



## DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS



[audiencias@imer.com.mx](mailto:audiencias@imer.com.mx)

# INFORME FEBRERO 2020

## PRESENTACIÓN

En este informe se dan a conocer las actividades de la Defensoría de Audiencias IMER, realizadas durante el periodo de cambio en el nombramiento en la titularidad, a partir del 8 de enero de 2020; así como las propuestas de acciones por emprender, para un mejor conocimiento de las audiencias y que a partir de ello, se puedan diseñar estrategias concretas que fomenten el ejercicio de los derechos por ley y que deleve formas de incidir de forma directa en la tarea pendiente de toda defensoría: la alfabetización mediática.

En este sentido, las labores de enero y febrero se expresan en los siguientes temas:

1. Espacio de la Defensoría: importancia de la difusión del programa semanal
2. Conociendo a las audiencias: sistematización e interpretación de los mensajes recibidos
3. Vinculación de la Defensoría: invitación a un diálogo con el Consejo Ciudadano del IMER
4. Proyecto y propuestas de acción
5. Observaciones y recomendaciones

## 1. Espacio de la Defensoría: importancia de la difusión del programa semanal

En el contexto de existencia de las defensorías en México, pocas han sido las que contemplan una presencia visible en el medio de comunicación. El Instituto Mexicano de la Radio, desde el año 2010, con una interrupción entre 2016 y 2018 (periodo en el cual apenas tenía el sitio web), el programa de “Mediación IMER”, ahora “Audiencias IMER”, ha sido característico para dar a conocer la existencia de las defensorías; incluso antes de su existencia en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) 2014.

Dicho ese breve contexto de 10 años en el Instituto, el programa transmitido a través de 13 (de las 18) emisoras del IMER tiene pertinencia y relevancia actual por las siguientes razones:

- El motivo principal y más básico: **dar a conocer la existencia de la Defensoría de Audiencias**, de manera constante, permanente, con un alcance nacional. Informar qué es, qué hace y cómo opera esta instancia, a la cual los radioescuchas pueden enviar sus comentarios, mensajes, observaciones; a su vez, el programa recuerda de forma continua los medios de contacto con la Defensoría. Elementos clave y primarios para el ejercicio de las responsabilidades de toda defensoría, establecidas en la LFTR 2014 (artículos 259, 260 y 261).
- **Difusión de los derechos de las audiencias.** La creación de campañas y cápsulas o spots que mencionen los derechos por ley a las audiencias es un recurso muy necesario. No obstante, es importante compartir con las audiencias el conocimiento contextualizado, ampliado y reflexivo de las posibilidades, los alcances para el ejercicio de dichos derechos, con el propósito de apuntar su relevancia tanto social, como comunicativa.
- **Profundizar la discusión** sobre los temas que se derivan de los derechos de las audiencias, para entenderlos mejor. La presencia de especialistas en entrevista, pese a ser un recurso clásico en la radiodifusión, brinda herramientas a las audiencias para el discernimiento y la crítica ante el quehacer de los medios de comunicación y la radiodifusión pública.

- **Atención a las audiencias:** además de facilitar la recepción de mensajes de las audiencias, el programa en radio coadyuva a un ejercicio transparente de las labores de la Defensoría y su relación con el medio; es decir, no solo se brinda una respuesta en lo individual a las audiencias con sus mensajes (dependiendo del medio de contacto), sino en lo colectivo, con el fin de dar a conocer al radioescucha del Itsmo o de Ciudad Juárez<sup>1</sup> las necesidades de las audiencias en otras entidades y cómo la Defensoría actúa, responde, emite observaciones, recomendaciones.
- **En el mediano y largo plazo:** hacer del programa Audiencias IMER un espacio en la radio pública donde también participan las audiencias, para dialogar sobre temas específicos, desde su experiencia del lado de la recepción mediática.

¿Cómo se han diseñado los programas de la Defensoría en este sentido?

