



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO DESDE LA
PERSPECTIVA DEL DERECHO HUMANO A COMUNICAR**

Tesis que para obtener el grado de Maestra en comunicación
PRESENTA

Walys Becerril Martínez

Tutora: Dra. Medley Aimée Vega Montiel
Cotutor: Dr. André Dorcé Ramos

México, D.F. mayo de 2012





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

El trabajo que presento es el resultado de cambios de vida muy importantes para mí, no sólo por la formación académica que adquirí, sino porque me generó transformaciones como ser humana. Esto no habría sido posible sin la compañía y el apoyo de personas fundamentales en mi vida. Por ello, quiero agradecer:

A mi familia por los cimientos que me han dado y su apoyo incondicional: Elena Martín Saldaña, mi mamá adorada, quien con su tenacidad y confianza me ha enseñado que nada en esta vida es imposible; Martín Becerril Cedillo, mi padre, que con su ejemplo he aprendido a luchar por mis ideales sin descanso; mis hermanos, Martín y Eduardo, con quienes comparto lecciones de vida que me fortalecen todos los días; mi abuelita Zenaida, quien con su tenacidad me inspira a transformar este mundo; a Marisol, Joshua y Marifer por llegar a iluminar mi corazón.

A Marcos Jovan Luna Cervantes, de quien todos los días aprendo que el amor es una de los motores de este mundo.

A todas mis amistades, con las que he crecido y me he transformado en cada etapa de mi vida, de todas ellas he aprendido, gracias por dejarme conocerlas. En especial a mis amigas, porque todas son mujeres a las que admiro y respeto enormemente.

Mis agradecimientos también a todos los profesores que me formaron en este camino, porque cada una de sus enseñanzas nutrió mi trabajo y me impulsó a continuar investigando. En especial envío mis más sinceros agradecimientos a mis tutores: la Dra. Medley Aimée Vega Montiel y el Dr. André Dorcé Ramos, porque me guiaron en el camino de la investigación con confianza y entereza, de ambos me llevó lecciones importantes.

A los sinodales por haber leído y retroalimentado mi trabajo: Dra. Alma Rosa Alva de la Selva, Dra. Laura Elena López y Dr. Guillermo Orozco Gómez; gracias por sus comentarios.

También quiero agradecer a las instituciones que me brindaron recursos para poder elaborar este trabajo:

A la Universidad Nacional Autónoma de México, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y su programa de Posgrado, por la oportunidad que me han dado de formarme en su seno.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por la beca que me brindó la oportunidad de continuar con los estudios de maestría.

Al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica, en especial al Proyecto “Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en las industrias mediáticas”, por la beca para obtención de grado de la maestría.

Gracias a todas las personas que me han inspirado.

Índice

Introducción.....	8
<u>Capítulo 1. El derecho humano a comunicar</u>	11
1.1 La perspectiva de los derechos humanos.....	13
1.1.1 La manera en que se definen los derechos humanos.....	16
1.1.1.1 Los atributos del ser humano	19
1.1.1.2 Las características normativas de los derechos humanos.....	23
1.2 La definición del derecho humano a comunicar.....	27
1.2.1 La fundamentación del derecho humano a comunicar desde la perspectiva de los derechos humanos.	28
1.2.2 Antecedentes del derecho humano a comunicar.....	32
1.2.2.1 Los debates se trasladan a la sociedad civil.....	36
1.2.3 Un acercamiento al concepto del derecho humano a comunicar	40
1.2.3.1 Nociones del derecho humano a comunicar	41
1.2.3.2 Los puntos de debate y los argumentos en contra del derecho humano a comunicar.	54
1.2.4 El derecho humano a comunicar como un derecho cultural.....	63
1.2.4.1 Recuento sobre el desarrollo de los derechos culturales.....	63
1.2.4.2 La difícil comprensión de los derechos culturales.....	66
1.2.5 La forma en que comprendemos el derecho humano a comunicar.....	73
<u>Capítulo 2. Las audiencias de medios de comunicación</u>	77
2.1 Las perspectivas teóricas que han definido a las audiencias.....	79
2.1.1 Efectos de los medios.....	79
2.1.2 Usos y gratificaciones	80
2.1.3 Criticismo literario	82
2.1.4 Estudios culturales	83
2.1.5 El análisis de la recepción	87
2.1.6 Los Estudios Culturales de Audiencia Latinoamericanos	88
2.1.7 Breves reflexiones acerca de las contribuciones y carencias de las corrientes teóricas.....	92
2.2 Nuestra conceptualización de las audiencias	94
2.2.1 Los elementos que retomamos de las corrientes teóricas.....	94

2.2.2 La actividad de las audiencias	96
2.2.3 Las audiencias en su complejidad sociocultural.....	98
2.2.4 El nuevo contexto de las audiencias	103
2.2.5 Reflexiones preliminares.....	106
<u>Capítulo 3. El estado de los derechos de las audiencias en México</u>	109
<u>Parte I. El panorama mediático.</u>	110
3.1.Primeros apuntes.....	110
3.2 La concentración de medios comerciales.	111
3.3 La concentración de medios públicos en pocos actores.....	117
3.4 Las prácticas de consumo mediático de las audiencias mexicanas.	120
<u>Parte II. Las referencias en torno a las audiencias y sus derechos en las industrias mediáticas y el sistema judicial</u>	131
3.5 La forma en que los medios comunicación conciben a las audiencias.....	131
3.6 Las audiencias mediáticas definidas por el Estado.	137
3.4.1 Los debates en torno a una nueva Ley de medios.....	143
<u>Capítulo 4. La propuesta de un modelo estratégico para abordar los derechos de las audiencias bajo la perspectiva del derecho humano a comunicar</u>	149
4.1 El modelo estratégico.	150
4.2 Las tareas del Estado para garantizar el derecho humano a comunicar de las audiencias mediáticas.....	153
4.2.1 El ámbito jurídico.....	153
4.2.1.1 Los derechos de las audiencias	156
4.2.2 Las políticas culturales y de comunicación.	174
4.2.3 Las instituciones gubernamentales.	177
4.3 La dimensión ciudadana: la construcción del derecho humano a comunicar desde la participación social.....	178
4.3.1 Los consejos audiovisuales.....	179
4.3.2 La defensoría de las audiencias.....	183

4.3.3 La educación para los medios, herramienta y mecanismo integrador del derecho humano a comunicar.....	185
4.3.4 Los observatorios de medios como fuentes promotoras y formadoras de los derechos de las audiencias.....	187
4.4 La dimensión mediática: El compromiso de los medios de comunicación.....	189
4.4.1 Los mecanismos de autorregulación.....	189
<u>Algunas respuestas, pero los retos continúan</u>	191
Referencias.....	204

Introducción

El derecho humano a comunicar es un principio que aspira al reconocimiento de la libertad de comunicación de todas las personas. Seguramente muchos dirían que esa libertad ya la hemos alcanzado o que no es necesario enfatizarla puesto que día a día nos comunicamos. El cuestionamiento viene cuando observamos la realidad en la que vivimos y nos damos cuenta que ya no sólo entablamos relaciones comunicativas cara a cara, sino que nuestras interacciones ocurren cada vez más en espacios mediáticos. Todos los días, la mayoría de las personas tienen contacto con algún medio de comunicación, ya que éstos forman parte de sus dinámicas cotidianas.

Los medios de comunicación son espacios privilegiados que detonan procesos comunicativos complejos, que hasta el momento no hemos terminado de comprender. Sin embargo, hemos observado que al volverse fundamentales para las personas, los medios han adquirido una enorme posición de poder. Ese privilegio es profundamente aprovechado por quienes tienen acceso a dichos medios para transmitir sus mensajes. La realidad es que un número pequeño de ciudadanos son quienes pueden hacer uso de las bondades de dichos desarrollos tecnológicos.

En contraste, es gracias al consumo de las audiencias mediáticas que los industriales de los medios han adquirido tanto poder. Las audiencias son la moneda de cambio que todos los días sustenta a los medios comerciales. En México, la mayor parte del espectro radioeléctrico se encuentra ocupado por frecuencias cuyo objetivo es obtener ganancias económicas. Los medios cuyo interés es meramente público son pocos y con escasos recursos. Frente a esta oferta mediática, las audiencias mexicanas gozan de contenidos y procesos comunicativos prácticamente determinadas por dichas empresas. Ante esta realidad, podría afirmarse que las audiencias mediáticas han sido poco beneficiadas.

Por las razones antes mencionadas nos pareció pertinente preguntarnos ¿cuáles son los derechos que las audiencias de medios de comunicación en México deben tener? pues está claro que hasta el momento no cuentan con un respaldo que les permita ser respetadas e interpeladas como lo que principalmente son, seres humanos.

Desde esta perspectiva de las audiencias, consideramos que el derecho humano a comunicar es la base teórica-conceptual que puede ayudar a formular una propuesta de derechos de las audiencias. Por tal motivo, el derecho humano a comunicar fue el ancla para comenzar a desarrollar esta investigación, por lo que el primer capítulo de este trabajo se encuentra dedicado a la revisión de dicho concepto. Para comenzar el análisis, retomamos la perspectiva de los derechos humanos con la intención de comprender cómo sus principios básicos alojaban al derecho a comunicar. A través de la revisión que hicimos retomamos algunos preceptos que nos ayudaron a formular la importancia del reconocimiento del derecho humano a comunicar como un derecho instituido.

Para continuar analizando el tema, hicimos un recuento histórico sobre los acontecimientos políticos y académicos más destacados que han marcado el desarrollo del derecho humano a comunicar, lo cual nos permitió observar los pros y contra a los que se ha enfrentado. Por otro lado, comenzamos a explicar de qué manera puede conceptualizarse este derecho, pues existen distintos niveles de comprensión que al articularnos nos dan como resultado un concepto amplio y flexible del derecho humano a comunicar.

También en este capítulo hacemos una reflexión sobre el vínculo que tienen los derechos culturales con el derecho humano a comunicar, ya que, como se verá más adelante, la cultura y la comunicación son dos dimensiones que se trastocan todo el tiempo. Finalmente, ofrecemos una posible manera de entender el derecho humano a comunicar, en aras de poder aplicarlo como parte de una política de comunicación y cultura.

El otro pie teórico en el que se encuentra basada esta investigación es el del concepto de audiencias, por lo cual el capítulo dos se ocupa de ellas. Ya hemos dicho que éstas son ante todo seres humanos, lo cual, de entrada complejiza el poder comprenderlas. Sin embargo, para poder analizarlas hicimos un recuento sobre las corrientes teóricas más importantes que han abordado el tema. De éstas retomamos el trabajo de conceptualización que han hecho para poder comprender que las audiencias son personas que se relacionan mediáticamente de diferentes maneras y en distintos espacios. Sus interacciones con los medios no terminan cuando éstos se consumen, sino que tienen implicaciones más profundas y duraderas que nos invitan a continuar conociéndolas y reflexionando sobre ellas. A pesar de sus indefiniciones, podemos decir que las audiencias son

individuos, miembros de una familia y comunidad, ciudadanas, consumidoras, entre muchas otras cosas. Precisamente por ello, deben ser portadoras de derechos.

Una clave importante para comenzar a formular la propuesta de los derechos de las audiencias fue hacer un análisis sobre el panorama en el que éstas se mueven, por lo que el capítulo tres abordó dicho asunto. Para ello, analizamos cómo se encuentra conformado el espectro mediático, pues consideramos que éste determina de algún modo la manera en que las audiencias se desenvuelven. Por otro lado, revisamos algunas de las prácticas de las audiencias, pues ello también nos habla de sus costumbres e intereses. Para completar este análisis revisamos la manera en que las industrias de medios y el Estado miran a las audiencias, por esa razón revisamos algunos discursos con los que los medios hacen alusión a éstas, así como también la manera en que en la Constitución y la Ley Federal de Radio y Televisión se refieren a las audiencias.

Finalmente, en el capítulo cuatro realizamos una propuesta que toma como eje el derecho humano a comunicar. En ésta articulamos en tres dimensiones de acción (estatal, ciudadana y mediática) una serie de mecanismos que consideramos pueden dotar a las audiencias de derechos. Desde esta perspectiva, abogamos por el reconocimiento del derecho humano a comunicar a nivel constitucional. También proponemos conjuntar en un documento legal una serie de derechos que permitan a las audiencias contar con un derecho humano a comunicar amplio y con derechos específicos de comunicación. Por otro lado, proponemos crear organismos ciudadanos para que sean éstos los garantes y promotores de tales derechos. En este mismo sentido, apelamos a la responsabilidad de los medios para que establezcan mecanismos de autorregulación pensados en beneficio de las audiencias y no del inversionista.

Capítulo 1. El derecho humano a comunicar.

Capítulo 1. El derecho humano a comunicar

Uno de los ejes fundamentales para desarrollar este trabajo tiene que ver con el derecho humano a comunicar. Éste es un concepto que ha sido debatido en diversos espacios políticos y académicos como el de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Universidad de Hawái en Mahona, la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social, entre otros. Sin embargo, como veremos a lo largo de este capítulo, el derecho humano a comunicar no se encuentra claramente definido y no ha sido reconocido en el ámbito de los derechos humanos a nivel internacional.

Esta condición, implica un reto para poder entenderlo y apropiárselo, por lo que es necesario reflexionar sobre los argumentos que nos permitirán entender la importancia del reconocimiento de este derecho, así como de su razón de ser. Para ello, en este capítulo pretendemos abordar el tema desde cinco ámbitos principalmente.

En primer lugar, retomaremos la perspectiva de los derechos humanos para mostrar cómo ésta nos brinda principios esenciales que nos permiten cimentar el derecho a comunicar como un derecho humano que fortalezca la convivencia pacífica entre individuos, comunidades y naciones.

En segundo lugar, haremos un recuento de los distintos acontecimientos políticos y de la sociedad civil desde los que se ha debatido el tema para exponer las discusiones y transformaciones conceptuales a las que se ha enfrentado este derecho.

En tercer lugar, nos acercaremos al concepto del derecho humano a comunicar, a partir de las reflexiones de diversos investigadores con la intención de extraer las aportaciones que hasta el momento han realizado sobre el tema, y de este modo ir configurando, si no una definición exacta de este concepto, sí una aproximación que nos permita comprender su esencia y sus posibles repercusiones.

En cuarto lugar, haremos una reflexión sobre las polémicas y los puntos de debate que en diversas ocasiones se le han señalado al derecho humano a comunicar. Con esto pretendemos destacar cómo muchos de esos argumentos pueden sumarse a la discusión para completar la

definición de este derecho. Al mismo tiempo, es importante dar a conocer no sólo los aspectos claros y positivos, sino también sus ambigüedades, ya que éstas contribuyen también en la construcción de una conceptualización más comprensible sobre este derecho.

En quinto lugar, abordaremos el derecho humano a comunicar como un derecho cultural, con la intención de observar cómo la vinculación que existe entre estos dos ámbitos nos permite entender a la comunicación como un espacio de acción dentro y para el desarrollo cultural.

1.1. La perspectiva de los derechos humanos

Durante toda la historia de la humanidad han existido los reclamos por el reconocimiento de los derechos de las personas. Aún bajo sistemas no democráticos, los derechos han fungido como uno de los sistemas que establecen reglas de convivencia social. Sin embargo, es a partir del reconocimiento de los derechos humanos que comienza a constituirse una institucionalización del sistema de defensa de los derechos de los seres humanos y sus comunidades.

Comprender el reconocimiento de los derechos humanos implica entender la manera que éstos se han ido constituyendo. La historia de estos derechos tiene que ver con la historia de la humanidad y la manera en que ésta ha definido y conceptualizado sus formas de organización social, política y cultural. Si revisamos la historia, nos daremos cuenta que los derechos humanos han sido un reclamo latente en las diferentes épocas; en todas ellas hay documentos o acontecimientos en los que podemos encontrar huellas o antecedentes de los derechos humanos. Sin embargo, el concepto de los derechos humanos surge en un momento específico, en el que las transformaciones sociales permitían privilegiar al individuo como poseedor y creador de conocimiento, y por lo tanto, como sujeto capaz de definir su forma de vida.

Existen una serie de documentos que anteceden a la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948, entre ellos se encuentran: La Carta Magna Inglesa de 1215; el Bill of Petition de 1628; el Habeas Corpus de 1679; y el Bill of Rights de 1689; la Declaración de los Derechos Humanos de las Colonias Norteamericanas de 1774; la Declaración de Derechos de Virginia de 1776; y la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano de 1789 como resultado de la Revolución Francesa. (Quintana y Sabido, 2001). Estos documentos contenían el reconocimiento de una serie de derechos otorgados a los ciudadanos en distintos momentos y lugares del mundo.

Si revisáramos cada uno de éstos podríamos ver como estos derechos se interrelacionan con los momentos históricos y las demandas de los ciudadanos.

Los últimos tres documentos antes mencionados son el resultado de una transformación histórica importante, pues es en esos momentos cuando se cuestiona el sistema absolutista que prevalecía en el mundo occidental y comienzan a desarrollarse los sistemas democráticos. Debemos entender que dichas transformaciones no surgen de la nada, sino que son diversos cuestionamientos en los ámbitos religiosos, políticos, económicos y sociales los que llevan a modificar las realidades. En este sentido, cabe recordar que el racionalismo se había convertido en la principal fuente de conocimiento del ser humano, lo que llevaba a cuestionar y modificar las formas de organización de las sociedades.

Bajo este contexto, el surgimiento de declaraciones en las que se reconocían derechos a los ciudadanos, comenzaban a colocar a los seres humanos como sujetos que debían ser defendidos de los abusos de poder de quienes los gobernaban. Éste reconocimiento tendrá mayor relevancia después de la primera y segunda guerra mundial, ya que en éstas se comenten una serie de atrocidades que conllevan a los Estados a reflexionar sobre la necesidad de un acuerdo que asegure la paz del mundo. De este modo, en 1945 se forma la Organización de las Naciones Unidas (ONU), cuyo primer paso es la proclamación de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 (Galvis, 2005).

Debido a que la redacción de la Declaración está fuertemente influenciada por los acontecimientos de la segunda guerra mundial y el liderazgo de los países “triunfadores” de dicho enfrentamiento, los derechos humanos han sido cuestionados y puestos en tela de juicio con respecto a su carácter universal, pues al no haber incluido las visiones de todas o la gran mayoría de las culturas del mundo, se considera que no puede hablarse de universalidad. Por otro lado, al revisar la manera en que este documento fue realizándose, se observa cómo desde su creación ya se debatía sobre la importancia de los derechos individuales y colectivos. Según los críticos se terminó privilegiando la visión de la individualidad. Al mismo tiempo, también podemos ver cómo desde un inicio se le otorgó mayor importancia a los llamados derechos civiles y políticos, y se dejó abierta la posibilidad de no cumplir con los que se conocen como derechos económicos, sociales y culturales (Ver González, Nazario, 2002).

Sin embargo, lo anterior no implica que los derechos humanos no abarquen las dimensiones de universalidad y colectividad, al igual que los ámbitos económicos, sociales y culturales. Por el contrario, los derechos humanos son el resultado de movimientos sociales, que han demandado el reconocimiento de sus derechos en todos y cada uno de esos espacios de vida (económico, social y cultural). Del mismo modo, se han ido conformando a partir de la universalidad y colectividad, en el sentido de que en todo el mundo los seres humanos ha pretendido contar con derechos que confronten los abusos de poder, y al mismo tiempo han formado parte de sus reclamos colectivos, es decir de grupos, comunidades o naciones (Stammers, 2005)

En este sentido, la comprensión de los derechos humanos no pasa por el cuestionamiento de si sólo son derechos que nacen de occidente.

“Más bien, esto se vincula con problemas más graves relativos a la organización de las relaciones humanas histórica y globalmente. Se vincula con el antiguo problema del poder en el mundo –económico, político y cultural– y con la continuación de las luchas históricas que pretenden evitar sus abusos” (Stammers, 2005_73).

De hecho podríamos decir que los derechos humanos continúan desarrollándose en el marco de las luchas y cuestionamientos que las sociedades plantean a los actores sociales que concentran el poder económico, político y cultural, pues éstos se transforman todo el tiempo, y con ello se presentan nuevos retos en el ámbito de los derechos humanos. Frente a estos desafíos, consideramos que al ser la perspectiva de los derechos humanos aquella que, por lo menos hasta este momento, nos permite enfrentar los abusos de poder del Estado, es viable abordar el tema de la comunicación desde este espacio de análisis. Por otro lado, sabemos que el ámbito de la comunicación se ha extendido hacia otros espacios que incluyen a instancias privadas, las cuales no están contempladas como sujetos a los que pueda sancionarse por violar los derechos humanos, pero frente a los cuales el Estado sí tiene la obligación de regularlos en aras de hacer valer y respetar los derechos humanos de las personas.

Por tales motivos, habremos de analizar de qué manera la perspectiva de los derechos humanos nos ayuda a defender un concepto de derecho humano a comunicar que brinde un respaldo a las personas para que éstas puedan comunicarse tanto en los espacios en los que están

acostumbradas, como en aquellos nuevos que la humanidad ha desarrollado y que, por lo tanto, desde la perspectiva de los derechos humanos, todas las personas tienen derecho a disfrutar.

