decir, es la primera

vez que ya tienen esa denominación como medios públicos— que presten el servicio de radiodifusión, deberán contar, *deberán*, no es si quieren, deberán contar con independencia editorial, autonomía de gestión financiera, garantías de participación ciudadana, no sólo para que hablen por teléfono, no, no, que participen de alguna manera en la toma de decisiones también, de alguna de sus emisoras o de todo el sistema, que sé yo, reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas, ahí ya se ha avanzado en ese terreno, porque estos medios están adscritos a los gobiernos estatales y hay una ley de transparencia; defensa de sus contenidos que es lo que tiene que ver con esto, aunque aquí queda un poco ambiguo el concepto defensa de los contenidos, que tienen que ver con esto que estamos charlando esta tarde; opciones de financiamiento; plan de acceso a tecnología; reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales.

Ahora por supuesto que la gran pregunta es: ¿de qué manera se aterrizaran estos principios en la nueva ley secundaria? Pues esto es uno de los retos. Por ejemplo, la independencia editorial en los medios públicos, ¿cómo garantizarla?, ¿cómo dejar de ser medios, por ejemplo, en este caso del gobernador de aquí del estado?, ¿cómo dejar de serlo? Para que realmente esté toda la expresión, es decir, no significa que no se haya avanzado, pero finalmente existe una cuestión administrativa, legal, que tiene corporativizados a los medios. Eso no es sólo de aquí, del Estado de México, sino en todas las entidades de la república mexicana, por supuesto. La independencia editorial es un enorme reto y eso implica también una disposición de los funcionarios, en sus diferentes niveles, para no presionar al jefe de información ni a la directora ni al sistema, en fin, a nadie, y que puedan actuar y hacer las cosas libremente. Por supuesto que el sistema ha avanzado considerablemente como otros medios de comunicación, pero hay otros medios en otras entidades de la república mexicana que son medios del gobernador, así, nada más, porque ni si quiera de otras fuerzas políticas importantes.

Pero cómo garantizar también la participación efectiva, por ejemplo, con consejos de programación, sería una modalidad intere-

sante que se pudiese implementar, ésa es otra de las opciones. La otra creación es esto de los defensores de audiencias, ustedes pueden revisar si les gusta ser defensor, si tuvieran a su defensor o si tuvieran a un mediador o si tuvieran a un ombudsman, cualquiera de las tres, digamos; la figura de la mediación es un poco más débil, en ese sentido, es más conciliatoria, pero es funcional, finalmente ahí está, también es para los radioescuchas.

En fin, en todo caso, esta reforma representa un avance a lo que hoy tenemos y por supuesto se puede perfeccionar y ajustar a las mejores prácticas internacionales de la materia. Me parece, y ahora sí ya termino, que quienes operan permisos y futuras concesiones de uso público —porque ya se van a llamar así la mayor parte de las concesiones que antes eran permisos, como las que tiene el sistema— no deben esperarse a la ley secundaria para avanzar en lo ineludible: independencia editorial, creación de códigos de ética, promover la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones y crear las figuras de defensoría de audiencias. Si el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense avanza en este terreno, pues hará uno de los mejores homenajes en los 30 años del nacimiento de la radio estatal y habrá correspondido a la sociedad mexiquense su apoyo y sintonía en todos estos años. Gracias por su atención y gracias a los radioescuchas que también siguieron esta transmisión.