En consideración los artículos 256, 257 y 258 (con sus respectivas fracciones) de la LFTR 2014, los temas a tratar en el programa de la Defensoría<sup>2</sup> se proponen a partir de los derechos de las audiencias ahí planteados. El propósito es que, como se mencionó previamente, la discusión sobre estos temas sensibilice a las audiencias ante un conocimiento de los derechos con los que cuentan; se fomenta un saber que los clarifique, coloque en el contexto al que pertenecen (al de la comunicación en México) y vaya más allá de lo enunciativo en la ley.

---

<sup>1</sup> Algunas de las emisoras enlazadas tienen ese alcance

<sup>2</sup> Para la labor de la Defensoría, se preserva la lectura al texto original del decreto de ley, pese a las modificaciones hechas en la llamada Contrarreforma en 2017.

<i>Mes</i>	<i>Enero</i>	<i>Febrero</i>	<i>Marzo</i> <sup>3</sup>
<b>Objetivo</b>	Abordar el derecho humano a la información en lo general	Reflexionar sobre el primer derecho de las audiencias, art. 256, fracc. I	Analizar las fracciones VII y IX del artículo 256, a propósito del 8 de marzo
<b>Temas por tratar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Violencia contra periodistas</li> <li>* Características de la Comunicación pública</li> <li>* <i>Fake News</i> y alfabetización digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Periodismo especializado</li> <li>* Día internacional de la radio</li> <li>* Multiculturalidad en México</li> <li>* IFT y Defensorías</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Tratamiento mediático sobre la violencia contra las mujeres</li> <li>* Mujeres y representatividad en medios</li> <li>* Estereotipos de género en medios</li> <li>* Paridad de género en el IFT: nombramiento de una mujer comisionada</li> </ul>
<b>Pertinencia</b>	Contextualizar a las audiencias con la práctica del derecho a la información ¿qué es? ¿Cuál es su relevancia? Situar la necesidad de este derecho humano para el fortalecimiento de sociedades democráticas; brindar elementos de reflexión sobre cómo ejercerlo de manera óptima, así como detectar situaciones específicas no se cumple o violenta.	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Reflexionar acerca del ejercicio periodístico ético actual y cambios en las necesidades de las audiencias.</li> <li>* Plantear una autocrítica al quehacer y futuro de la radio, para mantener su compromiso social con las audiencias;</li> <li>* Analizar la agenda pendiente para la representatividad de la diversidad cultural de México en medios;</li> <li>* Compartir la actualización del vínculo entre IFT y Defensorías, respecto del compromiso con los derechos de las audiencias (Seminario IFT)</li> </ul>	Brindar elementos para pensar de forma crítica temas actuales, vinculados a la realidad de las mujeres en México y en medios de comunicación. El fin es evidenciar, por un lado, la responsabilidad (general, por ley) de los medios de comunicación con la igualdad de género; y, por el otro, brindar herramientas para la comprensión de este derecho de las audiencias, repetido varias veces en la ley.

<sup>3</sup> Las sugerencias de especialistas invitadas para el mes de marzo todavía están en proceso de definición.

Para terminar con este primer punto del informe, la tabla anterior es un ejemplo de cómo la Defensoría de Audiencias IMER se propone alcanzar a las y los radioescuchas:

- a) Anteponer la prioridad en el conocimiento, la divulgación sobre los derechos de las audiencias, para un pleno ejercicio de estos.
- b) Mostrar la relevancia, actualidad, pertinencia de los temas o problemas sociales, vistos desde su convergencia o intersección con la comunicación y atendidos *en código* derechos de las audiencias.
- c) Colocar a la defensoría como un espacio de **diálogo y vínculo con especialistas, académicos, organizaciones e instituciones** que abordan, desde diferentes visiones o ramificaciones, aspectos de los derechos de las audiencias.
- d) Profundizar y estrechar el vínculo con los actores arriba mencionados, para el diseño primordial de un proyecto de alfabetización mediática.
- e) Acercar a las audiencias a una comprensión elemental de que los derechos de las audiencias emanan del derecho humano a la información; por lo tanto, tienen facetas más amplias y extensas para su ejercicio, que lo enunciado en la LFTR 2014.