1.1.1 La manera en que se definen los derechos humanos

Al convertirse en uno de los sistemas de defensa más aprobados por la comunidad mundial, los derechos humanos han implicado un reto teórico y conceptual, pues el tratar de aplicarlos y respetarlos pasa primero por una definición que permita comprenderlos y difundirlos en una comunidad diversa y abierta como lo es la humanidad. Frente a esta dificultad, diversos teóricos han reflexionado sobre la manera en que los derechos humanos llegan a formar parte de la vida de los seres humanos, es decir, tratan de sustentar la existencia de tales derechos.

Existen dos corrientes principalmente dentro de la filosofía del derecho que han tratado de fundamentar los derechos humanos: el iusnaturalismo (Hart y Nino 1978; Nino 1980) y el iuspositivismo (Ross, 1958; Kelsen 1979).

Para el iusnaturalismo los derechos humanos son innatos al sujeto, es decir, éste nace con ellos y los tiene por el simple hecho de ser una persona, independientemente de si existen marcos jurídicos que los reconozcan o no. Esta corriente, considera que los derechos humanos se basan en el derecho natural, el que existe por la propia naturaleza del ser humano. Esta naturaleza se ha teorizado a partir de distintas concepciones como la de la creencia en Dios, la explicación de la historia y el desarrollo de la de la sociedad, pero en la actualidad se basa fundamentalmente en la razón del ser humano. Por otro lado, para el iuspositivismo los derechos humanos son los que se encuentran jurídicamente reconocidos, ya que para ellos, el derecho responde a normas o lineamientos establecidos por la experiencia de las sociedades. Esta misma línea de pensamiento entiende a los derechos como aquellos que están claramente descritos y delineados en las leyes (Orozco Henríquez, 1987).

Al tratar de comprender las fuentes que dan origen a los derechos humanos estas dos perspectivas se han confrontado, ya que el iusnaturalismo encuentra su justificación en “algo extrajurídico, la naturaleza humana”; y el iuspositivismo en lo jurídicamente aceptado (Beuchot en Ramírez, 2007:44). En este sentido, para los iuspositivistas los derechos no pueden serlo si se encuentran

justificados a partir de apreciaciones valorativas, y no dentro del sistema jurídico, por lo que, por ejemplo, si en un país no se reconoce la libertad de culto, éste no fungirá como un derecho, ya que no es “empíricamente verificable sobre las bases de normas jurídicas positivas” (Orozco Henríquez, 1987:33). Por lo contrario, para los isunaturalistas éste es un derecho humano aunque no tenga un reconocimiento jurídico. Sin embargo, la principal crítica que esta corriente ha recibido, radica principalmente en la forma en que definen un derecho a partir de “criterios subjetivos y valorativos” (Kelsen 1973 en Orozco Henríquez, 1987:29).

Este debate ha llevado a diversos teóricos a reflexionar acerca del tema y nos parece importante destacar dos conclusiones preliminares. La primera de ellas, es que los derechos humanos no tienen una fundamentación absoluta necesariamente, es decir, hallan sus razones de ser en distintas fuentes y ello no los elimina, sino por el contrario los fortalece. En este mismo sentido, para comprender los derechos humanos es importante estudiarlos con relación a “los problemas históricos, sociales, económicos, psicológicos, inherentes a su realización” (Bobbio, 1982:128), ya que ello además de permitirnos reflexionar sobre sus fuentes de origen, nos brinda la posibilidad de ampliarlos, desarrollarlos y aplicarlos en contextos sociales y culturales diversos.

La segunda conclusión que nos parece relevante es que los derechos humanos se han ido fundamentando a lo largo del tiempo, y por lo tanto, es necesario comprenderlos como un proceso abierto y en tensión. Esto quiere decir que los derechos humanos están en constante fortalecimiento y desarrollo (Etxeberria, 1994), pues al conformarse como un sistema internacional, su estudio se encuentra sujeto a la interpretación y análisis de distintas perspectivas.

Puesto que los derechos humanos se han convertido en un sistema de organización social internacional, se encuentran todo el tiempo en una constante definición, interpretación y desarrollo, por lo que su estudio implica diversas disciplinas y enfoques desde los cuales habrá de construirse una manera de explicarlos, difundirlos y por lo tanto aplicarlos. Según Eduardo Rabossi (1989) existen principalmente tres paradigmas teóricos desde los que se ha abordado el tema de los derechos humanos: el teórico normativista; el sociohistoricista y el fundacionalista. El primero de ellos, se ha concentrado en el estudio del núcleo normativo institucional, por lo que su objetivo y metodología se han concentrado en el aspecto jurídico; el segundo se ha enfocado

en el estudio de “las relaciones de producción y de poder en las que surgen” los derechos humanos; y el tercero se centra en el estudio del origen epistemológico de los derechos humanos (339).

Sin embargo, para Rabossi (1989) ninguna de estas tres aproximaciones agota la amplitud del tema, por lo que el autor propone partir de la existencia de un fenómeno de los derechos humanos, el cual es en sí mismo el objeto teórico de estudio del nuevo paradigma de los derechos humanos.

Desde su perspectiva, el fenómeno de los derechos humanos está comprendido por: un sistema universal de derechos humanos, un organismo internacional de carácter universal, una legislación universal, órganos específicos y procedimientos específicos, la estructura y funcionamiento de cada uno de éstos, organismos internacionales vinculados, sistemas normativos y jurisdiccionales de carácter regional, organizaciones internacionales de carácter no formal, la dinámica de este extenso sistema, la índole de los problemas a los que compete, las diversas causas que se libran en nombre de los derechos humanos, y la infinidad de roles que se desempeñan en esta materia (Rabossi, 1989). De este modo, el objeto teórico al que se refiere el autor toca todos estos ámbitos a la vez, por lo que sugiere que la manera en que habrá de estudiarse deberá concentrarse en espacios particulares de este fenómeno y a través de diversas disciplinas.

“El ámbito de los derechos humanos es prolífico en temas, en normas, en roles, en estructuras internacionales, regionales y nacionales. Pero ese ámbito tan peculiar no es caótico ni circunstancial. Basta introducirse en él para advertir que posee un carácter sistémico y, consiguientemente, una dinámica interna propia, y que su inserción definitiva en las estructuras internacionales y nacionales tradicionales, es un hecho indudable”
(Rabossi, 1989:328).

La propuesta de este autor es la de conformar un paradigma nuevo de los derechos humanos que se construya a través de la práctica científica y académica, y a partir de tres condiciones iniciales: la interdisciplinariedad, la identificación de problemas reales, y la propuesta de soluciones aptas para éstos (1989:341). Esta complejidad, constituye un reto no sólo en el abordaje de sus temas,

sino en la forma en que nos acercamos a éstos, ya que, bajo esta perspectiva, todo el tiempo estaremos abonando al fenómeno de los derechos humanos y por lo tanto constituyéndolos.

Es así que la construcción de un paradigma nuevo de los derechos humanos nos invita a continuar aportando reflexiones al tema. En este sentido, consideramos que el planteamiento que hacemos sobre el derecho humano a comunicar es uno de los espacios que toca el fenómeno de los derechos humanos, ya que, como hemos visto, sus ámbitos de acción no sólo se refieren a los derechos plasmados en la Declaración, sino a la constante reflexión y construcción de mecanismos que mejoren las relaciones humanas.

Hasta aquí hemos definido a los derechos humanos a partir de la problemática que representa su estudio. Ahora nos toca abordar una serie de conceptos bajo los cuales el discurso de los derechos humanos ha sido sustentado. Tal como hemos reflexionado anteriormente, los derechos humanos surgen en un contexto social específico, el cual fomenta al mismo tiempo la construcción de conceptos que pretenden dar opciones y posibles soluciones a las problemáticas de nuestros tiempos. De este modo, los derechos humanos se gestan y fundamentan en la reconfiguración de la propia concepción del sujeto como ser humano, y por lo tanto, de las características que lo constituyen como tal. En este sentido, los derechos humanos se formulan a partir de una serie de atributos que se le reconocen a los sujetos.

1.1.1.1 Los atributos del ser humano

Como hemos mencionado, intentar conceptualizar a los derechos humanos no es sencillo, ya que implica hacer referencia a diversas problemáticas filosóficas, morales y jurídicas, entre otras. Sin embargo, en este apartado retomamos la que tiene que ver con la formulación de atributos del ser humano, pues a través este abordaje los derechos humanos fueron sustentados desde el primer momento de su gestación. Hasta la fecha esta caracterización de los seres humanos continúa vigente, lo cual no impide que existan debates o incluso definiciones que amplían los conceptos que a continuación abordaremos. Sin embargo, en este apartado presentamos brevemente la forma en que la perspectiva de los derechos humanos visualiza a personas, pues es esta concepción la que permite abogar por unos derechos.

Desde la perspectiva de Galvis, los atributos son principios y criterios rectores de la conducta individual, social y política del ser humano, ya que a través de ellos se reconoce como persona y como especie. Para esta autora son principalmente tres atributos los que definen al ser humano: la dignidad, la libertad y la igualdad. Sin embargo, reconoce dos más que se derivan de los tres anteriores: la responsabilidad y la autonomía (2005:44).

La dignidad.

“La dignidad es la percepción de sí mismo como unidad indisoluble del cuerpo y del espíritu que actúa en perfecta coherencia consigo mismo y frente a los demás” (Galvis, 2005: 46). Este atributo es el que permite ver al ser humano como un sujeto completo y complejo, es decir, se le valora en su totalidad como persona. Este valor no equivale a un precio, sino que está conformado por una serie de cualidades que son propias de los seres humanos. De la dignidad se desprenden “los principios rectores de la conducta del ser humano”, que son:

“la honestidad, la equidad, la lealtad, la bondad y el rigor en el manejo de los juicios de valor, el respeto consigo mismo y para con los otros, la equidad para la valoración de las acciones de los otros, la franqueza para pronunciar sus opiniones, el amor, la objetividad, la imparcialidad, el coraje para responder con entereza en todos los momentos en que sea necesario disentir y la responsabilidad para asumir las consecuencias de su acción como autor y actor de su propio destino” (Galvis, 2005:46).

Desde esta perspectiva, la dignidad es un elemento fundador del ser humano y por lo tanto de sus derechos. Del mismo modo, esta dignidad es la que le permite a la persona el respeto de sí mismo.

La igualdad.

La igualdad “es la convicción de la existencia del otro como el interlocutor válido del ser humano, porque en él reconoce la dignidad que percibe en su propio Ser. Esta vivencia es la que hace posible la comprensión de pertenencia a la especie y la certeza de que no está solo con sus atributos porque estos también definen a su interlocutor” (Galvis, 2005:47).

Bajo esta lógica, la igualdad es el reconocimiento de que los seres humanos compartimos unas mismas características que nos hacen formar parte de la comunidad humana. Es decir, la igualdad nos une como especie, pero ello no quiere decir que nos homologue, ya que como individuos podemos ser de diferentes etnias, religiones, culturas, sexos, etc. No obstante, si se considera a las personas en su esencia como iguales, lo anterior no tendría por qué limitar el reconocimiento de los mismos derechos para todos los seres humanos.

La libertad.

Uno de los atributos en los que desde esta perspectiva se fundamentan los derechos humanos, tiene que ver con la libertad, la cual le brinda a las personas “la capacidad para formar su propia naturaleza, darle sentido a su humanidad y a su vida, diseñar sus proyectos y orientar sus deseos” (Galvis, 2005:50). En este sentido, la libertad se refleja en la diversidad, ya que permite a cada persona o comunidad tener independencia en sus opiniones, actividades, actitudes y formas de entender y enfrentar la vida.

De este modo, la libertad:

“Quiere decir desprendimiento de la dependencia, de la sumisión. Libertad es libre determinación de los pueblos. Libertad es decisión propia, movimiento propio, expresión propia, manifestación consciente y espontánea de la propia capacidad de actuar, valorar, imaginar, crear. Libertad es autoridad propia para determinar la vida. Libertad es autoproiedad del Ser en oposición a pertenencia a otro. Libertad es poder ser, poder manifestarse como Ser, como persona, como sujeto de derechos, como autor de sus decisiones” (Galvis, 2005: 48).

Por otro lado, Galvis considera que la libertad tiene como único límite la libertad del otro, y no es que éste sea quien la imponga sino que es la propia libertad la que pone sus límites (2005:49). Es decir, que cuando un sujeto es consciente de que tiene libertad, este mismo determina sus límites y reconoce la libertad de los demás.

La responsabilidad.

La responsabilidad es entendida como “la capacidad de los seres humanos para responder por lo que hacen, dicen y piensan... es el privilegio de los seres humanos de ser reconocidos como autores de sus actos y de sus consecuencias” (Galvis, 2005:50). De este modo, la responsabilidad es una capacidad que debería fungir como guía de las acciones de los sujetos con respecto a los demás.

Desde nuestro punto de vista, la responsabilidad estaría ligada a la libertad, ya que ser responsable implicaría manejar la libertad de manera que beneficie y no perjudique a los demás.

La autonomía.

Finalmente, “la autonomía es la síntesis de los atributos anteriores, es la expresión de la dignidad, la libertad, la igualdad y la responsabilidad como unidad integral propia del Ser” (Galvis, 2005:51). Desde esta perspectiva, a través de la autonomía podemos conducirnos en nuestras relaciones con los demás, por lo que ser autónomo implicaría reconocer las cualidades y defectos propios, controlarlos y dar lo mejor de uno mismo.

Los atributos antes descritos, han conformado parte de las razones que intentan justificar la existencia, y por lo tanto, la exigencia del respeto a los derechos humanos. Estas características intentan dar argumentos que describan al ser humano en su esencia y que configuren un sistema de justicia universal que permita a todas las personas vivir en armonía. Sin embargo, reconocemos que la comprensión de los seres humanos tiene otros espacios, conceptualizaciones, costumbres e ideologías que hacen que se configuren de modos particulares en las distintas partes del mundo. Pero creemos que el haber promovido la existencia de unos derechos humanos ha permitido el análisis de las igualdades y las diferencias humanas en aras de la construcción de un sistema que fortalezca las relaciones humanas.

Por lo anterior, nos parece importante continuar ahora con una breve descripción de las características que hasta el momento se les han reconocido a los derechos humanos, mismas que siguen desarrollándose a partir de nuevos retos que enfrenta la humanidad.

1.1.1.2 Las características normativas de los derechos humanos

Ante la importancia que los derechos han tomado como sistema normativo, diversos estudiosos del tema los han definido a partir de características que permitan hacerlos válidos y vigentes en todo el mundo. Éstas nos permiten definir y comprender la importancia y las repercusiones que tienen los derechos humanos en la vida de los sujetos. Por ello, a continuación hacemos un recuento de tales características con la intención de analizar más adelante, cómo el derecho humano a comunicar puede formularse bajo estos principios.

Una de las primeras condiciones que se le han atribuido a estos derechos es la inherencia al ser humano, es decir, que éstos son ya de por sí derechos con los que se nace:

“todo ser humano, por el hecho de serlo, es titular de derechos fundamentales que la sociedad no puede arrebatarse lícitamente. No dependen de su reconocimiento por el Estado, ni son concesiones suyas, tampoco dependen de la nacionalidad de la persona ni de la cultura a la cual pertenezca” (Nikken, 1994:16).

Esta condición, tiene grandes repercusiones. Por un lado, reconoce que cualquier sujeto es portador de derechos y que no es el Estado quien se los otorga, por lo cual tiene la obligación de respetarlos. Por otro lado, esta característica ha permitido grandes avances en el derecho internacional de los derechos humanos, ya que independientemente de la región, país o lugar donde las personas se encuentren son portadores de estos derechos, y por lo tanto todos los estados tienen la obligación no sólo de respetarlos, sino también de garantizarlos y vigilar su cumplimiento en todo el mundo.

Universalidad.

Esta característica se deriva de la anterior y se refiere al planteamiento que hacíamos sobre el reconocimiento de los derechos humanos independientemente del lugar en que un sujeto se encuentre. Esto quiere decir que “por ser inherentes a la condición humana todas las personas son titulares de los derechos humanos y no pueden invocarse diferencias de regímenes políticos, sociales o culturales como pretexto para ofenderlos o menoscabarlos” (Nikken, 1994:22).

De este modo, las circunstancias políticas, sociales y culturales de un país no deben ser condiciones para que se respeten o no los derechos humanos. Con esta cualidad, se pretende asegurar que todas las personas estén protegidas y que sus derechos sean respetados.

Transnacionalidad.

“Si ellos son inherentes a la persona como tal, no dependen de la nacionalidad de ésta o del territorio donde se encuentre: los porta en sí misma. Si ellos limitan el ejercicio del poder, no puede invocarse la actuación soberana del gobierno para violarlos o impedir su protección internacional” (Nikken, 1994:23).

Derivada de la inherencia, tal como lo plantea el autor, los derechos humanos no aceptan tratos diferenciales según el sistema de gobierno de un país. Por el contrario, los derechos humanos deben respetarse de igual forma en cualquier nación.

Irreversibilidad.

Esta característica hace referencia al reconocimiento de los derechos humanos como tales, pues al haber sido aceptados, éstos no pueden dejar de ser derechos en un futuro, ya que “La dignidad humana no admite relativismos, de modo que sería inconcebible que lo que hoy se reconoce como un atributo inherente a la persona, mañana pudiera dejar de serlo por una decisión gubernamental” (Nikken, 1994:23). De este modo, los derechos humanos están garantizados independientemente de las nuevas circunstancias a las que pudiera enfrentarse la sociedad.

Progresividad.

“Como los derechos humanos son inherentes a la persona y su existencia no depende del reconocimiento de un estado, siempre es posible extender el ámbito de la protección a derechos que anteriormente no gozaban de la misma” (Nikken, 1994:25)

Los derechos humanos no son estáticos, ya que las sociedades tampoco lo son, ambos enfrentan cambios constantemente, por lo cual se considera que los derechos humanos son progresivos. Esto significa que todo el tiempo es necesario cuestionar y reflexionar acerca del alcance que tienen los derechos actuales, pero también se vuelve indispensable analizar los retos que

enfrenten las sociedades, ya que ello nos permite poder formular derechos que abarquen y protejan al ser humano en circunstancias que hasta el momento no se han previsto.

Interdependencia.

“No hay jerarquía en el reconocimiento de los derechos humanos, ni derechos dignos de mejor tratamiento que otros. Todos ellos son fundamento de la existencia y son necesarios para mantener la calidad de vida de todos los seres humanos. La interdependencia garantiza el tratamiento horizontal de todos los derechos; este principio recuerda a los Estados la necesidad de abordar su tratamiento de manera integral y crear las condiciones para la vigencia de todos los derechos haciendo énfasis en su interdependencia” (Galvis, 2005:66).

Bajo esta lógica, los derechos humanos dependen uno de otro, por lo que el Estado debe darles el mismo tratamiento y no atender sólo a unos cuantos, o restarles importancia, pues ello implica la desatención de todos los derechos humanos.

Historicidad

Como habíamos mencionado anteriormente, “los derechos humanos están íntimamente vinculados a la realidad histórica, política y social. Son un producto de la historia de los pueblos y fundamento del Estado de Derecho. Son una conquista de la humanidad” (Ramírez, 2002:3). Por lo tanto, es importante reconocer que los derechos humanos son resultado de la historia de las sociedades del mundo. Por otro lado, también es necesario recordar que la humanidad continúa transformándose y con ello la historia, por lo que los derechos humanos seguirán desarrollándose y probablemente en el futuro se habrán transformado.

Inalienabilidad

La inalienabilidad es la “calidad atribuida a los derechos humanos que los imposibilita de ser enajenados, de manera que no es posible que cambien de titular mediante cualquier acto jurídico entre particulares como compra venta, donación, permuta o cesión” (Ramírez, 2002:3). Esto garantiza que los Estados no tengan la posibilidad de restringir los derechos humanos de nadie u obligar a su renuncia.

Imprescriptibilidad

“Los derechos humanos tienen un carácter permanente, por lo que no pueden desaparecer o dejar de ser reconocidos por el mero transcurso del tiempo” (Ramírez, 2002:3). Por ello, no podemos hablar de una caducidad, por así decirlo, ya que en cuanto un derecho humano es reconocido, este se vuelve permanente.

Indivisibilidad

Esta característica enmarca a los derechos humanos como un todo, es decir, que no se les puede dividir. Se dice que son indivisibles porque se aspira a tener una visión de conjunto que respete todos los derechos humanos y no pretenda sobreponer unos sobre otros, pues ello implicaría restarles importancia. Al mismo tiempo, desde la perspectiva de los derechos humanos cuando se viola un derecho no solamente se afecta a éste sino a varios. De la misma manera, al tener una concepción integral del ser humano no se puede decir que sólo se le agrede a una parte de éste. Por lo tanto, “Todos los derechos humanos son importantes. Ningún derecho es superior a otro. Todos los derechos humanos tienen el mismo rango jerárquico” (Ramírez, 2002:3).

Integralidad

Esta dimensión abarca la visión de los derechos humanos en su conjunto, es decir, como un todo. En este sentido, la integralidad “es la suma de la interdependencia y de la indivisibilidad” (Ramírez, 2002:3).

Un estado o entidad que se diga respetuosa y garante de los derechos humanos tiene que verlos como un fenómeno amplio y complejo, ya que no sólo implica el conocimiento de éstos, sino todo un proyecto de nación que atienda todos los ámbitos que tocan los derechos humanos.