Los programas de enero y febrero han contado con la participación de:

- Leopoldo Maldonado, subdirector regional de Artículo 19 MX.
- Dra. Janneth Trejo-Quintana, investigadora del Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación (IISUE), de la UNAM y coordinadora del proyecto ALFAMEDI.
- Dra. Graciela Martínez Matías, profesora-investigadora de la UACM; docente en el posgrado de la FCPyS-UNAM, especialista en radio comunitaria e indígena.
- Mtra. María Antonieta Barragán, académica de la FCPyS-UNAM; coordinadora del Diplomado en Periodismo Especializado en el posgrado de la misma institución.

## 2. Conociendo a las audiencias: sistematización e interpretación de los mensajes recibidos

El primer paso, antes de plantearse “llegar a las audiencias”, es saber quiénes son; cómo y sobre qué participan; cuáles son sus intereses, inconformidades, peticiones, necesidades. Necesidad es una palabra clave para la atención cualitativa a los mensajes de las audiencias; se relaciona con el contexto de recepción.

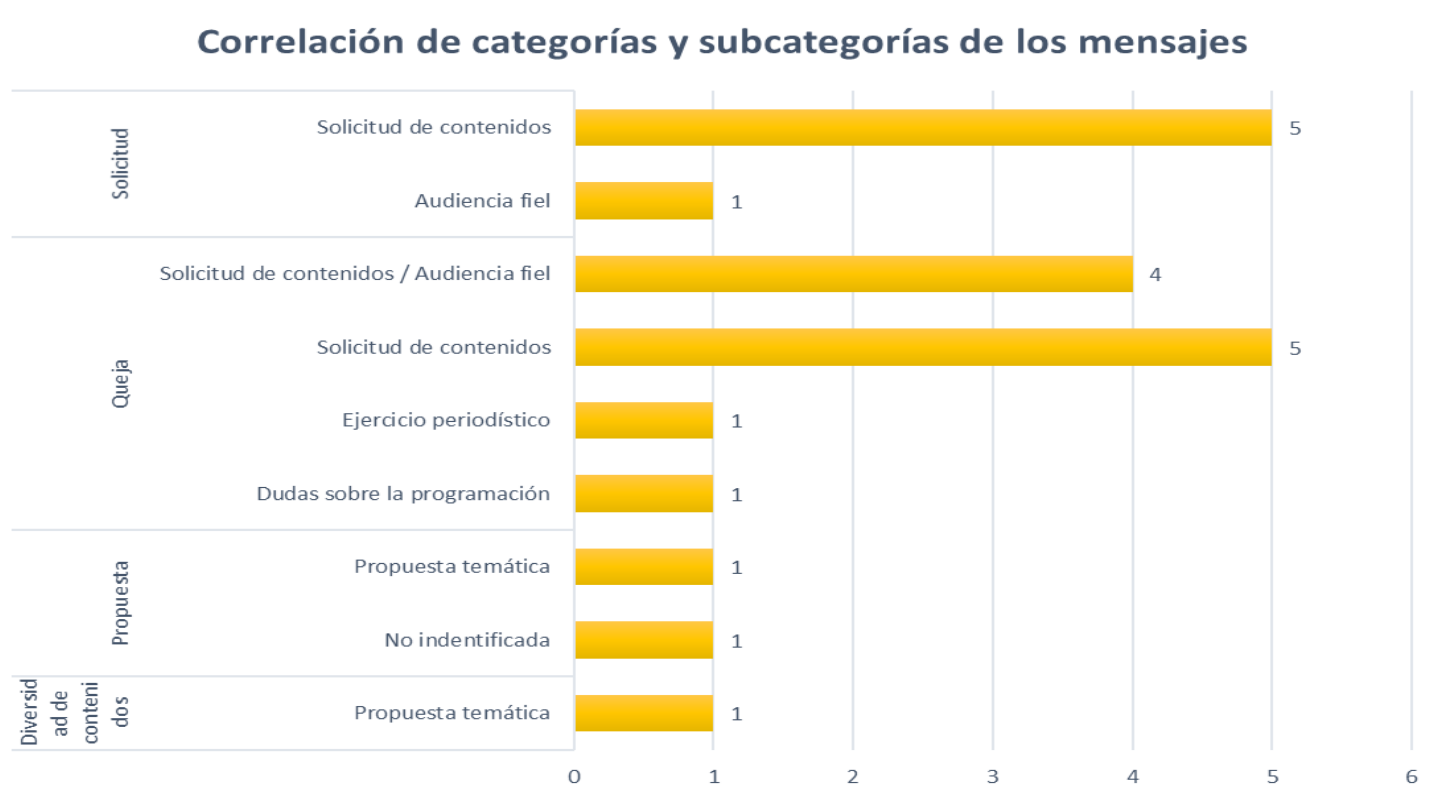
Una vez con el conocimiento diagnóstico acerca del contexto comunicativo conformado por: medio, emisoras, programación, locutores, contenidos y mensajes de las audiencias, es que se pueden proponer estrategias para incentivar la participación de las y los radioescuchas; pensar incluso en un intercambio dialógico que rompa, en la medida de las posibilidades, el modelo unidireccional, que caracteriza a la comunicación mediática/radiodifusión.

De tal suerte, en atención a los artículos 260 y 261 de la LFTR 2014, en enero la Defensoría de Audiencias IMER envió a las direcciones de Producción e Investigación una propuesta metodológica para la recepción, documentación y procesamiento de los mensajes de las audiencias, con los siguientes propósitos:

- a) Contar con un insumo que permita reconocer mediante variables cualitativas (nominales) y cuantitativas (ordinales) el perfil de las audiencias, para un mejor atendimento a sus mensajes. Conforme se nutra recopilación de datos, se pueden diseñar estrategias para crear un acercamiento con las audiencias, teniendo en cuenta sus necesidades comunicativas.
- b) Sistematizar a través del análisis de categorías, subcategorías e índices la información acerca de programas, contenidos, emisoras o locutores (dependiendo del grado de detalle en los mensajes de las audiencias) a los cuales se debe poner especial atención, para la emisión de recomendaciones.
- c) Realizar una correlación de variables entre la información que corresponde a las categorías de los mensajes y el perfil de las audiencias.

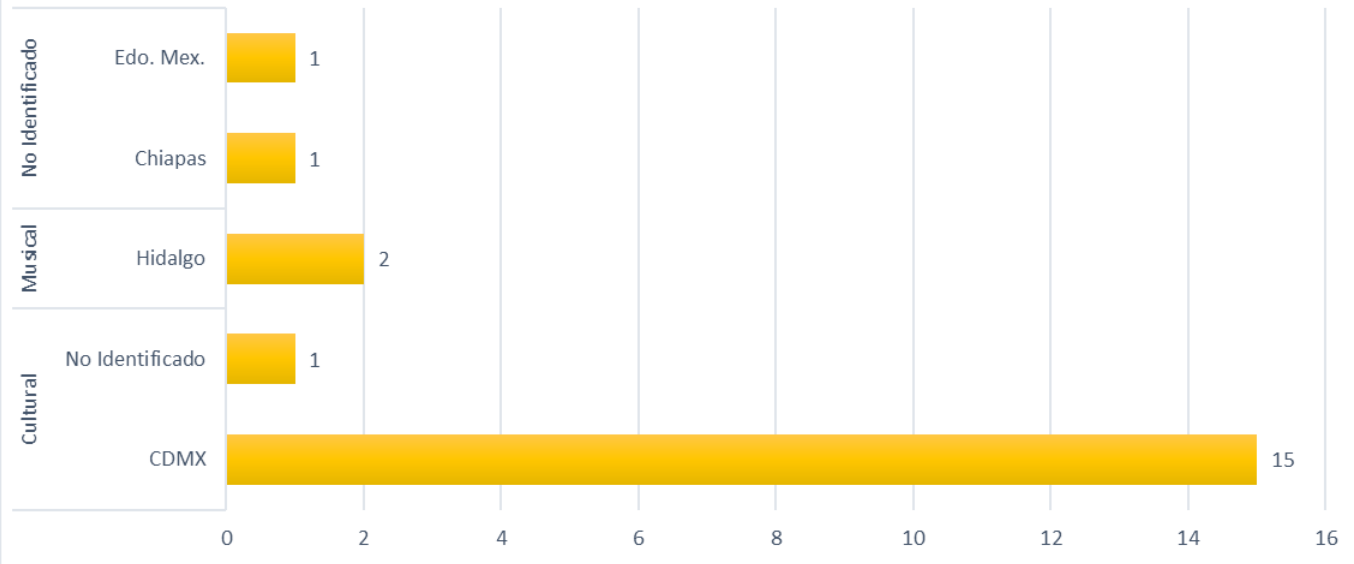
d) El procesamiento de dicha información permitirá la emisión de respuestas y recomendaciones cada vez más específicas las cuales, además de tomar en cuenta la normatividad, partan de las necesidades comunicativas expresadas por las audiencias.