Dinamicidad

Como hemos visto, los derechos humanos no son algo estático, ya que forman parte de la sociedad y están cambiando permanentemente. Por ello, hablamos de dinamicidad, es decir, que los derechos humanos están “en proceso de constante evolución, cambiantes, relativos e históricos” (Ramírez, 2002:3).

Esta dinamicidad es justamente la que nos permite reflexionar sobre la necesidad del reconocimiento de nuevos derechos, ya que al cambiar las condiciones sociales de la humanidad vemos como se requieren de nuevas condiciones e instrumentos jurídicos que permitan a los seres humanos tener una vida digna.

Como podemos observar, estas características son una respuesta a los diferentes momentos en que los seres humanos se han visto vulnerados. Con tales presupuestos se ha intentado establecer un sistema internacional de derechos humanos que evite los sufrimientos de las personas, pues a lo largo de la historia puede observarse cómo, a pesar de la existencia de leyes y normas en los Estados, han persistido actos que provocaron catástrofes humanas. Por ello, la perspectiva de los derechos humanos ha intentado establecer un modelo en el que los derechos de las personas sean garantizados bajo principios que todos los Estados sean capaces de comprender y respetar. Sin embargo, queda claro que el discurso de los derechos humanos continúa construyéndose e intentando mejorar a través de las diversas experiencias sociales y culturales que existen en el mundo. Por ello, para nosotros resulta viable retomar esta perspectiva y formular un derecho a comunicar que se sustente en los principios de los derechos humanos.

1.2 La definición del derecho humano a comunicar

En este apartado pretendemos abordar el concepto del derecho humano a comunicar desde tres ámbitos fundamentales para su comprensión.

En primer lugar, haremos una reflexión sobre la forma en que puede ser explicado como un derecho humano, para lo cual retomaremos algunos de los aspectos que hemos descrito en el apartado anterior.

En segundo lugar, haremos un recuento sobre los acontecimientos que han destacado el desarrollo del derecho a comunicar en los distintos espacios políticos y académicos.

En tercer lugar, retomaremos las reflexiones conceptuales que se han hecho sobre el derecho a comunicar para acercarnos a una comprensión de éste y sus posibles implicaciones.

1.2.1 La fundamentación del derecho humano a comunicar desde la perspectiva de los derechos humanos.

Como veremos más adelante, el derecho humano a comunicar se ha debatido en espacios internacionales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y la Organización Internacional de Telecomunicaciones (OIT) con la intención de ser comprendido y reconocido como un derecho universal. Sin embargo, estos debates no han redundado en su reconocimiento explícito, debido a la diferencia de opiniones que prevalecen con respecto a su alcance.

No obstante, no podemos olvidar que la comunicación es parte del ser humano, y por lo tanto, de su desarrollo social y cultural. Desde la perspectiva de Michael Traber, las personas nos concebimos a nosotras mismas como individuos, pero al mismo tiempo somos seres sociales, ya que dependemos de los otros para reconocernos. Llevamos a cabo este reconocimiento a través del lenguaje (capacidad única de los seres humanos), el cual es nuestro hábitat social y cultural, así como la fuente de empoderamiento individual y social. “La comunicación es, por tanto, una necesidad humana esencial y una necesidad social fundamental” (1999)¹.

Desde este punto de vista, podemos reconocer que la comunicación forma parte de nuestra vida cotidiana y de la forma en cómo conformamos nuestras dinámicas sociales. “En esencia, comunicar se refiere al proceso de compartir, poner en común o crear comunidad” (Hamelink 2003:155). Sin embargo, desde nuestro punto de vista, la posibilidad de comunicarse está ligada a varios de los principios básicos de los derechos humanos.

Uno de dichos postulados es el de la libertad. Ésta se encuentra vinculada estrechamente al lenguaje, ya que de qué nos sirve éste si no podemos conversar libremente (Traber, 1999). Por ejemplo, actualmente algunas formas de represión las encontramos en las pocas posibilidades que

¹

http://archive.waccglobal.org/wacc/programmes/recognising_and_building_communication_rights/communication_is_inscribed_in_human_nature Recuperado el 28 de septiembre de 2010.

tienen los ciudadanos de expresarse o acceder a los medios para dar sus puntos de vista, o el restringido acceso a Internet (Lee, 2004)².

“La libertad hace que todas las acciones específicamente humanas sean posibles, incluidas las comunicaciones...El fundamento de la libertad es llegar a ser verdaderamente humano y humanitario... Sólo en el encuentro libre con los otros puede la libertad ser experimentada” (Traber, 1997 en Traber 2004).

De este modo, la libertad permite a los sujetos formarse como seres humanos y diseñar su vida. Por ello, la libertad no puede darse sin la posibilidad de comunicarse, pues entendemos que comunicar es poner en común, expresarse, hablar, escribir, actuar y pensar.

Si continuamos con la reflexión acerca del significado profundo que tiene la comunicación, llegamos a otro principio básico de los derechos humanos, el de la igualdad. La igualdad habla de un reconocimiento del otro, del mismo modo en que nos vemos a nosotros mismos. Por ello, como bien lo aclara Traber “no podemos comunicarnos con otros cuando los consideramos inferiores” (1999).

Tal como habíamos planteado, la igualdad implica reconocer que compartimos la misma esencia humana y que por lo tanto, somos poseedores de los mismos derechos. No obstante, también hemos aclarado que esto no nos homologa.

“La igualdad como un concepto filosófico es incondicional, pero no niega la realidad de identidades específicas, creencias o intereses preferenciales. La igualdad no significa homogeneidad o uniformidad. No contradice las funciones especiales que las sociedades confieren a particulares o grupos” (Traber, 1999).

Desde este punto de vista, se concibe que la comunicación es necesaria para poder mostrar nuestras diferencias y comprender las de los demás, y que este proceso, como bien hemos mencionado, sólo puede llevarse a cabo cuando nos vemos como iguales. Por lo tanto, el poder

2

http://archive.waccglobal.org/wacc/programmes/recognising_and_building_communication_rights/the_right_to_communicate_affirms_and_restores_human_dignity Recuperado el 22 de noviembre de 2009.

comunicarse sería entonces una condición básica y necesaria para comprendernos como seres humanos y, en consecuencia, para alcanzar la igualdad.

Por otro lado, también hemos mencionado la dignidad, la responsabilidad y la autonomía como atributos fundamentales y formadores del ser humanos y sus derechos. Desde nuestro punto de vista, estos tres se encuentran ligados estrechamente entre sí y vinculados con la comunicación tanto desde ella y para ésta. Brevemente recordaremos que la dignidad se entiende como aquella característica que permite ver a los sujetos en su totalidad y complejidad; que la responsabilidad se refleja en el uso de nuestra libertad con base en el respeto a los otros; y que la autonomía es la expresión de todas estas características, al permitirnos reconocernos a nosotros mismos a partir de los demás. También hemos dicho que la comunicación forma parte esencial y necesaria en la vida de las personas. Por lo tanto, creemos que la dignidad, la responsabilidad y la autonomía se configuran a partir de, entre otras cosas, la comunicación. Al mismo tiempo, ésta nos ayuda a comprender, reconocer y respetar a los demás como personas íntegras y completas.

Otras de las herramientas que pueden ayudarnos a justificar la existencia de un derecho humano a comunicar, son las características de los derechos humanos. En la descripción que hemos hecho en el apartado anterior, podemos ver cómo éstas son el resultado de la reflexión de acontecimientos políticos, sociales e históricos y cómo es que aspiran a dotar a los derechos humanos del reconocimiento de todos los Estados del mundo. Por ello, retomaremos aquellas características que consideramos nos permiten debatir sobre la posibilidad de un derecho a comunicar.

Uno de los cuestionamientos a los que se ha enfrentado el reconocimiento de este derecho es el considerar que ya está abordado en varios espacios de los instrumentos de derechos humanos actuales, y que por lo tanto, explicitar un derecho humano a comunicar sería repetirlo o negar otros derechos existentes. Sin embargo, si vemos a los derechos humanos de manera *integral, interdependiente e indivisible* no podemos categorizar rigurosamente a un derecho, ni tampoco lo podemos negar. Por ejemplo, el derecho a la educación es un derecho plenamente reconocido pero no por ello aislado de todos los demás. De este modo, un derecho humano a comunicar no puede ser negado por el simple hecho de considerar que varios de los ámbitos que toca, ya están comprendidos en otros espacios.

Por otro lado, si consideramos que los derechos humanos son *progresivos y dinámicos*, hablamos de que éstos evolucionan o avanzan según las necesidades y condiciones sociales e históricas de cada momento; no podemos negar la realidad que nos plantean los cambios culturales, sociales, económicos y políticos de nuestra época, muchos de los cuales se originan en el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación. En este sentido, al hablar de transformaciones en los distintos ámbitos de la sociedad, hablamos también de repercusiones en las interacciones humanas, que nos plantean nuevos cuestionamientos acerca de la forma en que concebimos los derechos humanos.

Por tal motivo, no nos parece descabellado pensar en un derecho humano a comunicar reconocido explícita y transversalmente, porque la realidad nos muestra que la posibilidad de comunicarnos no sólo nos transforma socialmente, sino que nos hace mejores seres humanos, ya que, a través de la comunicación, podemos comprender mucho mejor las realidades de otros. De este modo, no hablamos de un derecho a comunicar sólo a partir de las tecnologías, sino de las herramientas humanas que nos brinda.

En este sentido, debemos entender el derecho humano a comunicar tal como se mira al conjunto de derechos humanos, como inherentes a los sujetos. Como ya hemos dicho anteriormente, los seres humanos nacemos con la necesidad de vivir en comunicación y, por lo tanto, ésta es elemental para el desarrollo de nuestras comunidades, tal como lo menciona Cees J. Hamelink:

“La esencia de este derecho estaría basada en la observación de que la comunicación es un proceso fundamental, una necesidad humana básica y la fundación de toda organización social. El derecho a comunicar debería constituir el núcleo de cualquier sistema democrático” (2003:156).

A partir de estos argumentos, entendemos al derecho humano a comunicar como un derecho inherente y necesario para los seres humanos, que nos brinde la libertad de comunicarnos desde cualquier ámbito (físico o tecnológico). De este modo, consideramos que el sentido de este derecho permea todas las esferas del ser humano: individual, social, cultural, regional, nacional e internacional.

1.2.2 Antecedentes del derecho humano a comunicar.

En este apartado haremos un recuento de aquellos acontecimientos significativos que han marcado el desarrollo conceptual y político del derecho humano a comunicar. Hemos mencionado que este derecho no tiene un reconocimiento jurídico, pero ha habido varias ocasiones en las que se han abordado tanto su conceptualización, como su comprensión y alcances.

Para comenzar a desglosar los antecedentes de este derecho, retomaré la reflexión que Antonio Pasquali (2009) hace sobre los documentos históricos que en su momento reconocieron derechos a los ciudadanos. Pasquali hace una remembranza de cómo se ha abordado el tema de la comunicación en las diferentes declaraciones de derechos.

*“El Bill of Rights inglés, de 1689, sólo menciona la **freedom of speech in Parliament** [libertad de expresión en el Parlamento]; el Virginia Bill of Rights de 1776, considerado el primer instrumento moderno de derechos humanos, se limita a mencionar la **freedom of the press, one of the great bulwarks of liberty...**[libertad de prensa, uno de los grandes baluartes de la libertad], el Massachusetts Bill of Rights de 1780, sentencia que **the liberty of the press is essential to the security of freedom...** [la libertad de prensa es esencial para la seguridad de la libertad]; el subsiguiente Bill of Rights norteamericano de 1791, o sea las Enmiendas a la Constitución de 1787, habla volterianamente en su célebre Primera Enmienda de **no law...adbriging the freedom of speech, or of the press...**[no ley...que prohíba la libertad de expresión o de prensa] , mientras que la bolivariana Constitución de Angostura de 1819 se refiere a **la libertad de opinión y de expresión**, adelantándose 129 años al Art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 que también enuncia entre los derechos fundamentales del hombre **la libertad de opinión y de expresión** pero añadiendo modernos integrantes estructuralmente inherentes a dicha libertad”³.*

³ Ponencia presentada en la plenaria Perspectives on Human Rights and Research in Latin America de la Conferencia anual de la IAMCR 2009.

Sin embargo, desde su perspectiva, la libertad de expresión es un concepto que ha quedado rebasado, no porque sea ejercido totalmente, sino porque ya no es suficiente para referirse a todas las posibilidades de comunicación que actualmente podríamos tener.

En este sentido, destaca la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano de 1789, la cual menciona en su artículo 11:

“La libre comunicación de pensamientos y de opiniones es uno de los derechos más preciosos del hombre; en consecuencia, todo ciudadano puede hablar, escribir e imprimir libremente salvo la responsabilidad que el abuso de de esta libertad produzca en los casos determinados por la ley”.

Al hacer mención de este artículo, Pasquali destaca dos aspectos: en primer lugar, el hecho de que se refiera a un concepto más amplio que es el de *la libre comunicación*, ya que en éste cabe no sólo la libertad de expresión, sino otro conjunto de derechos; en segundo lugar, resalta el que se contemplen las posibilidades de “investigar, recibir y difundir ideas por cualquier medio de difusión” (2009).

A pesar de que la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 no expresa directamente el derecho a comunicar, sí podemos decir que el artículo 19 de ésta es un claro precursor de tal derecho. En éste, se expresa la libertad de opinión y de expresión, y de investigar y recibir información sin limitaciones de fronteras a través de cualquier medio de expresión.

Sin embargo, ante el desarrollo constante de las tecnologías y los cambios sociales que se presentan, Jean d’Arcy pone a discusión la posibilidad de que exista un derecho más amplio.

La propuesta de d’Arcy surge en un contexto en el que el lanzamiento de los satélites estaba permitiendo la difusión de diversos contenidos a varias partes del mundo. Dicho desarrollo tecnológico no se llevaba a cabo del mismo modo en todos los países, por lo que en la Asamblea General de la Organización de Naciones Unidas de 1961 se resolvió que “la comunicación por medio de satélites debe estar disponible para todas las naciones del mundo, tan pronto como sea

posible sobre una base global y no discriminatoria” (Hamelink, 1994 en Hamelink y Hoffmann, 2010:77).

Ante este panorama, Jean d’Arcy vincula las implicaciones que tiene el desarrollo tecnológico con la cultura de los sujetos, y por lo tanto con sus derechos humanos, por lo que expresa la necesidad de un derecho a comunicar. (McIver y Birdsall, 2002:9)⁴.

Es así que en 1969 Jean d’Arcy publica el artículo titulado “Direct Broadcast Satellites and the Right to Communicate”, (Satélites de radiodifusión directa y el derecho a comunicar) en el que menciona la necesidad de proclamar un derecho humano a comunicar.

A partir de ese momento se comienza a debatir el concepto de derecho a comunicar, ya que es un término complejo, no acabado y con una serie de implicaciones que han dado pie a constantes análisis.

A mediados de los setentas la discusión sobre el tema se llevo a cabo intensamente en el Instituto Internacional de Comunicación, dónde en la Conferencia de México de 1974, se formó el Grupo del Derecho a Comunicar, el cual fue coordinado por Jean d’Arcy y en el que fungió como secretario L.S. Harms. La secretaría se localizó en la Universidad de Hawái de Manoa (Winter y Wedemeyer, 2010: 46). De este grupo de trabajo se derivaron varias publicaciones que abordaban el tema, entre ellas se destacan *Rigth to Communicate: Collected Papers* y *Envolving Perspective on the Right to Communicate*, ambos de 1977 (Fisher, 1984).

En esta misma década, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco, atrajo el tema. Sin embargo, el contexto bajo el que se llevaron a cabo dichas discusiones fue durante el proceso de descolonización, en el que se formó la alianza denominada de los Países No Alineados (Hamelink y Hoffmann, 2010). Éstos comenzaron a discutir sobre los medios de comunicación, la cultura, el impacto de éstos y las desigualdades que observaban entre ellos y los países de Occidente, por lo que propusieron la formación de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (Alegre y O’Sioucrú, 2005)⁵.

⁴ <http://www.cs.duke.edu/courses/spring05/cps182s/readings/Mclver-Birdsall.pdf> Recuperado en enero de 2009.

⁵ <http://vecam.org/article671.html> Recuperado el 20 de octubre de 2009.

Anteriormente, la Unesco había conformado en 1971 un Panel Internacional de Asesores en Investigación de la Comunicación, el cual se enfocaba en discutir las políticas de comunicación a nivel internacional (Romo, 1987:14). Sin embargo, fue en 1974 cuando la Unesco hizo un llamado para formular una definición de un derecho humano a comunicar. A partir de entonces la División del Libre Flujo de Información y Comunicación de la Unesco auspició una serie de reuniones que llevó a cabo junto con el Instituto Internacional de Comunicación; éstas se desarrollaron en Estocolmo en 1978, Manila en 1979, Londres y Ottawa en 1980, Estrasburgo en 1981, y Bucarest en 1982 (Movius, 2008: 4)⁶.

Otro acontecimiento importante se dio en 1978 cuando en la XX Asamblea General de la Unesco en París se aprobó la *Declaración Sobre los Principios Fundamentales Relativos a la Contribución de los Medios de Comunicación de Masas al Fortalecimiento de la Paz y la Comprensión Internacional a la Promoción de los Derechos Humanos y a la Lucha Contra el Racismo, el Apartheid y la Incitación a la guerra*. (Romo, 1987:15)⁷ en la cual se resalta la importancia de la libertad de expresión, el acceso a la información que toda persona debe tener, y la responsabilidad de los medios con los ciudadanos.

Ante los intensos debates que se llevaron a cabo entre los Países No Alineados y los Estados Unidos, el Reino Unido y otros países, en la XIX Asamblea General de la Unesco de 1976 se propuso la creación de una Comisión Internacional Para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, presidida por Sean Mac Bride (Alegre y O'Siochru, 2005).

Los resultados de la investigación de esta Comisión se presentaron en el documento titulado *Un solo mundo, voces múltiples*, en la XXI Asamblea General de la Unesco en 1980 (Mac Bride, et. al. 1993:9). Este documento es sin duda uno de los textos más representativos del derecho a comunicar, ya que en éste se establecen los problemas a los que se enfrenta la comunicación en el mundo y cómo es posible llegar a consolidar este derecho.

⁶<http://www.centreforcommunicationrights.org/images/stories/database/debate/movis-gmj-2008.pdf> Recuperado en noviembre de 2009.

⁷http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM198130-31_41-55.pdf Recuperado el 1 de septiembre de 2010

Sin embargo, a pesar de los datos contundentes que presentaba el Informe Mac Bride, los debates sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación en el seno de la Unesco y los esfuerzos de diversos impulsores de un derecho humano a comunicar, no se pudo consolidar el reconocimiento de éste. En 1984 Estados Unidos, el Reino Unido y Singapur se retiraron de la Unesco debido a las grandes diferencias ideológicas que tenían con los Países No Alineados (Lee, 2004 en Hamelink y Hoffmann, 2010).

De este modo, la Unesco terminó por abandonar los esfuerzos para reconocer un derecho a comunicar. En este sentido, puede decirse que el derecho a comunicar fue víctima de la lucha ideológica y del poder político de los países del norte y sur, y este y oeste (McIver y Birdsall, 2002:13).

A partir de ese momento, el debate sobre el derecho humano a comunicar comenzó a moverse hacia otro espacio social. En 1989 se conformó el grupo de trabajo de la *Mesa redonda Mac Bride*, el cual llevó a cabo diversas reuniones anuales hasta 1999. Al comienzo de las discusiones se abordaron los principios sobre los cuales debía conformarse el Nuevo Orden de la Información y la Comunicación. Sin embargo, conforme fueron avanzando las reuniones la discusión se fue modificando. (Movius, 2008:8).

1.2.2.1 Los debates se trasladan a la sociedad civil

Durante la década de los noventa, diversas organizaciones cuestionaron de manera independiente el papel de los medios de comunicación, el acceso a éstos por parte de los ciudadanos y las problemáticas de la comunicación en general (Alegre y O'Siochru, 2005). La gran mayoría de estas organizaciones eran ajenas al debate que se había gestado dentro de la Unesco. Sin embargo, éstas fueron incorporándose a las discusiones de la Mesa redonda MacBride, por lo que el debate se trasladó a la sociedad civil. Un ejemplo de esto es que para la segunda reunión de la mesa redonda en 1990, no hubo participación de algún actor gubernamental (Movius, 2008:8).

La participación de las organizaciones en la lucha por el reconocimiento de derechos de los ciudadanos es muy diversa. En el ámbito de la comunicación, numerosas organizaciones se pronunciaron por la defensa de una variedad de causas. Así, podemos observar organizaciones

que pugnaban por “el acceso a los medios, la ayuda a los medios independientes, la participación en la políticas reguladoras de los medios, la concentración de la propiedad de los medios, la censura comercial, la vigilancia en Internet, el exceso de derechos de autor o patentes”, entre otras. (Alegre y O’Siochru, 2005).

De este modo, se gestó un movimiento de organizaciones independientes que cuestionaban el ordenamiento internacional en materia de comunicación. Para conjuntar sus esfuerzos, dichas organizaciones se fusionaron y llevaron a cabo dos iniciativas importantes: la *Carta de la Comunicación de los Pueblos* y la *Plataforma para la Democratización de las Comunicaciones* en 1996. Es así que emergen los derechos de la comunicación como “una de las dinámicas más grandes subyacentes a la diversidad de grupos e intereses” (Movius, 2008:9).