El mes de enero y la primera semana de febrero se caracterizaron por la continuidad a los cambios en la programación de las emisoras del IMER, ante lo cual la titularidad entrante se enfrentó a un contexto real de falta de recursos en el Instituto; el cual mermó en buena medida, la oferta programática con especial énfasis, Opus 94.5fm ante la salida del aire de “Lo que son. Conciertos lo que son”. De los 20 mensajes recopilados entre el 8 de enero y el 5 de febrero, atendiendo dicha situación particular, se tiene:

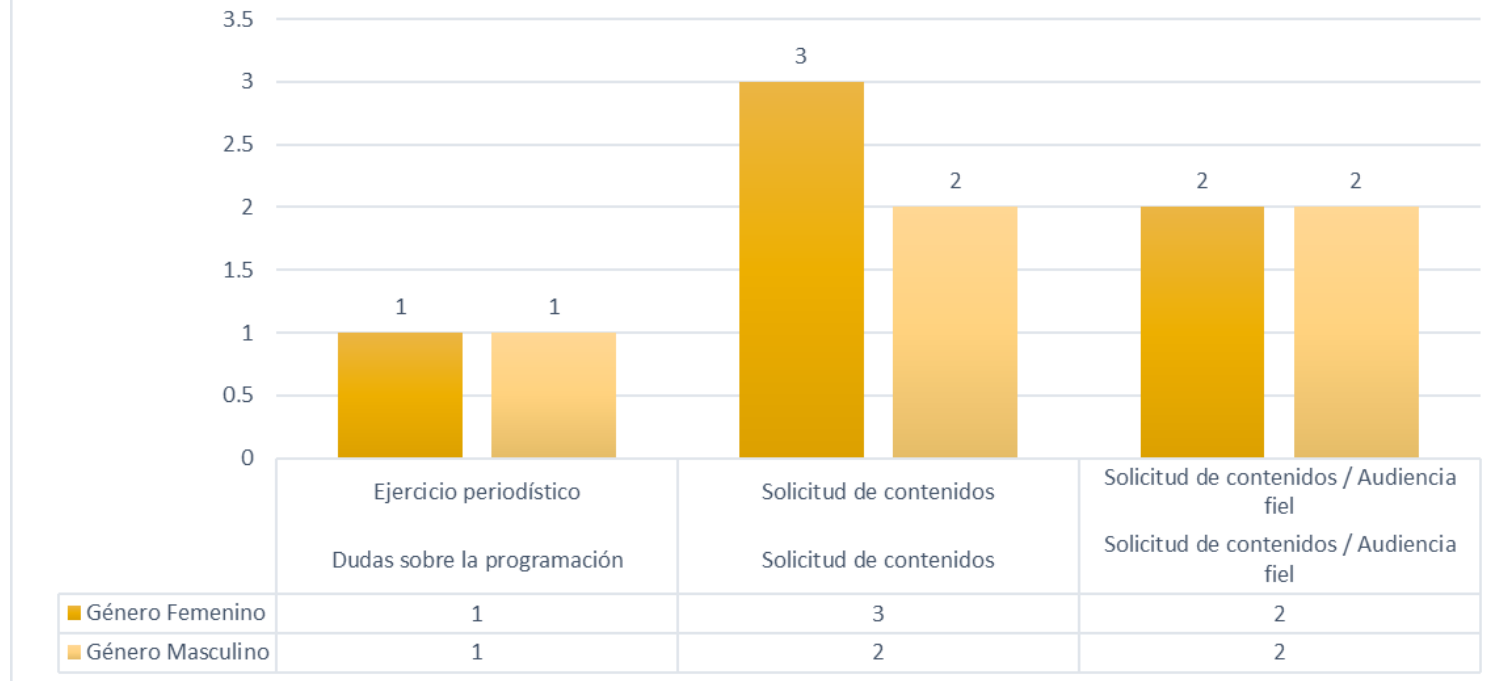




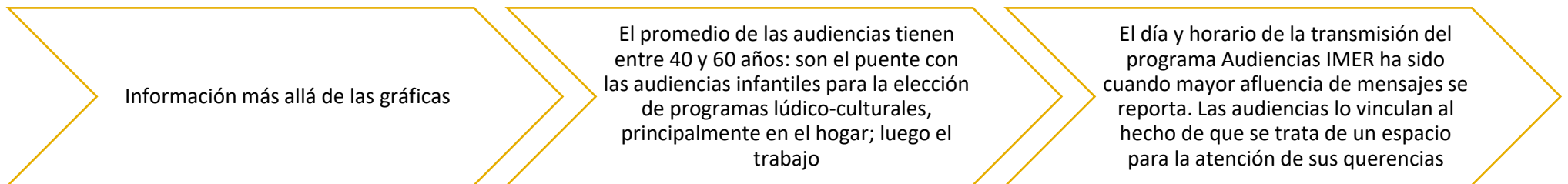
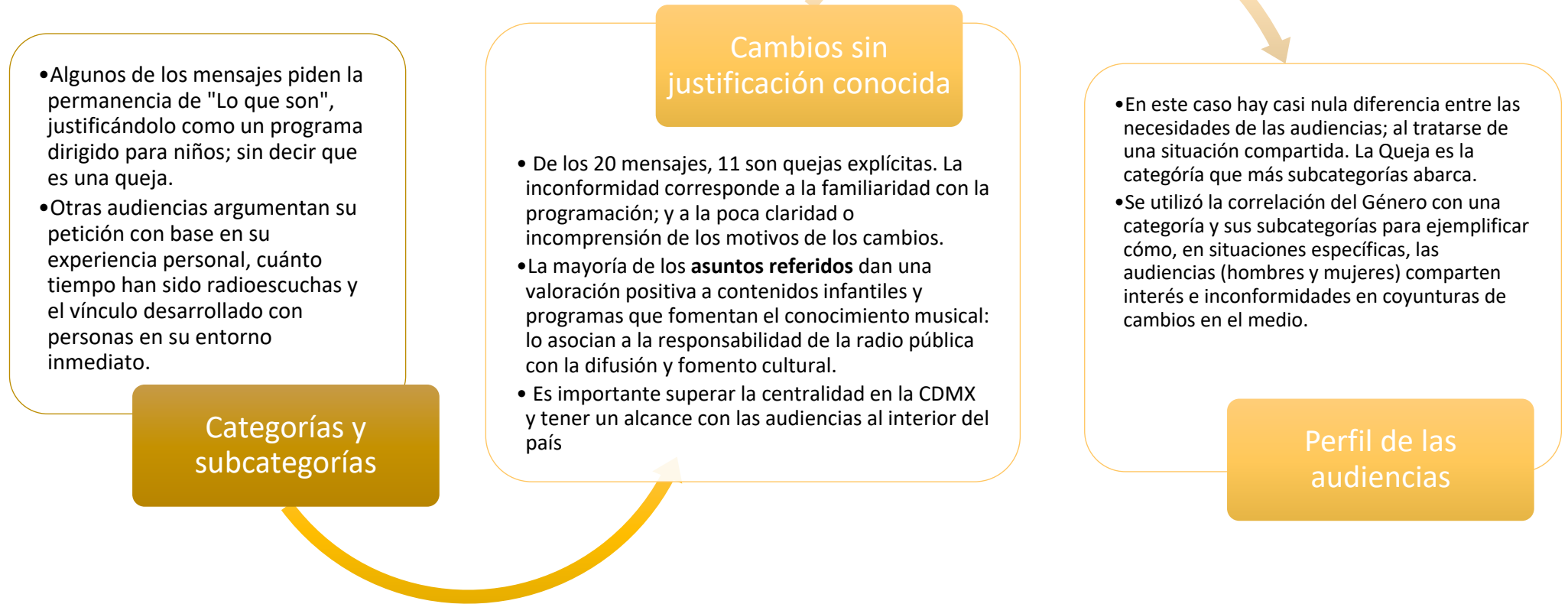
### Correlación asuntos referidos por entidad federativa