A partir de las coaliciones de estas organizaciones se llevaron a cabo diversas reuniones que les permitían intercambiar y unificar ideas. De este modo, se fue conformando una “nueva comunidad...basada en la sociedad civil”, que más tarde unió a muchos de los grupos de este movimiento en la *Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información*, (CRIS, por sus siglas en inglés) la cual inicio en octubre de 2001 (Alegre y O’Siochru, 2005: 3).

Esta campaña se lanzó como respuesta al anuncio que dio la Unión Internacional de Telecomunicaciones acerca de la realización de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (WSIS por sus siglas en inglés) (Movius, 2008:10). En el mismo año (2001) la propuesta de la Cumbre fue aprobada por la Organización de Naciones Unidas en su LVI asamblea general y se establecieron dos etapas: la primera a realizarse del 10 al 12 de diciembre de 2003 en Ginebra, y la segunda en el 2005 en Túnez (Resolución de la Asamblea General de la ONU número 56/183, 2001).

Otro suceso importante durante el 2001 fue la reactivación del Grupo del Derecho a Comunicar, ya que éste había estado inactivo desde la muerte de Jean d’Arcy en 1983. Su reactivación se plasmó con el lanzamiento del sitio electrónico www.righttocommunicate.org en el cual se visibilizan los cuatro principales objetivos del grupo: describir y definir el derecho humano a comunicar; recolectar, organizar y expandir la literatura sobre el derecho a comunicar; facilitar

actividades sobre el derecho a comunicar en la investigación y la educación; y promover el derecho a comunicar para todas las personas (Winter y Wedemeyer, 2010:64).

A pesar de que estas dos iniciativas se gestan en espacios diferentes, la primera desde la sociedad civil y la segunda de un grupo de académicos que impulsan el debate teórico. Estas dos propuestas se complementan, ya que diversos académicos respaldan la campaña CRIS y viceversa.

Por otro lado, la campaña CRIS se enfoca más en la lucha por el cumplimiento de los derechos de la comunicación, los cuales son entendidos como todos aquellos derechos humanos que ya están reconocidos y que se vinculan con el ámbito de la comunicación. En cambio, el derecho a comunicar es entendido como un derecho humano que debe ser explícito, aunque no por ello se le desvincula de todos los otros derechos que lo componen (Alegre y O'Siochru, 2005:4). En el espacio del Grupo del Derecho a Comunicar éste es su principal objeto de estudio.

Sobre esta diferencia ahondaremos más en el apartado dedicado a la comprensión y conceptualización del derecho humano a comunicar, por el momento sólo hacemos la precisión debido al desarrollo histórico al que estamos aludiendo.

Lo anterior no quiere decir que la Campaña CRIS no impulsa el reconocimiento de un derecho humano a comunicar, por el contrario, también se encuentra vinculada al Grupo del Derecho a Comunicar y su objetivo. Prueba de ello fueron las reuniones que se llevaron a cabo en la Cumbre Internacional sobre la Sociedad de la Información. Durante la conferencia preparativa de la Cumbre en febrero de 2003 en Ginebra hubo intensos debates, ya que la idea de reconocer un derecho humano a comunicar tomó relevancia ante el desarrollo de tecnologías interactivas y la expansión de redes sociales (Hamelink y Hoffmann, 2010:85).

Bajo este contexto, la sociedad civil propuso un proyecto de declaración sobre un derecho a comunicar. Sin embargo, la asociación World Press Freedom Committee protestó diciendo que el derecho a comunicar serviría como una mordaza para los medios de comunicación. Esta oposición tenía su inspiración en el debate de los setentas (Hamelink y Hoffmann, 2010:85).

Este proyecto recibió fuertes ataques, por lo que la campaña CRIS decidió dejar a un lado, temporalmente, el derecho a comunicar y se concentró en impulsar los derechos de la comunicación. En diciembre de 2003, durante la Cumbre Mundial, la campaña CRIS presentó una Declaración sobre los Derechos de la Comunicación, respaldada por diversas organizaciones. Sin embargo, no hay ninguna referencia de ésta en la declaración final de la Cumbre (Hamelink y Hoffmann, 2010:85).

Como resultado de la primera fase de la Cumbre se originó la *Declaración de Principios de Ginebra* y el *Plan de Acción de Ginebra*. De la segunda fase se generaron *Los compromisos de Túnez* y *La Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información*. Sin embargo, los acuerdos no fueron los esperados por la sociedad civil y académicos interesados en el tema, ya que la Cumbre privilegió los aspectos tecnológicos sobre los humanos y se enfocó en los aspectos económicos, dejando de lado los procesos de comunicación. Al mismo tiempo, le hizo falta contextualizar los problemas que ocasiona la brecha digital en sus dimensiones culturales y sociopolíticas (Cunningham, 2005 en Hamelink y Hoffmann, 2010:85), por lo que en sus resoluciones finales se dejan inconclusos muchos temas.

Actualmente, el derecho humano a comunicar se aborda desde distintos espacios académicos. Un ejemplo de ello fue la Conferencia Anual de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social que se llevó a cabo en México en el 2009, la cual tuvo como tema principal *Derechos humanos y comunicación*. Otro espacio que habíamos mencionado anteriormente y que continúa conjuntando esfuerzos para contribuir a la discusión y análisis del tema es el Grupo del Derecho a Comunicar.

Por otro lado, diversas organizaciones mantienen sus esfuerzos en la lucha por los derechos de las personas en distintos temas que competen al derecho humano a comunicar, ejemplo de éstas son: la Campaña CRIS, la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, Reporteros Sin Fronteras, entre muchas más.

1.2.3 Un acercamiento al concepto del derecho humano a comunicar

Tal como hemos observado a lo largo de este capítulo, la forma de acercarse al derecho humano a comunicar se ha llevado a cabo desde diversas perspectivas y con distintos matices.

Según Hamelink y Hoffmann (2010), hay dos formas primordialmente, a través de las que se ha abordado el tema: una de ellas, es reflexionando sobre cómo la necesidad de comunicarse está arraigada en la naturaleza humana y la importancia que ésta tiene para su propia existencia; la otra, se basa también en la necesidad de comunicarse, pero se enfoca en los desarrollos tecnológicos y los cambios que éstos han provocado, por lo que hace énfasis en el reconocimiento de nuevos derechos que abarquen tales circunstancias. Estas dos formas de aproximarse hacen hincapié en aspectos distintos, pero no por ello, lejanos uno del otro. Por el contrario, desde nuestro punto de vista se complementan.

Como ya lo hemos mencionado, la reflexión profunda que se hace sobre un derecho a comunicar, desde la perspectiva de los derechos humanos, toca espacios fundamentales del sujeto y de su organización en comunidad. Por el otro lado, el análisis de las condiciones actuales del mundo, ocasionadas por los desarrollos tecnológicos son innegables, y por lo tanto, necesarias de incorporar a las discusiones sobre las dinámicas de la vida contemporánea.

De tal suerte, hemos visto cómo Jean d'Arcy (1969) fue quien vislumbró la necesidad de reconocer un derecho más amplio, que los existentes en el derecho internacional. Este pensador observó claramente cómo las tecnologías comenzaban a cambiar las dinámicas de interacción entre las personas, por lo que destacó la demanda de un derecho humano a comunicar.

En este sentido, no podemos decir que la necesidad intrínseca del ser humano de comunicarse no existiera antes del desarrollo tecnológico, sino que son los propios desarrollos humanos y las condiciones históricas las que van marcando los temas de debate y los nuevos instrumentos de convivencia. Es por esta razón que, aunque la comunicación no tiene que ver solamente con los medios y las tecnologías de la información y la comunicación, es justo en su periodo de desarrollo cuando se comienza a debatir la necesidad de un derecho humano a comunicar.

En el apartado anterior, hemos abordado los acontecimientos que han marcado la discusión sobre el derecho humano a comunicar, por lo que ahora nos concentraremos en las reflexiones conceptuales que han intentado aproximarse a su definición. Cabe aclarar que todos los acercamientos que se han realizado con respecto al tema no definen por completo el derecho humano a comunicar, sino que aportan elementos para su comprensión, y aspiran a una futura definición del concepto.

1.2.3.1 Nociones del derecho humano a comunicar

Una de las primeras aclaraciones conceptuales que abordamos, tiene que ver con el consenso al que se ha llegado entre los estudiosos del tema sobre la forma de nombrar el derecho al que aquí nos referiremos. Se ha acordado que este derecho debe ser llamado como el *derecho a comunicar* y no como el *derecho a la comunicación*, ya que uno de los aspectos que busca reivindicar, y por lo tanto, en el que se basa este derecho, es destacar la actividad de las personas. Esto significa ver el proceso comunicativo como activo, y no como pasivo (Cocca en Fisher, 2002)⁸. Por lo tanto, veremos cómo a lo largo de los textos en los que nos hemos basado el concepto acuñado es el del derecho a comunicar.

Ahora bien, han existido diversas formas por medio de las cuales se ha intentado abordar al derecho humano a comunicar, ya sea a través del concepto general o de los ámbitos que toca este derecho. Ante esta complejidad, L. S. Harms (2002)⁹ nos propone describir a este derecho como uno que comprende tres niveles o capas de explicación. La primera de ellas, se refiere al abordaje conceptual del derecho humano a comunicar como un derecho *fundamental*, de tal modo, que éste es entendido como una necesidad de los seres humanos y como condición para la existencia de otros derechos. La segunda, hace alusión a un *marco inclusivo*, en el cual se abordan una serie de derechos específicos que comprende el derecho humano a comunicar; Harms los divide en tres ámbitos: derechos de asociación, derechos de información, y derechos globales. La tercera, es la comprensión del derecho humano a comunicar como un derecho *integral* o *extenso* que conjunta las dos capas anteriores.

⁸ <http://www.righttocommunicate.org/viewReference.atm?id=10> Recuperado el 30 de noviembre de 2009.

⁹ <http://www.righttocommunicate.org/viewReference.atm?id=35> Recuperado en noviembre de 2009.

De este modo, Harms no se propone definir el derecho humano a comunicar, sino que nos invita a comprenderlo desde distintos niveles de análisis, y entender que este derecho se conforma por todos estos ámbitos. Por lo tanto, retomamos la propuesta de este autor para intentar explicar la complejidad del derecho humano a comunicar, por lo que a continuación rescatamos las propuestas de distintos autores y las desagregamos en estos tres niveles, ya que sus estudios trastocan todos los ámbitos de análisis que nos propone Harms.

a) El derecho humano a comunicar en su nivel fundamental.

Para comenzar, retomaremos las premisas del precursor de este derecho, Jean d'Arcy, quien pensaba que el derecho humano a comunicar debía basarse en la concepción de que la comunicación tiene que ser:

“horizontal, interactiva, un proceso de dar-y-recibir, un tejido a nivel de las villas, los distritos y los vecindarios, entre tribus y comunidades, una telaraña humana de relaciones sociales en donde las personas y los grupos vivan y participen en la posesión total de su propia identidad individual” (d'Arcy, 1982 en Dakroury, 2010:30).

Como podemos ver, la forma en que concibe d'Arcy a la comunicación pone énfasis en las relaciones humanas cotidianas y de organización social, y lo hace justamente, como hemos acotado antes, al observar cómo los sistemas de comunicación del mundo podrían permitir nuevas posibilidades de interacción humana local, regional e internacional.

Ante esta realidad, d'Arcy reconocía que había que ajustar a las nuevas condiciones sociales los instrumentos internacionales, para conseguir que éstos permitieran el desarrollo humano y dotaran a los sujetos de herramientas que repercutieran en una comunidad humana más comprensiva.

“Llegará el momento en que la Declaración Universal de Derechos Humanos tenga que acompañar un derecho más extensivo que el del hombre [sic] a la información, establecido hace 21 años en el Artículo 19. Se trata del derecho del hombre a comunicar.

Este es el ángulo desde el cual el futuro desarrollo de las comunicaciones deberá ser considerado si quiere ser plenamente entendido” (d’Arcy 1969 en Ó Siochru, 2005:17).

En este sentido, las primeras aportaciones del autor giran en torno a debatir sobre la necesidad y los alcances que debería tener un derecho humano a comunicar, ya que comenzaba a vislumbrarse que sus ámbitos de acción serían de gran debate y extensión.

“El derecho humano a comunicar es todavía un concepto incipiente, un concepto del futuro, todavía en construcción. Enunciado por primera vez en 1969, éste fue formulado esencialmente en términos con miras al futuro como una posible línea de investigación...Este derecho potencial o futuro no ha recibido todavía su forma ni su contenido real”. (d’Arcy, 1982 en Dakroury, 2010:28)

Las preocupaciones de este autor fueron compartidas por muchas otras personas, por lo que tras las discusiones académicas y políticas que hemos relatado en el apartado anterior, se conformó la Comisión Mc Bride, cuyo aporte es otra fuente fundamental en la construcción y comprensión del derecho humano a comunicar. Una de las aproximaciones conceptuales más abarcadoras del pensamiento de diversos pensadores la encontramos en el documento generado por esta comisión, *Un solo mundo, Voces múltiples* de 1980.

En éste se comienza reconociendo que la comunicación:

“se encuentra en la base de toda interrelación social. Donde quiera que los hombres [sic] han llegado a establecer relaciones regulares entre sí, la naturaleza de los sistemas de comunicación creados entre ellos, las formas que asumen tales sistemas y la medida de su eficacia han determinado en gran parte las probabilidades de acercamiento o unificación de las comunidades, así como las perspectivas de la reducción de las tensiones o el arreglo de los conflictos que surjan” (Mac Bride, et. al. 1993:11).

Como observamos, en esta cita se recupera uno de los aspectos que intenta fundamentar el derecho humano a comunicar, y que es el hecho de que la comunicación es una de las bases de la

organización social (Hamelink, 2003). Por otro lado, también destaca el papel que tiene la comunicación como elemento unificador y conciliador.

Ante la tarea que la Comisión Mac Bride tuvo, presentó sus conclusiones con la intención de establecer nuevas reglas que permitieran el libre flujo de comunicaciones en el mundo, en aras de una mejor convivencia humana. Por ello, parte de sus aportaciones apuntaban a la consolidación de un nuevo orden mundial en materia de comunicación. En este sentido, sus aspiraciones se vislumbraban a través de un derecho humano a comunicar que permitiera interacciones entre la diversidad de personas y comunidades del mundo.

“cada pueblo deberá poder aprender de los demás, al mismo tiempo que les trasmite su propio entendimiento de su condición y su visión de las cuestiones mundiales. La humanidad habrá dado entonces un paso decisivo por el camino de la libertad, la democracia y la hermandad” (Mac Bride, et. al. 1993:16).

De este modo, el derecho humano a comunicar se ve también como “condición para el ejercicio de otros derechos humanos” (Harms, 2002); necesario para cualquier sistema democrático (Hamelink, 2003); y como un derecho que permite alcanzar uno de los principios básicos de los derechos humanos, el de la libertad (Traber, 1999).

En este sentido, debemos entender “que la raíz del derecho humano a comunicar se encuentra en los argumentos de la dignidad humana” (Hamelink y Hoffmann, 2010:82) ya que la principal intención de este derecho es el reconocimiento del otro. Al mismo tiempo, el derecho humano a comunicar aspira a sentar las bases para poder comprendernos como sujetos que comparten características, pero que también tienen diferencias.

“El derecho a comunicar afirma la posibilidad de hacer valer un diferente punto de vista, de reclamar una historia individual o comunal diferente, de articular distintas identidades con la única condición de que nadie sufra como consecuencia” (Lee, 2004).

Este derecho, pretende promover la discusión de ideas y que sea a través de ésta que se construyan sociedades que no excluyan a los sujetos por sus distintas formas de ser y de pensar.

Por lo tanto, la propuesta del derecho humano a comunicar toca de fondo diversos ámbitos de las sociedades, y tiene como fin último que éstas convivan en armonía.

“El derecho a comunicar no es principalmente un derecho de comunicación, sino un derecho social y cultural que demanda que las sociedades acepten la realidad de las diferencias humanas. Un derecho a comunicar propone que las sociedades aprendan a vivir con la “provocación permanente” de vivir con otros que existen en universos de los que difieren enormemente. Las Sociedades maduras tienen acuerdos “agonísticos” lo cual significa que la gente está siempre en disputa acerca de la calidad, el propósito, y la dirección de su coexistencia. Solamente la completa aceptación de esta realidad crea el ambiente social en el cual un derecho a comunicar es una proposición sensata” (Hamelink y Hoffman, 2010:95).

De este modo, el derecho humano a comunicar le apuesta al reconocimiento explícito de que todos los seres humanos del mundo, sin distinción alguna, tienen el derecho de comunicarse en todos los espacios de su vida, y a través de cualquier forma o medio de expresión. En efecto, este derecho se promueve a partir de los desarrollos tecnológicos actuales. Sin embargo, consideramos que el derecho humano a comunicar surge de la necesidad de darle “voz a quienes de otro modo no serían escuchados” (Hamelink y Hoffman, 2010:88). Por lo tanto, uno de los principales objetivos del derecho humano a comunicar es el de empoderar a la ciudadanía para que puedan expresarse “ellos mismos con sus propias palabras” (Lee, 2004).

Como hemos visto, la formulación de este derecho es el resultado de un proceso histórico, y que se presenta cuando la realidad social nos enfrenta a distintas condiciones y formas de relaciones humanas. Es así que si observamos la forma en que fueron desarrollándose las distintas tecnologías que nos permitieron establecer los sistemas de “comunicación” en el mundo, veremos que éstos construyeron una manera de intercambio de información lineal, dejando de lado el proceso de comunicación. Por lo tanto, a partir de la visión de los precursores del derecho humano a comunicar, se pone hincapié en la construcción de un nuevo modelo de comunicación que se base justamente en el proceso, y que por lo tanto, ponga énfasis en los sujetos (McIver, Birdsall y Rasmussen, 2003)¹⁰.

¹⁰ http://firstmonday.org/issues/issue8_12/mciver/index.html Recuperado 6 de octubre de 2010.

b) El derecho humano a comunicar en su nivel inclusivo

Para comprender el alcance que tiene este derecho se ha reflexionado sobre los ámbitos que le competen y la forma en que modificaría las relaciones humanas si el derecho humano a comunicar se reflejara en los sistemas de comunicación actuales.

Derivado de estas reflexiones, Harms (1980 y 2002) identifica que hay una serie de derechos específicos que tienen que ver con el concepto general del derecho humano a comunicar. De tal modo, el autor los categoriza en tres ámbitos principales:

Derechos de asociación	Derechos de información	Derechos globales
Asamblea	Informar	Privacidad
Expresión	Ser informado	Elegir
Participación	Inquirir	Cultura

(Harms, 2002)

La propuesta del autor pretende establecer un marco que permita expandirse a través del tiempo y que no deje fuera las posibilidades de comunicación futuras, ya que identifica que el derecho humano a comunicar “es un concepto abierto y flexible”, por lo que prevé que este derecho “evolucionará y se expandirá por décadas, tal vez siglos” (Harms, 2002).

Con esta propuesta, Harms observa claramente cómo el derecho humano a comunicar se complementa por diversos ámbitos de acción del ser humano, y cómo éste encuentra inmerso en una dinámica de cambios constantes. Por lo tanto, a pesar de identificar espacios particulares que complementan el derecho humano a comunicar, destaca la apertura que este concepto tiene para permitir anexar condiciones sociales futuras que tal vez en este momento no son previsible.

Estas reflexiones fueron llevadas al Informe Mac Bride, donde se retoma la propuesta de Harms y se dice que:

“Todos tienen derecho a comunicarse: los componentes de este Derecho Humano integral incluyen los siguientes derechos de comunicación específicos, entre otros: a) el derecho de reunión, de discusión, de participación, y los derechos de asociación relacionados; b) el derecho de inquirir, de estar informado, de informar, y los derechos de información relacionados, y c) el derecho a la cultura, a la elección, a la intimidad, y los derechos de desarrollo humano relacionados... La adquisición de un derecho a comunicarse requeriría que los recursos de la comunicación estén disponibles para la satisfacción de las necesidades de la comunicación humana” (Mac Bride, 1993:150).

Como vemos, el derecho humano a comunicar comprende muchos otros derechos, ya que la comunicación toca todas las esferas de la vida humana y por lo tanto, es casi imposible que este derecho se encuentre desvinculado de los demás.

Ante la complejidad que representan los ámbitos de acción de este derecho y los debates de los que ha sido protagonista el derecho humano a comunicar, diversos autores (McIver 2003, Lee 2004, Ó Siochrú y Alegre 2005, Hamelink y Hoffman 2010) han abordado el tema aceptando que existen derechos específicos que lo complementan.

En este sentido, una aportación importante sobre el tema es el concepto de los *derechos de la comunicación*, el cual ha sido utilizado para referirse a todos aquellos derechos que se vinculan al ámbito de la comunicación y que se encuentran reconocidos en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

“Los derechos de la comunicación se refieren inmediatamente a un conjunto de derechos humanos existentes, negados a muchas personas, y cuyo significado completo puede ser observado solo cuando son tenidos en cuenta juntos como un grupo correlacionado” (Alegre y Ó Siochrú, 2005).

Como ya habíamos mencionado, el concepto de los derechos de la comunicación ha sido acuñado principalmente por la campaña CRIS (Campaña por los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información), ya que ésta ha intentado rebasar el debate en el que se encuentra el derecho humano a comunicar, para conseguir que todas las personas puedan tener la posibilidad de comunicarse a través de las herramientas tecnológicas y legales ya existentes. A pesar de que lo anterior no resuelve el reconocimiento del derecho a comunicar como un derecho humano, sí lo complementa.

De este modo, la campaña CRIS ha formulado una propuesta de sistematización sobre los derechos humanos reconocidos legalmente que se vinculan con la comunicación. Para ello, ha formulado una clasificación de los derechos de la comunicación que ha agrupado en cuatro pilares: Comunicando en la esfera pública; Comunicando conocimiento; Derechos civiles en la comunicación; y Derechos culturales en la comunicación (Ó Siochrú, 2005).

El primero de éstos se refiere a aquéllos derechos que fomentan la creación de “espacios y recursos para que el público, toda persona se involucre en un debate democrático, transparente, informado y sostenido” (Ó Siochrú, 2005:46). El segundo, hace alusión a los derechos que permiten crear las condiciones para “que las ideas creativas y el conocimiento sean alentados y que puedan ser comunicados lo más amplia y libremente posible para la educación, la ilustración, la aplicación práctica, el entretenimiento y otros usos” (Ó Siochrú, 2005:46). El tercero, hace referencia a “los derechos civiles vinculados al proceso de la comunicación en sociedad” (Ó Siochrú, 2005:47). El cuarto, destaca los derechos que permiten “habilitar la comunicación de diversas culturas, formas culturales e identidades en los niveles individual y social” (Ó Siochrú, 2005:47).

Dentro de estos cuatro pilares, la campaña CRIS identifica los siguientes derechos:

Derechos humanos identificados en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos			
Comunicando en la esfera pública	Comunicando conocimiento	Derechos civiles en la comunicación	Derechos culturales en la comunicación
<ul style="list-style-type: none"> • Libertad de expresión, incluyendo el derecho de los medios a operar libremente (DUDH 18, 19, 21, CIDCP 19); • Acceso a la información de fuentes públicas y privadas que atañan al interés público (DUDH 19, CIDCP 19); • Medios diversos y plurales, en términos de fuentes, contenidos, medios y vías de transmisión (DUDH 19, CIDCP 19); • Acceso universal a los medios necesarios para involucrarse en la esfera pública, incluyendo la comunicación directa y el derecho de reunión (DUDH 19, CIDCP 19, 21, 22). 	<ul style="list-style-type: none"> • Un régimen de conocimiento y comunicación que a la vez aliente la creatividad y maximice el intercambio (DUDH 27, PIDESC 15); • Acceso accesible [sic] y equitativo a las vías y medios para compartir el conocimiento (DUDH 19, 27, CIDCP 19, 27); • Acceso razonable a los recursos materiales para producir ideas y diseminarlas a través de los medios (DUDH 27, PIDESC 15); • Destrezas y capacidades necesarias para el uso efectivo de los medios y la comunicación (DUDH 19, PIDESC 15, CIDCP 19). 	<ul style="list-style-type: none"> • La protección contra la incitación a la discriminación legal (DUDH 7, 12 CIDCP 10, 17, 20); • Proteger el honor y la reputación propias (CIDCP 17, 19.3); • La privacidad y protección de los datos e información personales, retenidos por usted o por otros (CIDCP 17); • La privacidad de la comunicación personal (CIDCP 17); • La libertad frente a la excesiva vigilancia pública y en el lugar de trabajo de la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicarse en la lengua materna en esferas clave como la política y los medios (CIDCP 10f, 27); • Participar en la vida cultural de la comunidad, a través de medios nacionales u otros y de estructuras comunicativas (DUDH 22, 27, PIDESC 15, CIDCP 27); • El apoyo para un intercambio balanceado de todas las culturas e identidades que promueva el entendimiento y la tolerancia (DUDH 22, 27, PIDESC 15.4).
Una esfera pública eficaz requiere también de derechos directamente relacionados con la comunicación, como el derecho a la educación y a la alfabetización básica (DUDH 26, PIDESC	Los derechos concernientes al conocimiento y las ideas que no tienen un componente indirecto de comunicación incluyen: el derecho a aplicar el conocimiento	Los derechos civiles que se relacionan directamente con la comunicación incluyen un derecho a la libertad de reunión, a condiciones de trabajo seguras y saludables, en	Aquí, también, otros derechos, que no afectan directamente a la comunicación, son relevantes para la cultura. Los mismos incluyen el derecho a la educación, libertades básicas que son una

Derechos humanos identificados en los instrumentos internacionales de Derechos Humanos			
Comunicando en la esfera pública	Comunicando conocimiento	Derechos civiles en la comunicación	Derechos culturales en la comunicación
13).	en modos prácticos como las patentes industriales (DUDH 27), y el derecho colectivo a determinar el uso y protección apropiados para nuestra herencia natural (por ejemplo, patentes para formas de vida), de nuestra herencia natural y nuestro conocimiento cultural (por ejemplo, patentes del conocimiento indígena y bio-piratería).	particular para los periodistas. (PIDESC 7).	precondición para la actividad creativa (CIDCP 25), el derecho a libertad de pensamiento religioso, etc.

DUDH-Declaración Universal de Derechos Humanos
CIDCP- Convención Internacional de Derechos Civiles y Políticos
PIDESC-Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales
(Ó Siochrú, 2005:48-49).

Como podemos observar, los llamados derechos de la comunicación han sido identificados claramente en los instrumentos internacionales de derechos humanos, con lo cual, la campaña intenta además de fundamentarlos, poder hacerlos exigibles.

Tal como hemos mencionado, este segundo nivel de comprensión del derecho humano a comunicar se enfoca en el entendimiento de que existen derechos particulares que lo complementan. Sin embargo, nos hace falta abordar el tercer nivel que propone Harms y que es justamente, el del enlace de estos derechos con el marco general del derecho humano a comunicar.

c) **El derecho humano a comunicar en su nivel integral**

La propuesta final a la que apunta Harms tiene que ver con la comprensión del derecho humano a comunicar en un sentido amplio y flexible, ya que considera que éste se conforma desde su esencia fundamental como un derecho necesario para la existencia humana, pero que al mismo tiempo se desarrolla y expande a lo largo de los tiempos.

Es probablemente esta concepción final la que ha ocasionado más debates y dificultades para poder definirlo. No obstante, hay una serie de acercamientos y propuestas a partir de las que distintos estudiosos enfrentan el tema.

Una de ellas es la manera en que Hamelink y Hoffman proponen abordar el derecho humano a comunicar, al cual equiparan con el derecho a la salud. Este derecho se encuentra reconocido en el artículo 12 de la Convención Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales; y por la Organización Mundial de la Salud. En ambos casos, se ve al derecho a la salud no solamente como el no estar enfermo, sino que se reconoce el derecho de las personas a gozar de un “ambiente en cual sean capaces de alcanzar los más altos niveles de salud” (Hamelink y Hoffman, 2010:97).

De este modo, los autores consideran que el derecho humano a comunicar es equiparable al derecho a la salud y, por lo tanto, sugieren entenderlo como: “*el derecho a un ambiente que permita a las personas disfrutar de la comunicación en un sentido interactivo que d’Arcy escribió como: comunicación en el sentido de hablar con y escuchar a*” (Hamelink y Hoffman, 2010:97).

Con lo anterior los autores reflexionan sobre las formas de comunicación actuales y mencionan que éstas no permiten el entendimiento mutuo, debido al ambiente en que éstas se desarrollan. Por lo tanto, proponen una *comunicación relacional*.

“La comunicación relacional se refiere a la interacción en la cual otros son vistos como individuos únicos con rostros, historias y experiencias. Los otros son vistos como metas y no como instrumentos a través de los cuales solemos entender quién es el otro realmente –incluso si el otro u otra es un terrorista. Este tipo de comunicación requiere –como la

salud- un “ambiente propicio”. La comunicación relacional implica que las personas no sólo hablen a los otros sino hablen con cada uno y en su interacción se sientan libres de decir lo que ellos piensan y por lo tanto hablen. La comunicación relacional también implica que las personas escuchen a cada uno. No simplemente en un sentido defensivo con el fin de poder refutar, sino con empatía y reflexividad para ser capaces de ver la realidad desde una perspectiva diferente” (Hamelink y Hoffman, 2010:97).

La propuesta de estos autores está enfocada en un modelo de comunicación que no se practica comúnmente, y para el cual reconocen que se necesitan habilidades y responsabilidades, que deben adquirirse a través de la enseñanza formal e informal. Al mismo tiempo ubican que para que esto sea posible es necesario un ambiente que lo permita.

En este sentido, su propuesta reconoce implícitamente los dos niveles de acción del derecho humano a comunicar del que nos habla Harms, ya que nos permite ubicar que para poder conformar este ambiente propicio, es necesario abarcar los derechos particulares que se vinculan con el derecho humano a comunicar. De este modo, los autores ven a este derecho como “*una inspiración para la comunidad internacional*”, con la intención de promover una *comunicación relacional* (Hamelink y Hoffman, 2010:97).

Finalmente, se preguntan si esta aspiración podría ser exigible en términos jurídicos, a lo que responden que muchos de los derechos humanos son en un principio “aspiraciones morales acerca de la forma en que las personas deberían vivir”. Sin embargo, con el tiempo algunas de éstas “se transforman en obligaciones legales positivas y otras no” (Hamelink y Hoffman, 2010:98).

Por ello, Hamelink y Hoffman apuestan a que el reconocimiento de estas aspiraciones “proveen guías esenciales para una configuración futura del orden social nacional e internacional” y lo ejemplifican con el artículo 28 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, en el cual se menciona que “toda persona tiene derecho a que se establezca un orden social e internacional en el que los derechos y libertades proclamados en esta Declaración se hagan plenamente efectivos”. En este caso, recuerdan que este precepto ha sido una fuente fundamental en el desarrollo de políticas internacionales en ámbitos como la descolonización, la discriminación racial, y el desarrollo social (Hamelink y Hoffman, 2010:98).

Como hemos podido observar a lo largo de este capítulo, el derecho humano a comunicar se ha visto obstaculizado por distintos aspectos. Uno de ellos, tiene que ver justo con su formulación y reconocimiento en los instrumentos internacionales, ya que no se ha logrado obtener el consenso sobre su contenido.

Ante esta realidad, McIver, Birdsall y Ramussen (2003) sugieren que la formulación del derecho humano a comunicar debe ser lo más general y concisa, ya que consideran, que en un principio del debate se intentó conformar un derecho complejo que contuviera todos los elementos del derecho humano a comunicar. Estos esfuerzos han servido para ubicar las características de este derecho. No obstante, los autores nos sugieren mirar la manera en que están formulados los derechos humanos universales, ya que observan que éstos son lo más concisos posibles.

“La concisión es necesaria si el derecho ha de aplicarse universalmente. La concisión tiene también un nivel suficientemente alto de generalidad para proporcionar la flexibilidad a un derecho que está abierto a la reinterpretación a lo largo del tiempo desde muchas perspectivas. Por lo tanto, se adapta a los cambios de los tiempos y situaciones. Un derecho no puede hablar explícitamente sobre todas las circunstancias que puedan surgir y que podrían aplicarse” (McIver, Birdsall y Ramussen, 2003).

En este mismo sentido, los autores recuerdan que siempre hay un constante debate sobre cómo se aplican los derechos a ciertas circunstancias, ya que los actores involucrados en estos debates traen consigo sus propios significados a las interpretaciones del derecho. Por lo tanto, consideran que el propio texto en el que se formula un derecho “sirve de límites en torno a los posibles significados”, pero los derechos se construyen por los sujetos a partir del “previo conocimiento y la comprensión que los lectores traen con ellos” (McIver, Birdsall y Ramussen, 2003).

Por lo tanto, los autores sostienen que el derecho a comunicar, debe establecerse de la forma más concisa posible con la intención de lograr tanto la universalidad y la adaptabilidad a múltiples estados y culturas políticas. Por ello, sugieren solamente mencionar que: "Toda persona tiene derecho a comunicarse". Con la sencillez de esta frase, se propone que con el tiempo y bajo el contexto de diversas culturas políticas y jurídicas la interpretación de un derecho a comunicar se desarrolle más ampliamente (McIver, Birdsall y Ramussen, 2003).

Como podemos observar, el derecho humano a comunicar se debe ver como un marco conceptual general que involucra una serie de problemas por los que atraviesa la comunicación, y que al mismo tiempo toca derechos actuales y expandibles con los que se intenta conformar un espacio comunal, nacional, regional e internacional más comprensivo y humanitario. De este modo, el derecho humano a comunicar es al mismo tiempo fuente y aspiración de bienestar social. Sin embargo, no podemos negar los debates y confrontaciones a las que se enfrenta el reconocimiento de este derecho. Por ello, en el siguiente apartado abordaremos algunos de estos.

1.2.3.2 Los puntos de debate y los argumentos en contra del derecho humano a comunicar.

La complejidad a la que se ha enfrentado la aceptación del derecho a comunicar como un derecho humano pasa por diversos ámbitos, por lo que nos parece importante destacarlos y observar si éstos realmente representan argumentos para negar el reconocimiento de este derecho. Para ello, los presentamos a continuación de forma sucinta:

1) **El contenido de este derecho.** Este debate lo hemos abordado de alguna manera en el apartado anterior, y se refiere a si la definición de este derecho debe contener todos los ámbitos y derechos particulares con los que se vincula o es preferible definirlo desde su ámbito general.

Como ya hemos reflexionado, se han realizado grandes aportaciones por parte de los estudiosos del tema, y prevalece la idea de que el derecho humano a comunicar es un derecho amplio que sirve como marco general para garantizar las posibilidades de comunicación de todas las personas del planeta.

En este sentido, nos parece que es importante considerar la propuesta de Hamelink y Hoffman para entender que este derecho es una aspiración posible, como lo son todos los otros derechos humanos. Y por otro lado, destacamos que su definición concreta debe pasar por lo que McIver, Birdsall y Ramussen sugieren: ser conciso y general.

2) **El sujeto de derecho.** Otro debate que se dio al inicio de la discusión, en los años ochenta, sobre el derecho humano a comunicar se centró en si el sujeto de derecho debía ser el individuo o los grupos y comunidades.

Para Fisher era un derecho que debía ser reconocido como individual y de ahí éste lo expandía a su comunidad. No obstante para d'Arcy el derecho a comunicar del sujeto y el de la comunidad no se encontraban peleados.

“De la tensión que se produce entre la necesidad del individuo de comunicarse y la necesidad que tiene la sociedad de establecer sus propios circuitos de comunicación y de expresión, de la tensión entre ambos derechos a comunicar -el del individuo y el de la sociedad- nacen los derechos, deberes y libertades sucesivos” (Jean d'Arcy, en Fisher, 1983:24).

Finalmente, en el informe de la Comisión Mac Bride el derecho a comunicar se ve como uno que atañe tanto al individuo como a la comunidad.

Actualmente, este debate puede ser considerado como rebasado, ya que los derechos humanos han roto con la visión que éstos son sólo derechos individuales, y se han comprendido en un sentido más amplio y complejo, en el que ya no sólo se mira a los derechos humanos como de los sujetos, sino también como derechos de las sociedades y los grupos. Como ejemplo podemos mencionar la Convención de Viena de 1993 y la Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural de 2001, en los cuales podemos observar claramente que los derechos humanos se conciben como parte de los pueblos, comunidades y naciones.

“Todos los pueblos tienen el derecho de libre determinación. En virtud de este derecho, determinan libremente su condición política y persiguen libremente su desarrollo económico, social y cultural” (punto 2 de la Convención de Viena).

“En nuestras sociedades cada vez más diversificadas, resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales a un tiempo plurales, variadas y dinámicas...” (Artículo 2 de la Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural)

De este modo, el derecho a comunicar visto como un derecho humano, comparte su postura en tanto derecho individual y social.

3) **La línea entre libertades y límites o responsabilidades.** Diversos autores como Fisher (1983), Hamelink y Hoffmann (2010), y Harms (2002) identifican que el reconocimiento de un derecho humano a comunicar trae consigo no sólo libertades para los sujetos, sino límites en cuanto al respeto de los derechos de los otros. Al mismo tiempo, conlleva obligaciones del Estado y de otros actores, como las industrias mediáticas.

Los debates en este sentido, se concentran en torno a que los derechos humanos no prohíben o limitan otros derechos. Este argumento, fue destacado por la asociación Artículo 19, en la pasada Cumbre Mundial de las Sociedad de la Información en 2003, al criticar la propuesta de Declaración sobre el Derecho a Comunicar que la campaña CRIS y Hamelink formularon. Ésta contenía algunos apartados en los que se ponían límites a la forma de expresión de las personas sobre otros sujetos.

La propuesta de Hamelink y la campaña CRIS se formuló con la intención de recibir los comentarios y observaciones pertinentes que contribuyeran a dicha declaración. En este sentido, Artículo 19 observó que los límites en materia de libertad de expresión ya fueron planteados por el Comité de Derechos Humanos, por lo que establecer límites de expresión en una declaración del Derecho a comunicar no era necesario ni conveniente, ya que podría generar conflictos de interpretación. La declaración final podría haber tomado en cuenta dicha observación, así como algunas otras que planteó esta y otras organizaciones. Sin embargo, dicha declaración no prosperó, ya que los diferentes puntos de vista no se subsanaron.

En cuanto a las obligaciones que el derecho a comunicar conlleva a los Estados y otras instituciones, no es un asunto particular de este derecho, sino que a raíz del reconocimiento de los derechos económicos, sociales y culturales, se promovió la intervención del Estado para que dichos derechos fueran garantizados. De hecho, “los sujetos obligados por los pactos internacionales de derechos humanos son los Estados, no las personas ni organizaciones privadas” (Huhle, 1993)¹¹ por lo que a éstos les toca llevar a cabo todas las acciones posibles no sólo para evitar las violaciones a los derechos humanos, sino para promoverlos y garantizarlos.

¹¹ Huhle, Rainer La violación de los Derechos Humanos - ¿Privilegio de los Estados? KO'AGA ROÑE'ETA se.iv (1993) - <http://www.derechos.org/koaga/iv/1/huhle.html>

Si el derecho a comunicar fuera un derecho humano, como cualquiera de los otros ya reconocidos, el Estado tendría la obligación de garantizarlo, y aunque las instituciones privadas no son las garantes directas de estos derechos, sí tendrían que actuar conforme a sus preceptos, ya que éstos serían legales.

Tanto las libertades y los límites que el derecho a comunicar pudiera implicar sobre otros derechos, como la responsabilidad del Estado y otros actores particulares en el respeto a los derechos humanos, no son debates propios del reconocimiento de un derecho humano a comunicar. Dichas polémicas forman parte de las discusiones actuales en el ámbito de los derechos humanos, por lo que por un lado no pueden ser argumentos que invaliden el reconocimiento del derecho humano a comunicar; y por el otro, sí exigen que a través de la discusión de este derecho se contribuya a la reflexión de estas cuestiones.

4) **El derecho a comunicar vs otros derechos.** Cuando se habla de un derecho a comunicar siempre se cuestiona si no éste se encuentra ya reconocido a través del derecho a la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho de réplica. Veamos cuáles son las diferencias sustantivas y las razones por las que tales derechos no se equiparan al derecho humano a comunicar.

En primer lugar, la forma en que es concebida la comunicación desde la perspectiva del derecho humano a comunicar, es a través de un proceso horizontal en el que los sujetos y comunidades pueden interactuar. En cambio, ninguno de los derechos mencionados anteriormente parte de dicha premisa.

En segundo lugar, como hemos mencionado anteriormente, cada concepto trae consigo una manera de ver la realidad. En este sentido, ocurre lo mismo con la formulación de derechos. En el caso de la libertad de expresión se puede decir que ésta “se enmarca en los procesos de transición entre el tradicionalismo y el ascenso de la modernidad que tiene lugar en Europa entre los siglos XVII y XIX” (Villanueva, 2006:23), por lo cual este derecho surge de la necesidad de romper con un modo de organización social en el que no existía la posibilidad de pensar y expresarse diferente a lo ya establecido.

En tercer lugar, recordemos que tanto el derecho a la libertad de expresión, como el derecho a la información son reconocidos como derechos humanos en el ámbito internacional en el artículo 19 de la Declaración Universal en 1948, por lo que podría decirse que tales derechos fueron formulados “en un entorno de post-guerra preocupado por el libre flujo de información o contenido, en lugar de [enfocarse] sobre el proceso de comunicación” (McIver, Birdsall y Rasmussen, 2003). Como ya lo hemos revisado anteriormente, la formulación de derechos viene acompañada de los cambios sociales, por lo que, en los momentos en que fueron formulados tales derechos las preocupaciones que intentaban resolverse giraban en torno a problemáticas diferentes a las que actualmente enfrentamos.