### Correlación por género de la categoría Queja



¿Cómo se pueden interpretar de esos datos?



### 3. Vinculación de la Defensoría: invitación a un diálogo con el Consejo Ciudadano del IMER

El día 30 de enero, la Defensoría de Audiencias IMER recibió la invitación por parte de la Secretaria Técnica y el Presidente del Consejo Ciudadano del IMER para participar en un diálogo entre las dos instancias, el 6 de febrero. Si bien tienen responsabilidades diferentes, Defensoría y Consejo coinciden en la atención que deben poner para el cumplimiento del deber ser ético de la radio pública, la independencia editorial, el conocimiento sobre las fuentes de financiamiento y el fomento a la participación ciudadana.

La invitación del Consejo Ciudadano, cuyo objetivo era el diálogo para *el conocimiento de las actividades mutuas en el Instituto* es un paso importante y clave en la consolidación institucional de las funciones de la Defensoría; así también para el apoyo y reciprocidad de esfuerzos, con el fin de *trazar vasos comunicantes* entre nuestras actividades; que estas nutran el desempeño de cada una de las instancias (en el caso del Consejo, un órgano del Instituto).

Del diálogo sostenido en el encuentro del jueves 6 de febrero, la Defensoría retoma las observaciones y sugerencias hechas, para traducirlas en los siguientes objetivos que enriquecerán el trabajo en el corto y mediano plazo:

- Desarrollar una promoción puntual (*empoderante*) de mensajes desde la Defensoría, para la difusión de los derechos de las audiencias, su importancia y cómo ejercerlos.
- Contar con una presencia permanente en las emisoras del IMER, recurriendo a una narrativa creativa, con el propósito de que las audiencias conozcan la existencia de la Defensoría y los medios de contacto.
- Promover un *cambio cultural*, mediante el diálogo con productores-as, conductores-as y gerentes de las emisoras para sensibilizar, dar a conocer el quehacer de la Defensoría, así como los derechos de las audiencias.

- Trazar una colaboración interna con las direcciones y gerencias, que se convierta en una incidencia eficaz para la emisión de recomendaciones pertinentes y apoyo oportuno.
- Ampliar la participación de las audiencias. Plantear la posibilidad de que la Defensoría registre, procese y atienda necesidades de las audiencias manifiestas en otros medios de contacto, como las cuentas institucionales del IMER. Esto, tomando en cuenta la normatividad interna, así como los planteamientos en los artículos 260 y 261 de la LFTR 2014.