En cuarto lugar, si revisamos la historia del derecho de réplica nos daremos cuenta de que éste fue formulado, en sus inicios, con la intención de responder a las publicaciones de los medios impresos, y ya más tarde se extendió a otros medios. Al igual que la libertad de expresión, el derecho de réplica tiene sus primeros orígenes en Francia en 1798, aunque en ese momento no fue reconocido formalmente. Sin embargo, sí se esbozó una primera propuesta. Casi un siglo más tarde, (a partir de 1881) el derecho de réplica comenzó a afianzarse por varios países de Europa (Islas, 2002 en Alfonzo, 2002:79). Por otro lado, fue hasta 1969 cuando este derecho fue reconocido como derecho humano en la Convención Americana de Derechos Humanos. En general, dicha convención se formuló a partir de las endeble legislaciones y abusos de los derechos humanos en la región. Además con ésta se pretendía que la Comisión Interamericana de Derechos Humanos tuviera un marco regulatorio que le permitiera tener mayor incidencia en la vigilancia de los derechos humanos. En este sentido, podríamos decir que al incluir el derecho de réplica en este marco se ubicaba ya la importancia que tenían los medios en la difusión de información y cómo ésta podría llegar a afectar la integridad de los derechos de las personas.

A pesar de ello, el derecho de réplica se vincula la mayoría de las veces con personajes públicos, es decir, pocas veces un ciudadano de a pie puede solicitar a un medio de comunicación que se rectifique la información que se ha dado sobre éste. Por ejemplo, ningún ciudadano en México podría solicitarle a una televisora que rectificara la imagen que proyecta sobre éste, por decir algo, en una telenovela donde se recrea la identidad de un indígena.

En general, libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho de réplica han sido vinculados con el ejercicio de actores públicos como por ejemplo: representantes políticos, periodistas, empresarios, personalidades artísticas, etc. Ello no quiere decir que estos derechos sean sólo para tales personas, sino que el derecho humano a comunicar plantea otras posibilidades para que cualquier ciudadano pueda expresarse, informarse o defenderse a través de los medios de comunicación.

En términos generales, los derechos humanos aquí discutidos “presupone un grupo de individuos con iguales derechos” (Alegre y O’Siochrú, 2005), es decir, que pueden acceder a los diferentes medios de comunicación, cuando en realidad “vivimos en una sociedad con grandes diferencias en los niveles de acceso al poder” (Alegre y O’Siochrú, 2005). Actualmente, y siempre ha sido así, los grandes consorcios de medios son dominados por unos pocos productores y distribuidores, y están diseñados para la distribución unilateral y no para la comunicación; la comunicación es interactividad (McIver, Birdsall y Rasmussen, 2003).

Por otro lado, cada uno de estos derechos imagina el concepto un sujeto o ciudadano ideal. Por ejemplo, en el caso de la libertad de expresión podríamos referirnos a una persona que quiere decir lo que piensa y ser escuchada, sin que necesariamente deba entrar en un diálogo. En el caso del derecho a la información pensaríamos en un sujeto cuyo motor es la información, es decir, informa, recibe información y se hace información, pero no necesariamente dialoga (se comunica). Finalmente, en el caso del derecho de réplica la persona quiere dejar en claro cuál es su posición, dar su versión, corregir información errónea, pero nuevamente no necesariamente se comunica. Por el contrario, la principal intención del derecho humano a comunicar está en el intercambio y comprensión humana.

Por tales motivos, los promotores del derecho humano a comunicar hacen hincapié en la necesidad de destacar este derecho como un principio fundamental y como un eje articulador de una serie derechos que permiten el intercambio entre seres humanos y comunidades. El derecho humano a comunicar no intenta negar o limitar la libertad de expresión, el derecho a la información, ni el derecho de réplica, por el contrario todos estos son uno de los ejes fundamentales de este derecho.

5) **Algunos peros (derecho a no comunicar e infraestructura limitada).** Ligado a las responsabilidades que el Estado debería tener para garantizar el derecho a comunicar de todas las personas, se objeta que no existe la infraestructura necesaria para que cada uno de los sujetos pueda comunicarse y que éstos pueden no querer hacerlo.

La respuesta a estos argumentos es muy simple, pues el hecho de que exista un reconocimiento explícito del derecho no quiere decir que todos y al mismo tiempo quieran ejercerlo. Al igual, que otros derechos humanos, como por ejemplo el derecho al matrimonio, puede ejercerse o no por los seres humanos, ya que su reconocimiento no implica que deban llevarlo a cabo forzosamente (Fisher, 2002).

6) **Debates políticos.** A lo largo de los intentos por definir y reconocer el derecho a comunicar como un derecho humano, ha habido una serie de debates políticos que han objetado este derecho.

El primer debate, sobre el que ya hemos hablado anteriormente, se llevo a cabo en el seno de la UNESCO a finales de la década de los 70 y principios de los 80, en donde los países no alineados proponían establecer un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. En este momento, los principales puntos de debate se concentraron en los siguientes argumentos.

Por el lado de los países no alineados se criticaba la concentración de industrias mediáticas, y por lo tanto, el dominio en la circulación de información de los países desarrollados sobre los países en vías de desarrollo. Por lo tanto, consideraban que era necesario reglamentar las formas de información y comunicación en el mundo, con la intención de diversificar y democratizar los medios (Alegre y O'Siochrú, 2005).

En cuanto a los países desarrollados, argumentaban que la intención del Nuevo Orden era imponer el control gubernamental sobre los medios y suprimir la libertad de prensa (Alegre y O'Siochrú, 2005).

Ante la falta de disposición, y los entramados políticos e ideológicos que encerraban el momento, el derecho a comunicar no prosperó.

“El derecho a comunicar con el tiempo se convirtió en la víctima de feroces disputas ideológicas, la desconfianza mutua y los levantamientos incidentales de la paranoia hicieron imposible considerar los méritos de todos los argumentos de una manera racional” (Hamelink y Hoffman, 2010:79).

A pesar de los argumentos, que los países desarrollados defendían, la intención del derecho a comunicar nunca ha sido la de limitar o controlar la libertad de expresión. Sin embargo, las diferencias políticas terminaron por limitar la discusión de este derecho.

Otro debate político importante que hay que destacar es el que se gestó en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, durante el 2003 y 2005. En ésta, organizaciones de la sociedad civil (Campaña CRIS) se pronunciaron por una Declaración del Derecho a Comunicar. No obstante, otras organizaciones como Artículo 19 y la World Press Freedom Commite se opusieron.

Algunos debates a los que hicieron alusión éstas organizaciones fueron:

- Que poniendo como pretexto el derecho a comunicar, los medios podrían continuar creciendo y, por lo tanto, se fortalecería la concentración mediática.
- Que en aras del derecho a comunicar los gobiernos podían limitar la libertad de expresión de los medios de comunicación.

Muchas de las propuestas que contenía la Declaración de Derecho a Comunicar eran debatibles, y probablemente algunas de ellas podían complementarse o modificarse, como lo hemos ejemplificado con la observación que Artículo 19 hizo a dicha declaración. Sin embargo, estos dos argumentos que se oponen al reconocimiento de un derecho humano a comunicar se responden al observar la realidad.

Existe un “creciente dominio corporativo y concentración de la propiedad en los medios de comunicación y las industrias de telecomunicaciones, con la complicidad de los gobiernos en las últimas décadas. Esta tendencia ha reducido la capacidad demostrable

de los ciudadanos a buscar, recibir y difundir informaciones” (McIver, Birdsall y Rasmussen, 2003).

Por lo tanto, la carencia de ese eje y marco normativo que podría fomentarse a partir del derecho humano a comunicar, es uno de los aspectos que permite que prevalezca la concentración del sistema de medios actual. Uno de los propósitos del derecho a comunicar es brindar las herramientas necesarias a las personas para que éstas puedan comunicarse a través de los distintos medios y tecnologías. Por ello, el derecho a comunicar no puede ser visto como promotor de la concentración mediática.

El segundo argumento, se desprende de la posibilidad que plantea el derecho a comunicar sobre la necesidad de reconocer que todos los sujetos puedan tener participación en las políticas de comunicación, por lo que, desde la perspectiva de los opositores al derecho humano a comunicar, los ciudadanos o gobiernos podrían incidir en la censura de ciertas comunicaciones.

Desde la perspectiva de McIver, Birdsall y Rasmussen (2003) estas preocupaciones son legítimas. Sin embargo, destacan que por ello es importante establecer el derecho humano a comunicar como un paraguas que contemple los derechos humanos existentes. Por otro lado, recuerdan que existen otros derechos humanos que protegen a los sujetos de tal escenario, es decir de la censura, como el artículo 17 de la propiedad privada, el propio artículo 19, y el 30 que prohíbe la limitación de los derechos.

Como podemos observar existen una serie de argumentos que cuestionan el derecho humano a comunicar. No obstante, nos parece que la única forma de comprender la importancia que tiene este derecho, será sumando las críticas y los argumentos a favor, y promoviendo la reflexión e investigación. Del mismo modo, es importante observar las realidades particulares de cada nación, comunidad o pueblo, para sumar sus propias visiones y tal vez empezar por cambios y políticas específicas que nos permitan contribuir al marco general del derecho humano a comunicar.

1.2.4 El derecho humano a comunicar como un derecho cultural

Para continuar aterrizando con la comprensión del derecho humano a comunicar en este apartado haremos un acercamiento a los derechos culturales, ya que consideramos que éstos configuran el principal espacio a través del cual el derecho humano a comunicar puede hacerse reconocible y tangible. Como veremos más adelante estos dos tipos de derechos mantienen un vínculo muy estrecho, ya que ambos se complementan al desarrollarse uno a través del otro. Es decir, los derechos culturales llevan en sí un ámbito comunicativo, y el derecho humano a comunicar se manifiesta en los derechos culturales y a través de ellos.

Al igual que el derecho humano a comunicar, los derechos culturales tienen un grado de complejidad que no ha permitido hasta el momento concretarlos en un instrumento definido y acotado reconocido por los Estados, que los obligue a respetar y garantizar tales derechos. Sin embargo, sí se han realizado algunos documentos que nos permiten acercarnos a su entendimiento y aplicación.

1.2.4.1 Recuento sobre el desarrollo de los derechos culturales

A nivel internacional, en la Organización de las Naciones Unidas se ha reconocido el Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales (PIDESC)¹². A pesar de ser un instrumento del derecho internacional el Pacto no es un texto que defina ampliamente a los derechos culturales, simplemente hace un breve reconocimiento de tales sin entrar a detalle sobre sus ámbitos y especificidades. De este modo, este documento menciona en su artículo 15 el derecho de “toda persona a participar en la vida cultural; gozar de los beneficios del progreso científico y de sus aplicaciones; beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora”.

¹² Hasta el momento, este pacto es vigilado por el Comité de Derechos Económicos Sociales y Culturales sólo para emitir observaciones sobre la forma en que los Estados garantizan estos derechos, pero los particulares no pueden demandar ante ninguna instancia el reconocimiento de sus derechos. Por ello, actualmente se revisa un Protocolo Facultativo con la intención de que el Comité pueda examinar demandas de estos derechos.

En el ámbito que nos compete, la importancia del Pacto es el reconocimiento de los derechos culturales. Sin embargo, en este documento no se ahonda sobre el significado de éstos y todos sus espacios de acción. Desde nuestra perspectiva, esta indefinición tiene que ver con la complejidad que representa conceptualizar unos derechos culturales, ya que su referencia directa es la cultura, concepto amplio y diverso que toca varios espacios de la vida de los seres humanos.

No obstante, los derechos culturales han transitado a través de una serie de reflexiones que intentan definirlos o por lo menos aproximarse a su comprensión. Según Rodolfo Stavenhagen (2004):

“Al principio se hablaba del “derecho a la cultura” y se entendía éste como un mecanismo de “acceso” a una entelequia llamada “cultura”, que de alguna manera era considerada externa al portador de los derechos culturales. Luego se hablaba cada vez más de la “participación” en la cultura como un proceso dinámico e interactivo entre creadores y consumidores de productos culturales. Después se ha enfocado la cuestión de la “identidad cultural” de individuos o pueblos como libertad fundamental y derecho inalienable. Por último en años recientes se hace énfasis en la diversidad y el pluralismo culturales como fenómenos societarios vinculados al pleno goce de todos los derechos humanos” (en Van y Soto, 2004:135).

Como podemos observar según este breve recuento, los derechos culturales tocan distintos ámbitos de acción de los seres humanos. Por ello, los instrumentos con los que se cuenta en el derecho internacional de los derechos humanos son varios y se refieren a diversas temáticas relacionadas con la cultura. Muchos de estos instrumentos se han gestado en el seno de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), espacio en el que se llevan a cabo las discusiones, propuestas y mecanismos de vigilancia de estos derechos.

Un primer proyecto preliminar de declaración de derechos culturales se llevó a cabo en 1998 en la UNESCO. Sin embargo, éste se continuó discutiendo por un grupo investigadores del Instituto Interdisciplinario de Ética y Derechos Humanos de la Universidad de Friburgo en Suiza, conocido como Grupo Friburgo. Durante dos décadas este grupo ha trabajado apoyado por la

UNESCO para desarrollar una mayor comprensión de los derechos culturales, por lo que como resultado de su trabajo, en mayo de 2007 se dio a conocer la Declaración de Friburgo sobre derechos culturales¹³.

En esta Declaración se enumeran una serie de derechos que ya han sido plasmados en instrumentos del derecho internacional de derechos humanos, es decir, en otras declaraciones, pactos o convenciones. Sin embargo, se destacan en este documento ya que se les reconoce explícitamente como derechos culturales o se muestra la dimensión cultural que tienen tales derechos. De este modo, se agrupa a los derechos culturales en seis ámbitos principalmente: identidad y patrimonio culturales; referencias a comunidades culturales; acceso y participación en la vida cultural; educación y formación; información y comunicación; y cooperación cultural (Declaración de Friburgo, 2007). A pesar de este esfuerzo, la Declaración es un mecanismo meramente moral, por lo que no funge como un instrumento que los estados deban cumplir.

Por otro lado, en la UNESCO existen una serie de recomendaciones, convenciones y declaraciones que se vinculan con los derechos culturales¹⁴, por ejemplo: la Convención Universal sobre Derecho de Autor; la Convención de protección de patrimonio cultural en caso de conflicto armado; la Convención del patrimonio mundial cultural y natural; entre otras¹⁵. Sin embargo, de los distintos instrumentos que ha emitido la UNESCO destacan, para nuestro caso, dos principalmente: la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, aprobada el 2 de noviembre de 2001, y la Convención sobre la Diversidad de las Expresiones Culturales aprobada el 20 de octubre de 2005 (Arroyo, 2006:271). Estos dos documentos nos muestran, como lo veremos más adelante, cómo el derecho humano a comunicar se relaciona todo el tiempo con los derechos culturales.

¹³ <http://www.unifr.ch/iiedh/fr/publications/declaration-de-fribourg> consultada 2 de abril de 2011.

¹⁴ Cada uno de estos instrumentos tiene distintas repercusiones: las recomendaciones son invitaciones que hace la Unesco para que los Estados modifiquen prácticas en aras del respeto y garantía de los derechos; las convenciones son sinónimos de tratados que obligan a los Estados, que hayan ratificado dichos documentos, a respetar los compromisos que ahí se establecen, por lo que tienen un carácter jurídico obligatorio; las declaraciones son compromisos morales o políticos que el Estado acepta llevar a cabo, sin embargo no son estrictamente vinculantes.

¹⁵ UNESCO

http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34328&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

1.2.4.2 La difícil comprensión de los derechos culturales

Puesto que, como habíamos mencionado, los derechos culturales tocan distintos espacios de la vida de los seres humanos, ofrecer una definición específica de éstos resulta complicado. Como hemos visto, el tránsito de los derechos culturales en el derecho internacional se ha ubicado en distintos espacios, diversos instrumentos jurídicos y con diferentes alcances.

Sin embargo, su amplitud y complejidad ocasiona que para muchos los derechos culturales resulten ambiguos y difíciles de aplicar. Desde el punto de vista de Symonides (1998), la falta de definición y el camino lento que ha llevado el reconocimiento de estos derechos tiene que ver con varias razones:

- d) Porque los derechos culturales se encuentran dispersos en un gran número de instrumentos, tanto universales como regionales, aprobados por las Naciones Unidas y por los organismos especializados. La carencia de un tratado de codificación o declaración da lugar a diversas maneras de articulación y agrupación.
- e) Porque el alcance de los derechos culturales depende también de la comprensión del término "cultura". Al no existir una definición vinculante, "cultura" puede entenderse de diversas maneras.
- f) Debido a los temores y sospechas que abrigan los Estados de que el reconocimiento del derecho a las diferentes identidades culturales, el derecho de identificación con grupos vulnerables, en particular las minorías y los pueblos indígenas, pueda fomentar la tendencia a la secesión y poner en peligro la unidad nacional.
- g) El poco interés de los Estados con respecto a los derechos culturales ha ocasionado que se les brinden poca atención. En este sentido, "el problema se vincula más bien a la circunstancia de que estos derechos son descuidados o subestimados y tratados como "parientes pobres" de otros derechos humanos" (Symonides, 1998).

Podríamos decir que el primer problema queda subsanado con la Declaración de Friburgo. Sin embargo, como ya habíamos mencionado ésta tiene un carácter meramente moral, por lo que los Estados pueden o no añadirse a ella, pero no están obligados jurídicamente a cumplirla. De este

modo, dicha Declaración es una contribución a la definición y sistematización de los derechos culturales, pero este esfuerzo tendrá que completarse con el trabajo político de la UNESCO para lograr que sea un instrumento vinculante para los Estados.

En el caso del segundo problema que plantea Symonides (hay que considerar que su artículo es de 1998), el concepto de cultura ha sido definido en varios espacios de la UNESCO. Sin embargo, es en el 2001 a través del preámbulo de la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural que se hace una definición más concisa¹⁶. En su preámbulo menciona:

“La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias” (Preámbulo sobre la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural).

Por otro lado, el tercer y cuarto problema pueden ser subsanados en la medida en que los Estados comprendan y se apropien de los instrumentos que reconocen los derechos culturales, y por lo tanto, se comprometan a respetar y garantizar tales derechos. En este mismo sentido, los organismos internacionales de derechos humanos tienen un arduo trabajo para lograr que los derechos culturales puedan ser exigibles jurídicamente.

Con estos pocos, pero sustantivos avances podríamos decir que los derechos culturales son comprendidos como todos aquéllos que se encuentran inmersos en el ámbito de la cultura. En este sentido, diríamos que casi todos los derechos humanos son culturales o se cobijan en la cultura. Desde nuestro punto de vista esto no significa un problema de definición, por el contrario nos parece que el hincapié por el reconocimiento explícito de los derechos culturales, tiene que ver con un cambio en la forma en que se miran, y por lo tanto, se practican los derechos humanos.

¹⁶ En esta definición se retoman las conclusiones de la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT, México, 1982), de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo (nuestra Diversidad Creativa, 1995) y de la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo (Estocolmo, 1998).

“Contrariamente a lo que pueda llegar a pensarse, el planteamiento que anima la formulación de los derechos culturales no queda restringida a éstos de manera aislada, sino que comporta casi un cambio de contexto en la lectura de los derechos de toda persona, tanto a título individual como de conjunto” (Arroyo, 2006:267).

Es así que los derechos culturales estarían conformados por todos aquéllos derechos, reconocidos y no en los instrumentos de derechos humanos, que tocan uno o varios ámbitos de la cultura de los seres humanos. Así, esta nueva forma de mirar a los derechos humanos aspira a reconocer unos derechos culturales que protejan los modos de vida, valores, saberes y modos de hacer de los individuos y pueblos (Arroyo, 2006:268).

Como podemos observar, los derechos culturales muestran un amplio grado de complejidad que obliga a seguir trabajando sobre ellos. No obstante, hay varios esfuerzos académicos, de organizaciones civiles y en el seno de la UNESCO que muestran grandes avances. Dos de éstos, que hemos mencionado anteriormente (la declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, y la Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales), nos dotan de herramientas para ir desmenuzando los derechos culturales, y en nuestro caso, para observar la relación que guarda el derecho humano a comunicar como un derecho cultural.

1) La Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural.

Como hemos intentado dejar claro a lo largo de este capítulo, el derecho humano a comunicar propone entender las diferencias que existen entre individuos, comunidades y países a lo largo y ancho del planeta. Si observamos la Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural, veremos que éste es uno de los puntos nodales de la declaración, ya que justamente pone hincapié en la diversidad de culturas que existen en el mundo.

“En nuestras sociedades cada vez más diversificadas, resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales a un tiempo plurales, variadas y dinámicas. Las políticas que favorecen la integración y la participación de todos los ciudadanos garantizan la

cohesión social, la vitalidad de la sociedad civil y la paz. Definido de esta manera, el pluralismo cultural constituye la respuesta política al hecho de la diversidad cultural. Inseparable de un contexto democrático, el pluralismo cultural es propicio para los intercambios culturales y el desarrollo de las capacidades creadoras que alimentan la vida pública” (Artículo 2 de la Declaración).

Desde nuestra perspectiva este artículo es muy esclarecedor con respecto a la importancia que tiene la existencia de las diferencias culturales y cómo su permanencia contribuye a la propia humanidad. Pero sobre todo, destaca la relevancia de reconocer y comprender esas diferencias en aras de una mejor convivencia social e internacional. Es en este énfasis donde el derecho humano a comunicar tendría su razón de ser, pues es a través del reconocimiento de éste que se puede hacer efectivo el diálogo y la comprensión de las diferencias.

Como ya hemos abordado en los apartados anteriores, el derecho humano a comunicar se conforma a partir de distintos niveles de comprensión. Lo hemos definido a través de principios que fundamentan el concepto en general y a partir de ámbitos de acción específicos. En el caso de la Declaración podemos identificar cómo en varios de sus artículos se hace referencia a elementos particulares que hemos destacado como conformadores del derecho humano a comunicar. Por ejemplo, el artículo 6 titulado “Hacia una diversidad cultural accesible a todos” dice:

“Al tiempo que se garantiza la libre circulación de las ideas mediante la palabra y la imagen, hay que velar porque todas las culturas puedan expresarse y darse a conocer. La libertad de expresión, el pluralismo de los medios de comunicación, el plurilingüismo, la igualdad de acceso a las expresiones artísticas, al saber científico y tecnológico - comprendida su presentación en forma electrónica- y la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural”.

Nuevamente el vínculo que existe entre, en este caso, la diversidad cultural y el derecho a comunicar toma relevancia para que ambos puedan concretarse. En este artículo se reconocen las posibilidades que brindan las herramientas de comunicación para potenciar el entendimiento de

las culturas, por lo que se pone énfasis en garantizar que todas las personas puedan tener acceso a ellas. Éste es también uno de los principios que impulsa el derecho humano a comunicar.

Como vemos, la Declaración es un documento relevante ya que a través de ésta se reconoce implícitamente la importancia que tiene el dar cabida a las distintas voces del mundo. En este sentido, consideramos que se destaca la relevancia del derecho humano a comunicar como factor fundamental para el respeto de la diversidad cultural. Por ello, creemos que el derecho humano a comunicar va de la mano de los derechos culturales, pues pensamos que es a través de este vínculo que se puede lograr el entendimiento de las culturas.

Sin embargo, como hemos mencionado anteriormente, las declaraciones son documentos morales que no implican una actuación obligada de los Estados, lo cual no le resta importancia, pero sí limita la exigencia al reconocimiento de los principios planteados en dicha declaración.

El documento que sí rebasa las limitaciones anteriores es la Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Ésta es una herramienta que sí permitirá exigir y evaluar a los Estados sobre sus actuaciones con respecto al tema que aborda. Para el caso que aquí estudiamos la Convención es fundamental, pues nos parece que es un reconocimiento implícito de la importancia del derecho humano a comunicar.

a) La Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.

La Convención se centra en el tema de las expresiones culturales, debido a que reconoce que a través de éstas se transmiten “identidad, valores y significado”. De este modo, podríamos decir que todas las expresiones culturales son actos comunicativos, y que por lo tanto, el énfasis de la declaración está en el respeto a la libertad de todas las personas y comunidades para poder comunicarse.

En este mismo sentido, la Declaración define a las expresiones culturales como “las expresiones resultantes de la creatividad de personas, grupos y sociedades que poseen un contenido cultural”. Al mismo tiempo, establece que “el contenido cultural se refiere al sentido simbólico, la

dimensión artística y los valores que emanan de las identidades culturales o las expresan” (Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales). Por lo tanto, al ser las expresiones culturales portadoras de contenidos simbólicos, artísticos y valorativos, éstas se configuran, se transmiten y se comparten a partir de actos comunicativos. Así, desde nuestra perspectiva, las expresiones culturales se llevan a cabo por medio de la comunicación y en comunicación.

Si lo anterior sucede sin la necesidad del reconocimiento jurídico de ello, ¿por qué es tan importante la existencia de esta Convención? Según el contenido del documento y lo que podemos observar, la protección y promoción de las expresiones culturales se promueven en un instrumento internacional de derecho humanos, porque la realidad nos muestra que a muchas culturas se les ha menospreciado y porque se ha reconocido que el pluralismo cultural es necesario para la supervivencia humana. El reconocimiento de dichas problemáticas, nos muestra también que hay que defender la libertad de comunicarse.

Es así que, desde nuestra perspectiva, la Convención destaca la importancia del reconocimiento del derecho humano a comunicar, al afirma que está “consciente de que la diversidad cultural se fortalece mediante la libre circulación de las ideas y se nutre de los intercambios y las interacciones constantes entre las culturas” (Preámbulo de la Convención). Desde nuestro punto de vista, es a través del derecho humano a comunicar que lo anterior puede ser promovido.

Por otro lado, la Convención reconoce el panorama actual en el que conviven las sociedades del mundo:

“Observando que los procesos de mundialización, facilitados por la evolución rápida de las tecnologías de la información y la comunicación, pese a que crean condiciones inéditas para que se intensifique la interacción entre las culturas, constituye también un desafío para la diversidad cultural, especialmente en lo que respecta a los riesgos de desequilibrios entre países ricos y países pobres” (Preámbulo de la Convención).

Esta realidad es la que impulsa al derecho humano a comunicar a promover una sociedad en la que todas las personas puedan acceder a los distintos medios de comunicación y permitan que

sean capaces de expresarse e intercambiar sus puntos de vista. Por ello, consideramos que esta Convención nos dota de herramientas para poder defender de manera más certera, nuestro derecho humano a comunicar. Por otro lado, creemos que la apuesta por el reconocimiento de este derecho podría desembocar en un en una mejor comunicación y entendimiento entre culturas. Esta misma aspiración la reconoce también la Convención:

“Reiterando que la libertad de pensamiento, expresión e información, así como la diversidad de los medios de comunicación social posibilitan el fortalecimiento de las expresiones culturales en las sociedades” (Preámbulo de la Convención).

Como podemos observar, la Convención se encuentra muy ligada al derecho humano a comunicar, no sólo porque en sí las expresiones culturales tengan su seno en los actos comunicativos, sino porque pone hincapié en la libertad, el respeto y el intercambio cultural de las distintas sociedades del mundo con la intención de comprenderse y armonizar. Según nuestra mirada, el derecho humano a comunicar se funda en esta premisa, pero además de ser un principio guiador, es un derecho que potencializa distintas acciones en aras de *una cultura de paz*.

Hasta aquí nos hemos valido de dos instrumentos internacionales de derechos humanos, específicamente de derechos culturales, para explicar la relación que tienen éstos y el derecho humano a comunicar. Seguramente si analizáramos otros más, encontraríamos que en todos o en casi todos los ámbitos culturales, la comunicación se expresa como fuente y origen de la cultura. Sin embargo, esta relación aún es harto compleja, y aunque no es un tema que agotaremos en este trabajo, sí reconocemos que existe una complejidad en la que habrá mucho por trabajar en futuras ocasiones. Por el momento, esperamos que la manera en que hemos desmenuzado el contenido de la Declaración y Convención, dé muestra de los lazos que existen entre el derecho humano a comunicar y los derechos culturales.

Por lo tanto, consideramos que el derecho humano a comunicar es un derecho cultural puesto que, como hemos mencionado, éste se expresa en y a través de la cultura. Del mismo modo, creemos que el espacio de los derechos culturales, permitiría alojar un derecho transversal, ya que

toca varios espacios y ámbitos de la vida de los seres humanos, tanto a nivel individual como colectivo.

Finalmente, nos gustaría hacer hincapié en que la importancia de los derechos culturales está en la perspectiva que aportan a los derechos humanos en general, ya que permite ver que son las personas las que son poseedoras de tales derechos, pero que éstas no se encuentran aisladas. Por el contrario, los derechos culturales aspiran a que los derechos se ejerzan con la plena conciencia de que existen otros con los que podemos intercambiar, compartir y entender. Bajo esta lógica, nos parece que el derecho humano a comunicar no puede separarse y dejar de ser un derecho cultural.

1.2.4 La forma en que comprendemos el derecho humano a comunicar

Después de haber hecho el recorrido histórico y conceptual sobre el desarrollo del derecho humano a comunicar, así como de las problemáticas y debates que presenta, definiremos la manera en que desde nuestra perspectiva lo comprendemos.

Para empezar debemos enfatizar que entendemos a este derecho como un derecho humano, que si bien no es reconocido formalmente en el derecho internacional de los derechos humanos, sí cuenta con las características que lo hacen ya de por sí necesario para la convivencia de las sociedades. Lo entendemos así porque reconocemos que la comunicación es un proceso cultural y social que permite el desarrollo de los individuos y sus comunidades. Al mismo tiempo, consideramos que la comunicación se ejerce a través de los principios básicos de los derechos humanos, es decir, de la libertad, igualdad, dignidad, responsabilidad y autonomía. Del mismo modo, estos principios son alcanzables si existe una verdadera comunicación, la cual, desde nuestro punto de vista se promovería con el reconocimiento de un derecho humano a comunicar.

En este mismo sentido, hemos problematizado sobre las aportaciones que brinda la perspectiva de los derechos culturales a los derechos humanos. Por ello, consideramos que el derecho humano a comunicar es un derecho cultural, ya que se expresa a través de la cultura y al mismo tiempo participa en la conformación de ésta. Hemos ejemplificado cómo el derecho humano a comunicar

es un derecho transversal en los derechos culturales, por lo que pensamos que es a través de éstos que puede ser impulsado y finalmente reconocido.

Por otro lado, hemos incursionado en los debates conceptuales que intentan definir el derecho humano a comunicar, los cuales nos han servido para aclarar que éste se conforma a partir de distintos niveles de comprensión. Por ello, retomamos la propuesta de Harms (2002) para definir a este derecho en tres niveles: fundamental, inclusivo e integral, los cuales ya hemos aclarado en los apartados anteriores.

De este modo, si intentáramos conjuntar estos tres niveles en una propuesta que explique nuestra forma de entender el derecho humano a comunicar, diríamos que éste es un principio guiador que aspira a conformar un espacio en el que es posible comunicarse libremente y que permita la comprensión y el entendimiento de las personas, comunidades y naciones. En este sentido, al ser un principio fundamental, el derecho humano a comunicar genera una serie de derechos específicos que tocan varios de los espacios en los que se desarrolla la comunicación en nuestros tiempos, por lo que éstos son al mismo tiempo resultado y conformadores del derecho humano a comunicar. Así, el derecho humano a comunicar tendría que fungir como un marco general que permita ir incorporando las experiencias y perspectivas específicas de las diversas formas de comunicación en el mundo, a través de los tiempos.

Finalmente, nos gustaría, a manera de resumen y con la intención de dejar clara nuestra concepción, mencionar los principios y propuestas que surgen desde la perspectiva del derecho humano a comunicar:

- a) La construcción de un nuevo modelo de comunicación, basado en el proceso y que por lo tanto ponga énfasis en el sujeto¹⁷;
- b) aprender a vivir con otros que son completamente diferentes a nosotros;
- c) afirmar la posibilidad de hacer valer un punto de vista, historia e identidad diferentes;

¹⁷ Esto significa que el principal objetivo deberá estar concentrado en un intercambio comunicativo verdadero, es decir, en el que tanto medios como audiencias puedan establecer relaciones más cercanas y haya una retroalimentación más directa y menos intuitiva. Lo anterior implica que los sujetos principales de interés para los medios sean las audiencias. En este sentido, el actual modelo de comunicación mediático tendría que modificarse para construir mecanismos que privilegien la participación de las audiencias en los medios.

- d) empoderar a la ciudadanía para que ellos mismos se expresen a través de su propia palabra;
- e) fomentar el aprendizaje entre los diferentes pueblos y promover la libertad de expresión de éstos; y finalmente,
- f) alcanzar la libertad a través del ejercicio de este derecho;

Como podemos ver, el derecho humano a comunicar tiene aún muchos espacios en los que hay continuar trabajando. Sin embargo, nos parece que al retomarlo como una plataforma general, pueden desprenderse de ésta acciones y condiciones específicas que garanticen la libertad de comunicación de los seres humanos. Lo anterior implicaría responsabilizar tanto a los Estados como a aquellos actores que en la actualidad forman parte de los medios de comunicación, pues éstos son uno de los espacios fundamentales para la convivencia social y democrática de las sociedades. En este sentido, el derecho humano a comunicar lleva consigo un replanteamiento de los sistemas de comunicación mediáticos, pues de la desconcentración y democratización de los medios depende, en la actualidad, de la libertad de comunicación de las personas.

Por ello, a través de esta investigación intentaremos contribuir en uno de los ámbitos que consideramos tocan el derecho humano a comunicar, el de las audiencias. Por lo que, en el siguiente apartado nos acercaremos a éstas de manera conceptual, para definir la posición desde la cual las comprendemos. Con esta aproximación, realizaremos más adelante a una propuesta que contenga los derechos que las audiencias deberían tener desde la perspectiva del derecho humano a comunicar.

Capítulo 2. Las audiencias de medios de comunicación

Capítulo 2. Las audiencias de medios de comunicación

Después de haber desarrollado un análisis sobre el significado y aportaciones que el reconocimiento de un derecho humano a comunicar traería a la convivencia social, es importante abordar a los sujetos beneficiarios de este derecho. Como hemos mencionado, el derecho humano a comunicar toca diversos espacios de la vida de las personas. Sin embargo, aquí nos vamos a concentrar en uno de los espacios de acción en los que podrían verse claramente reflejados los beneficios del derecho humano a comunicar. Nos referimos al ámbito de las audiencias mediáticas.

Los medios de comunicación tienen un gran interés en las audiencias debido a las cuantiosas ganancias económicas que obtienen de éstas. Sin embargo, la forma en que las representan la mayor parte de las veces es en puntos de rating. No obstante, las audiencias no pueden ser simplificadas en simples números, pues se conforman por seres humanos con costumbres, pensamientos, sentimientos, actitudes y características que complejizan su comprensión.

Por otro lado, el estudio de las audiencias no sólo es relevante porque los medios quieran conocerlas como consumidores, sino porque todos los días las personas mantienen contacto con los medios y desarrollan dinámicas y diversas formas de relacionarse basadas en lo que los medios les ofrecen. En este sentido, los sujetos son en muchos momentos de su día audiencias mediáticas.

Para comprender la complejidad que resulta estudiar a las audiencias retomamos a Guillermo Orozco (1994), quien menciona que:

“los miembros de la audiencia somos... muchas cosas a la vez: miembros de una familia, una comunidad, un barrio, una cultura, trabajadores, hombres o mujeres, jóvenes o viejos, sujetos políticos, individuos, etcétera” (Orozco, 1994:183).

De este modo, como veremos a lo largo de las diversas perspectivas teóricas que las han estudiado, el concepto de audiencias es abstracto y debatible (Lull, 1995) en todo momento.

2.1 Las perspectivas teóricas que han definido a las audiencias

La investigación de las audiencias mediáticas ha recorrido diversos momentos y ámbitos de análisis. Éstas se han explicado desde distintas perspectivas según los contextos históricos, políticos, sociales, económicos y culturales de las investigaciones que se han desarrollado.

Desde la perspectiva de Jensen y Rosengren (1990) son cinco corrientes teóricas las que han abordado el tema de las audiencias: Efectos de los medios, Usos y Gratificaciones, Crítica Literaria, Estudios Culturales y Análisis de la Recepción. Al mismo tiempo, retomamos la propuesta de Jerónimo Repoll (2010) sobre la perspectiva de los Estudios Culturales de Audiencia Latinoamericanos. Cada una de éstas ha definido a las audiencias de distinta manera, por lo que nos parece importante conocer la trayectoria a través de la que se ha construido este concepto y cómo lo entendemos desde nuestra perspectiva. Por ello a continuación haremos una revisión breve sobre la forma en que cada una de dichas corrientes concibe a las audiencias, y nos detendremos con más detalle en las tres últimas, ya que consideramos que éstas nos brindan elementos sustantivos para definir la perspectiva desde la que nosotros abordamos el tema.

2.1.1 Efectos de los medios

Esta corriente de investigación se encuentra ligada al concepto de sociedad de masas, el cual se desarrolló a principios del siglo XX para definir el modelo de organización social que generaba la industrialización (Lull, 1995:114). Desde la perspectiva de los estudiosos del tema, dicho modelo “erosionaba los vínculos sociales y familiares de los individuos, masificándolos y aislándolos de sus grupos primarios de referencia” (Lozano, 1996:38). Asimismo, consideraban que la industrialización y el crecimiento de la población urbana y las grandes ciudades, hacían que los sujetos se volvieran como esclavos de sus trabajos y sus jefes, conformándose en una masa de átomos sometidos por una estructura de la cual ellos no tenían control (Lull, 1995:114).

De esta concepción:

“surge la imagen de las audiencias como conglomerados de individuos pasivos, aislados, manipulables, irracionales e ignorantes. La masificación y el aislamiento de las personas, según esta perspectiva, las hacía extremadamente susceptibles de ser influenciadas por los medios masivos de comunicación” (Lozano, 1996:38).

De este modo, las audiencias eran concebidas como un conjunto de personas que podían ser directamente influenciadas, y las cuales respondía a estímulos directos de los medios. Bajo esta lógica, se desarrollaron teorías como las de *la aguja hipodérmica* y la *agenda-setting*.

Como vemos, el tratamiento que hace esta perspectiva sobre las audiencias es la de un sujeto pasivo, completamente influyente y sin capacidad de acción propia. Más adelante, veremos como esa concepción se va modificando a lo largo de diversas investigaciones.

2.1.2 Usos y gratificaciones

Las investigaciones que han seguido la línea de los usos y gratificaciones intentan responder a la pregunta de ¿Qué hace la gente con los medios?, con lo cual tratan de encontrar “cuáles son los beneficios, los usos concretos y las gratificaciones que se obtienen a través del contacto con los medios” (Vassallo 1994:173).

El origen de este enfoque se remonta a los años cuarenta. Uno de los primeros estudios fue realizado por Herzog en 1942, a través del cual intentaba conocer las razones por las que las amas de casa escuchaban radionovelas. En esta investigación Herzog identificó que obtenían tres tipos de gratificaciones: escape emocional, obtención de sugerencias sobre cómo enfrentar ciertos problemas, y deseos de experimentar lo mismo que los protagonistas (Lozano, 1996:184).

Otros trabajos que se han realizado bajo esta corriente son las de los investigadores: Berelson de 1949, Lasswell de 1948, Katz, Gurevich, Hass de 1973, McQuail, Blumer, Brown de 1979, etc. Actualmente, el enfoque de Usos y Gratificaciones sigue siendo recurrente y se continúa nutriendo de diversas técnicas y métodos.

Por otro lado, la corriente de usos y gratificaciones modifica el enfoque desde el que se mira a las audiencias. Para dejarlo más claro retomaremos los cinco puntos que explican las bases principales de esta perspectiva según Miguel de Moragas:

- 1) *“Se concibe al público como activo, es decir, una parte importante del uso de medios masivos se supone dirigido a unos objetivos,*
- 2) *La gente acomoda los medios a sus necesidades más de cuanto puedan los medios supeditar a la gente,*
- 3) *Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades. Las necesidades atendidas por la comunicación de masas sólo constituyen un segmento de la más amplia gama de necesidades humanas, y desde luego varía el grado en que pueden ser adecuadamente satisfechas por el consumo de los medios masivos,*
- 4) *Las personas son suficientemente conscientes como para poder informar sobre su interés y su motivo en casos determinados, o cuando menos para reconocerlos cuando se ven confrontados con ellos en una formulación verbal inteligible y familiar,*
- 5) *Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran en sus propios términos las orientaciones del público” (Moragas, 1986: 135)”.*

Como podemos observar, desde la perspectiva de los usos y gratificaciones las audiencias son vistas como sujetos activos que hacen un uso consciente de los medios al elegir los programas que les permiten cubrir ciertas necesidades, lo cual contradice la idea de la influencia directa que tienen los medios sobre los sujetos.

Asimismo, para el enfoque de los usos y gratificaciones es importante no prejuzgar la calidad de los mensajes que emiten los medios de comunicación, sino encontrar las razones por las que las audiencias prefieren cierto tipo de programas. En este sentido, para esta perspectiva las audiencias son el sujeto principal de investigación, ya que son vistas como personas capaces de decidir qué programas y medios consumir. Sin embargo, se mantiene la idea de que las audiencias se relacionan con éstos sólo como consumidores.

Por ello, una de las características de estos estudios es que han tratado de establecer esquemas de los distintos tipos de gratificaciones. De este modo, se han propuesto tipologías como las de McQuail/Blumer/Brown (1972) y Katz/Gurevitch/Hass (1973).

No obstante, establecer un esquema general que englobe todas las necesidades y gratificaciones que obtienen las audiencias es muy complejo, ya que las investigaciones que se realizan bajo esta línea se distinguen por las diversas variables que manejan, es decir, cada investigación se basa en medios, contenidos y sociedades diferentes. A pesar de ello también podemos encontrar similitudes en los esquemas propuestos.

Actualmente, se continúan realizando investigaciones bajo el enfoque de usos y gratificaciones, ya que las personas les dedican varias horas de su tiempo a los medios, con la intención de obtener ciertas gratificaciones. No obstante, consideramos que ésta no es la única forma en que las audiencias se relacionan con los medios, por lo que la forma de entenderlas es aún más compleja.