Con el propósito de mantener abierto este intercambio, apoyo y seguimientos mutuos entre Defensoría - Consejo Ciudadano, el Dr. Jorge Bravo, Presidente, propuso que en las reuniones futuras del Consejo la Defensoría participara de ellas con voz, pero sin voto; asunto votado a favor por todos los presentes, además de incorporado como compromiso por la Defensoría.

La expectativa de la Defensoría con este vínculo es que los esfuerzos por incentivar la participación ciudadana en las audiencias, así como la emisión de las recomendaciones que recalque la necesidad de que la toma de decisiones en el medio contemple, como prioridad, los derechos de las audiencias.

#### 4. Proyecto y propuestas de acción



Con el apoyo del equipo en Medios Digitales, rescatar el uso de las dos redes sociales, establecidas con anterioridad como medios de contacto con la Defensoría, para la divulgación de temas actuales vinculados a:



Los derechos de las audiencias; ética y regulación de medios; telecomunicaciones; comunicación pública y medios públicos; periodismo y libertad de expresión; derechos humanos



Con el propósito de brindar a las audiencias/usuarios de Facebook y Twitter referentes vinculados al quehacer de las defensorías de audiencias existentes y organismos/asociaciones que abordan/trabajan los temas mencionados

## 5. Observaciones y recomendaciones

En cuanto a las necesidades de la Defensoría en el corto plazo:

- Diseño de cápsulas institucionales para difundir que ha existido y existe una Defensorías de las Audiencias en el IMER; así como divulgar los derechos de las audiencias, audiencias con discapacidad y derechos de las audiencias infantiles/interés superior de la niñez, en la LFTR 2014.
- Ayudaría para simplificar las labores de registro, si Producción permitiera a la defensoría tener las papeletas de registro de llamadas (cuando sea el caso), para el llenado de la base de datos en Excel, con el compromiso de retornarlas la semana siguiente, en cada programa.
- Facilitar la carga directa de documentos al micrositio de la Defensoría: recomendaciones y observaciones, respuestas a las audiencias e informes, con los datos de ingreso necesarios a la plataforma. Como es el caso para el documento de la recomendación ante la salida de “Lo que son. Conciertos lo que son”; leída para las audiencias en el programa del 5 de febrero 2020.
- Hacer del conocimiento de las audiencias la consulta a las recomendaciones emitidas y los informes públicos mediante la difusión de cápsulas (además de reiterarlo en el programa o divulgarlo en redes sociales). Hacer del micrositio una referencia para dichos documentos.
- Planear un diálogo interno con los colaboradores principales, con el objetivo de familiarizarlos con la labor de la Defensoría; abrir un canal de diálogo y reconocimiento mutuo.
- Coordinar la notificación de las emisiones semanales del programa Audiencias IMER, con las cuentas institucionales de las 13 estaciones enlazadas, para acercar a las audiencias con los temas a tratar en las transmisiones.

Sobre las audiencias y los cambios en el medio, hasta este momento:

- Dar a conocer con claridad a las audiencias, además de los cambios oportunos a la programación, los motivos de dicha acción.
- Brindar alternativas ante las modificaciones; aunque no se trate de opciones con posibilidad inmediata: que las audiencias sepan que hay un proyecto y no solo cancelación de sus programas preferidos.
- Buscar estrategias de comunicación para que los cambios en las estaciones del IMER no sean percibidos por algunas audiencias como “crisis paralizante en el IMER” o “sacrificio a la difusión de la cultura”, como lo han expresado en sus mensajes.
- Comunicar a las audiencias la pertinencia de los programas o locutores que han sido colocados en lugar de las transmisiones que salieron del aire.

ATENTAMENTE

Mtra. Laura G. Martínez Aguila  
Titular de la Defensoría de Audiencias IMER

Apoyo con la transcripción de los mensajes:  
Lucía Bernal, Productora