2.1.3 Criticismo literario

El interés por conocer la recepción de los sujetos en torno a los textos literarios comenzó a principios de la década de los sesenta, con lo cual se llevaron a cabo diversas aportaciones en relación a la forma de concebir a los sujetos receptores de estos mensajes y las relaciones que establecían con los textos a los que accedían. Del mismo modo, esta corriente pone énfasis en la diversidad y la historicidad de la lectura, es decir en las distintas formas de leer de los sujetos y los contextos tanto de los lectores como de las obras. La contribución a este enfoque se ha llevado a cabo desde distintas disciplinas como la crítica literaria, la pragmática textual, la semiótica y la estética literaria (Varela, 1999 en Vega 2004). ya que considera que el *lector* puede tener distintas interpretaciones de un mensaje

En este sentido, el criticismo literario intenta responder a la pregunta de ¿qué lectura hace el sujeto de un texto?, pues considera a los sujetos como lectores miembros de una *comunidad interpretativa* en la que comparte y se nutre de estrategias para leer los textos (Fish, 1980 en Vega, 2004). Al mismo tiempo considera que el propio texto propone un *lector modelo* al llevar a

cabo su planteamiento de tal o cual modo, pues éste determina las características que deberá tener su lector para poder comprenderlo. Sin embargo, reconoce que el sujeto hará su propia interpretación, sin importar la propuesta que le hace el texto (Eco, 1982, en Vega, 2004).

De este modo, podríamos decir que esta perspectiva considera a las audiencias como sujetos lectores de mensajes que llevan a cabo distintas interpretaciones o lecturas, según sus códigos de interpretación, los cuales han adquirido a través de su historia y contextos particulares. Sin embargo, cabe destacar que “el análisis literario se refiere a lo que la estructura de los textos literarios les hacen a los lectores más que a lo que los lectores hacen con la literatura” (Jensen y Rosengren 1990 en Dayan 1997:340).

2.1.4 Estudios culturales

Los Estudios Culturales surgen en el Reino Unido después de la segunda Guerra Mundial y se encuentran enmarcados por el contexto social, cultural y político de Inglaterra en ese momento. Para ese entonces, se consideraba que el proceso de industrialización había fragmentado a la sociedad y con ello se habían roto los lazos de la cultura, por lo que se comenzó a desarrollar la corriente de investigación denominada cultura y civilización (Grandi, 1995).

En el marco de este contexto, son tres los personajes que comienzan a gestar las bases de los Estudios Culturales: Richard Hoggart con el texto de *The Uses of Literacy* de 1957; Raymond Williams con sus obras *Culture and Society* de 1958, y *The Long Revolution* de 1961; y Edward P. Thompson con *The Making of the English Working Class* de 1963. Es así, que en 1964 se funda en la Universidad de Birmingham el *Centre for Contemporary Cultural Studies* (Centro de Estudios Culturales Contemporáneos, CCCS) (Grandi, 1995).

A través del trabajo de estos autores y otros que vendrán a lo largo de los años, se configura la perspectiva de los Estudios Culturales, cuyos ámbitos de estudio se caracterizan por centrar su atención en la cultura principalmente, ya que según su lógica, ésta es vista como una dimensión fundamental para la comprensión de la realidad.

“Los estudios culturales describen cómo las vidas cotidianas de las personas están articuladas por la cultura y con ella. Investiga cómo las estructuras y fuerzas particulares que organizan sus vidas cotidianas de maneras contradictorias empoderan o desempoderan a las personas, y cómo se articulan sus vidas (cotidianas) a las trayectorias del poder político y económico y a través de ellas. Los estudios culturales exploran las posibilidades históricas de transformación de las realidades vividas por las personas y las relaciones de poder en las que se construyen dichas realidades, en cuanto reafirma la contribución vital del trabajo intelectual a la imaginación y realización de tales posibilidades. Los estudios culturales se ocupan del papel de las prácticas culturales en la construcción de los contextos de la vida humana como configuraciones de poder, de cómo las relaciones de poder son estructuradas por las prácticas discursivas que constituyen el mundo vivido como humano” (Grossberg, 2009:17).

Así, los estudios culturales han realizado investigaciones en diversos ámbitos, y uno de éstos es el de las audiencias y sus formas de relacionarse con los medios de comunicación. En este ámbito, la corriente de los Estudios Culturales intenta analizar el papel que juega la cultura en la decodificación de los mensajes, ya que desde su punto de vista “El tipo de decodificación dependería, en cada caso, de diferentes aspectos o mediaciones, desde la clase social, hasta el contexto y las prácticas culturales de los grupos receptores” (Lozano, 1996: 193).

De este modo, los Estudios culturales de audiencias se interesan en las prácticas sociales y culturales de éstas, con la intención de comprender cómo los discursos que obtienen de tales prácticas interactúan con los discursos de los medios. Es así, que bajo esta perspectiva el espacio privilegiado para la investigación de las audiencias es la vida cotidiana.

En síntesis los estudios culturales de audiencias se interesan por conocer la recepción:

“como una práctica compleja de construcción de sentido, en donde se observan procesos de articulación y de negociación entre el texto y la audiencia. Es decir, entre los procesos de codificación y decodificación se negocian discursos y situaciones que están en permanente cambio y re-configuración” (López, 2006:2).

Una de las aportaciones, que desde nuestra perspectiva es relevante para definir a las audiencias es la propuesta de Stuart Hall (1973) basada en el modelo de codificación-decodificación.

Hall habla de la existencia de un mensaje al que entiende como “un signo-vehículo, o mejor, unos vehículos-signos” que se construyen a partir de cierto código. Dicha construcción se lleva a cabo por las “estructuras productoras de la televisión” (nosotros diríamos de cualquier medio), las cuales se encuentran permeadas por un “sistema sociocultural y político más amplio del que aquéllas sólo constituyen una parte diferenciada”. Al mismo tiempo, las audiencias retoman y conforman sus discursos a partir de este sistema sociocultural, político y económico, al que también pertenecen. “Por tanto circulación y recepción son ‘momentos’, de hecho, del proceso de producción televisivo (y de otros medios); y son incorporados en el proceso productivo mismo a través de un número de ‘feedbacks’ asimétricos y estructurados”. Sin embargo, las estructuras de significación desde las que los medios y las audiencias retoman los elementos para codificar y decodificar los mensajes, no siempre son los mismos, por lo que “los grados de ‘entendimiento’ y ‘malentendido’ en el intercambio comunicativo dependen (de) ambos”. (1973/2004:217-219).

Tan sólo en la propuesta que hace Hall, la cual además nos parece una de las maneras más acertadas para explicar el proceso de comunicación entre audiencias y medios, encontramos una serie de elementos que resulta complejo poder explicar. Desde esta perspectiva, tanto las audiencias como los medios conforman sus discursos de explicación y comprensión a partir de diversas estructuras de significación, las cuales resultan relevantes al momento de querer entender a las audiencias.

Aunado a esto, Hall nos habla del carácter polisémico que tienen los mensajes que construyen los medios de comunicación, ya que considera que éstos pueden constituirse a través de unos mismos signos, pero tener una connotación diferente, es decir, puede haber un mensaje que se haya estructurado de cierto modo, tratando de otorgarle cierto significado, pero este mismo mensaje puede ser retomado por un actor diferente y otorgarle otro significado. Sin embargo, la construcción de estos mensajes no puede entenderse sin la referencia que sus creadores tienen sobre sus audiencias, por lo que la polisemia es un asunto que también compete a la manera en que se comprende a las audiencias y sus procesos de recepción.

Otro de los estudiosos de este enfoque es David Morley, quien llevó a la práctica el modelo de Hall, al desarrollar la investigación de Nationwide (1980), de la cual se derivan una serie de propuestas relevantes para los estudios de audiencias.

Para Morley los mensajes de los medios no ejercen un efecto directo sobre los sujetos, sino que las audiencias llevan a cabo un proceso de decodificación que pueden realizar gracias a los códigos básicos que las personas han aprendido y que aplican inconscientemente.

Otro aspecto que Morley (1996) destaca de la audiencia es que ésta puede responder con argumentos a los mensajes que recibe de los medios, ya que: *“Los mensajes que llevamos de los medios no se encuentran aislados, porque todos llevamos con nosotros, en el momento de recibirlos, otros discursos y otro conjunto de representaciones con los que estamos en contacto en otras esferas de la vida”* (113).

En este sentido, para Morley las audiencias son activas ya que realizan un proceso de decodificación, son capaces de responder con argumentos a los mensajes que reciben de los medios, y los mensajes mediáticos con los que interactúan se encuentran en constante diálogo con los mensajes y discursos que reciben de otra parte.

Debido a que los estudios culturales plantean la necesidad de tomar en cuenta los contextos de los sujetos, así como de los mensajes y los medios con los que interactúan, reconocen que las interpretaciones que los sujetos hacen de un mensaje son diversas. Sin embargo, ubican la existencia de una *lectura preferencial*.

“En suma, que si bien es indudable que siempre hay diferencias individuales en el modo en el que la gente interpreta un mensaje particular, bien podría ocurrir que esas diferencias individuales estuvieran enmarcadas por diferencias culturales” (Morley, 1996:118).

Otro aspecto importante para los estudios culturales es que comprenden a las audiencias como sujetos en contextos particulares y generales que determinan sus formas de relacionarse con los

medios. Por lo que, de esta forma intentan no dejar de lado los factores externos que median entre las audiencias y los medios.

Articulando todos los elementos aquí mencionados y retomando las propias palabras de Morley (1996), podemos decir que la investigación de las audiencias desde la perspectiva de los estudios culturales se basan en:

“comprender la relación que existe entre las dos dimensiones, o sea: entender la experiencia y la respuesta individual y variada tal como se dan en un contexto social particular en virtud de los recursos culturales de que se dispone en dicho contexto. Y así concebimos al individuo social, el decodificador individual inmerso en un particular contexto social estructurado” (131).

De este modo, los estudios culturales entienden a las audiencias como sujetos activos inmersos en una cultura específica, y cuyas formas de relacionarse con los medios son producto de ésta y de la diversidad de contextos que los rodean. Por lo tanto, los estudios culturales no sólo reconocen la capacidad de las personas como sujetos activos, sino que contemplan la existencia de estructuras externas que también influyen en la interacción de las audiencias y los medios.

2.1.5 El análisis de la recepción

El enfoque del Análisis de la Recepción es la corriente más reciente desde la cual se intenta explicar el proceso de recepción de los mensajes mediáticos que reciben las audiencias.

Dicha corriente parte de la idea de audiencia como “individuos activos capaces de someter los medios a diversas formas de consumo, decodificación y usos sociales” (Jensen y Rosengren 1990 en Dayan 1997:347). Por lo tanto concibe a la audiencia como activa y además considera que los mensajes se basan en códigos culturales.

Para el Análisis de la recepción importa más la interpretación que comparten culturalmente diversas personas. *“Por ello, los investigadores en este enfoque estudian la manera en que*

ciertos grupos de personas reciben e interpretan los mensajes de los medios. Estos grupos son llamados en este enfoque comunidades interpretativas o subculturas” (Lozano, 1996:198).

Desde la perspectiva de Jensen y Rosengren lo que caracteriza a las investigaciones basadas en el Análisis de la Recepción es:

“Sobre todo, la insistencia en que los estudios incluyan un análisis empírico comparativo de los discursos de los medios con los discursos de la audiencia y de la estructura de contenido, con la estructura de las respuestas de la audiencia en relación con aquel contenido. Los resultados de este análisis son entonces interpretados en referencia al sistema sociocultural circundante que de nuevo es conceptualizado como una configuración histórica de prácticas sociales, contextos de uso y comunidades de interpretación” (Vassallo, 1994:176).

Como podemos observar, esta corriente comprende a las audiencias como sujetos que “participan en una producción social de sentido y de formas culturales generalmente a través de su pertenencia a comunidades interpretativas” (Jensen y Rosengren, 1990 en Dayan, 1997:352), por lo que no son vistos como entes independientes de las estructuras sociales.

2.1.6 Los Estudios Culturales de Audiencia Latinoamericanos

Hemos relatado las principales aportaciones de las corrientes teóricas que Jensen y Rosengren identificaron como aquellas que se habían desarrollado en el ámbito de los estudios de audiencias. Sin embargo, ahora nos gustaría retomar la propuesta de Jerónimo Repoll (2010) en la que identifica las aportaciones de *los Estudios Culturales de Audiencias Latinoamericanos*, a los cuales entiende como “un corpus de trabajos no sólo de índole teórica sino también de investigación empírica” (254) que han contribuido al análisis de otros conceptos, categorías y elementos de análisis que surgen desde el propio contexto latinoamericano.

En este sentido, la primera diferencia que establece Repoll es el reconocimiento que se ha hecho sobre la *modernidad otra* (Martín-Barebero y Rey, 1999) que se vive en los países latinoamericanos, es decir, las distintas formas de apropiación que las comunidades de América

Latina han hecho sobre los procesos de modernidad, al mezclarlos con sus propias realidades. Este primer reconocimiento aporta sin duda, elementos para el análisis de la recepción de las audiencias latinoamericanas. Ante esta realidad, los estudios de las audiencias comienzan a analizarse a través de procesos de *difuminación de lo culto, lo popular y lo masivo: culturas híbridas* (García Canclini, 1995), los cuales se encuentran fundidos, y por lo tanto, están presentes al momento de ser audiencias.

Por otro lado, el reconocimiento de *mediaciones* (Martín-Barbero, 1987) y de *mediaciones múltiples* (Orozco, 1991, 1996, 2001) en los procesos de comunicación de los sujetos, son aportaciones conceptuales, que sin duda han permeado los estudios de recepción latinoamericanos.

Para Orozco la audiencia es “un conjunto segmentado de sujetos socioculturalmente ubicados, capaces de realizar distintas televidencias” (Orozco, 1996:80), lo cual podríamos trasladar a cualquier medio, es decir, que los sujetos establecen ciertos tipos de relaciones específicas con los distintos medios de comunicación.

Debido, a que Orozco entiende a las audiencias como sujetos que llevan consigo una serie de discursos de distintos espacios, propone la investigación de las audiencias y sus procesos de recepción a través de la multimediación, la cual es un modelo que intenta vincular las esferas micro y macro de los sujetos.

La propuesta de Guillermo Orozco retoma en primer lugar el modelo de mediaciones de Martín-Barbero (1987) y rescata el concepto de mediación para aplicarlo a los estudios de audiencias, con lo cual crea una tipología en la que aborda distintas categorías de mediaciones. En este modelo Orozco (1996) entiende el concepto de mediación como: “un proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con la TV como la creación por ellos del sentido de esa interacción” (84).

Los tipos de mediación propuestos por Orozco (1996) son: la mediación individual; la mediación situacional; la mediación institucional; y la mediación tecnológica. Sin embargo, él mismo reconoce que existen otra serie de mediaciones que intervienen en los procesos de recepción de

las audiencias. Para destacar lo complejo que resulta comprender a las audiencias detallamos este modelo.

- 1) La mediación individual: “surge del sujeto, tanto como individuo con un desarrollo cognoscitivo y emotivo, como en su calidad de sujeto social, miembro de una cultura; en ambas situaciones, la agencia sujeto-individuo se desarrolla en diferentes escenarios.” Las principales fuentes de esta mediación son los esquemas mentales, el género, la edad y la etnia, ya que cada uno de ellos determina la interacción de los receptores con la televisión. Cabe señalar que dichas mediaciones individuales deben ser tomadas en cuenta dentro de medios culturales concreto.
- 2) La mediación situacional: se refiere a la situación en que la interacción TV-audiencia se entabla, ya que cada escenario abarca posibilidades y limitaciones para el proceso de recepción televisiva, tanto a nivel espacial como a nivel de la interacción posible de la teleaudiencia. Sin embargo esta mediación implica tomar en cuenta los distintos escenarios en los que los sujetos interactúan usualmente, como lo son la escuela, el trabajo, la calle, etc. ya que en éstos se reapropia de lo visto en la televisión.
- 3) La mediación institucional: en esta categoría se intenta tomar en cuenta las distintas instituciones en las que participan los sujetos, ya que cada individuo es parte de una familia, un grupo de amigos, una iglesia, etc. y es importante conocerlas debido a que cada institución o grupo se rige con ciertas reglas y procedimientos, que influyen en las distintas televidencias.
- 4) Mediación Tecnológica: la televisión es un medio que aparte de representar una institución, cuenta con una serie de recursos característicos de dicho medio que le permiten interactuar de un modo específico con las audiencias. La televisión crea su propio lenguaje, utiliza diversos recursos y crea diferentes géneros para diferentes audiencias.

Por otro lado, Orozco considera que para el estudio de las audiencias es necesario tomar en cuenta a las comunidades interpretativas, concepto que retoma de Jensen (1987), al cual Orozco (1996) define como “un grupo de sujetos sociales unidos por un conjunto particular de prácticas

comunicativas de las cuales surgen televidencias específicas a lo largo de una combinación también específica de mediaciones” (91).

Un elemento más que contempla este autor son las estrategias televisivas, las cuales son prácticas que cada sujeto crea para poder llevar a cabo la interacción con la televisión. Estas estrategias dependen de las diferentes mediaciones y de los hábitos y costumbres de cada persona, y podemos decir se establecen con todos los medios de comunicación.

Otro aspecto importante para Orozco son los supertemas, los cuales se refieren a “aquellos universos temáticos que son cotidianamente importantes para la audiencia” (75). Estos son importantes ya que también permiten diferenciar a las audiencias y analizar la manera en que los sujetos se enganchan con ciertos tipos de programas.

Hemos retomado este modelo para destacar la complejidad que tiene la conformación de las audiencias, así como de sus formas de interacción con los medios. Con ello, intentamos mostrar cómo la visión de Guillermo Orozco, nos permite mirar a las audiencias como sujetos en constante actividad y en diálogo con sus contextos.

Continuando con las aportaciones de los Estudios culturales de audiencias latinoamericanas encontramos otro concepto clave que es el de la *identidad cultural como mediación* (Nilda Jacks, 1994), el cual se ha desarrollado como una categoría fundamental que si bien no rechaza otras como la edad y el sexo, sí se sitúa como una más importante “asumiendo y difuminando a todas y cada una de ellas” (Repoll, 2010:250). Sin duda, el abordaje de esta categoría, nos permite entender a las audiencias como sujetos con identidades culturales específicas que permean sus procesos de interacción mediática.

De este mismo modo, podemos hablar del concepto de *frentes culturales* (González, 1994), entendidos éstos como *espacios sociales, entrecruces y haces de relaciones sociales*, que permiten entender las interacciones de las audiencias, no sólo como procesos en los que se juega el sentido del producto mediático, sino “que constituye un frente cultural en el cual se disputan los marcos culturales que estructuran significativamente las prácticas sociales de la vida cotidiana” (Repoll: 2010: 225).

Finalmente, Repoll reflexiona sobre la forma en cómo la investigación de audiencias que se ha llevado a cabo en la región latinoamericana, lleva en sí una práctica de “responsabilidad social y voluntad de incidir sobre aquella realidad para revertirla y transformarla” (Kaplún, 1992 en Repoll, 2010:256), pues los contextos de las sociedades latinoamericanas nos muestran la necesidad de transformar los sistemas de comunicación mediáticos. Por ello, sin duda la investigación de audiencias y las aportaciones teóricas que han surgido de estas realidades, nos sirven para entender de una manera más profunda a nuestras audiencias.

2.1.7 Breves reflexiones acerca de las contribuciones y carencias de las corrientes teóricas

Cada una de las corrientes teóricas que hemos abordado hasta aquí ha contribuido sin duda al entendimiento de las audiencias. Todas han intentado, de algún modo, realizar investigaciones que traten de explicar la recepción, el consumo, las interacciones mediáticas, la influencia de los medios, etc. No obstante, cada una tiene abordajes y contribuciones diferentes. Por lo que nos gustaría destacar algunas, en aras de observar cómo el abordaje de las audiencias continúa siendo complejo.

- 1) La teoría de los efectos nos ha permitido comprender cómo los medios de comunicación pueden tener cierta influencia sobre las audiencias, con ello ha destacado la importancia del estudio de los medios y sus contenidos. Sin embargo, al hacer énfasis en este aspecto, ha olvidado contemplar otros discursos con los que cuentan las audiencias al momento de recibir los mensajes mediáticos.
- 2) Los estudios que se han abordado desde la corriente de los usos y gratificaciones nos han permitido ver cómo las audiencias utilizan los medios y qué tipo de beneficios inmediatos tratan de obtener de éstos. Con ello, han mostrado cómo las audiencias tienen capacidades selectivas y cierta autonomía para decidir qué programas consumen. Sin embargo, dichos abordajes deberán ser complementados contextualizando el tipo de consumo de cada una de las audiencias.
- 3) Al poner énfasis en el texto, el criticismo literario nos ha permitido cuestionarnos sobre la manera en que los textos, y con ello nos referimos a cualquier contenido mediático, guían a las audiencias para que éstas realicen cierto tipo de decodificación de los mensajes. Si

bien, este abordaje se enfatiza más en los estudios culturales, es esta perspectiva la que al estudiar a los textos da la pauta para abordar a las audiencias tomando en cuenta los contenidos mediáticos. Puesto que el énfasis del criticismo literario está en los textos, no serán las audiencias su principal objeto de estudio.

- 4) Los estudios culturales tienen grandes aportes para el entendimiento de las audiencias, pues al contemplarlas dentro de una cultura se abre la posibilidad de comprender que las audiencias son seres humanos dotados de discursos que conviven con los que los medios les ofrecen. Desde esta perspectiva se reconoce una mayor autonomía de las audiencias y se complejizan los procesos comunicativos mediáticos de éstas. Sin embargo, a los estudios culturales se les critica por haber dejado de poner atención en el potencial que tienen las industrias mediáticas para influir en las audiencias. A pesar de ello, los estudios que se han realizado bajo esta perspectiva dan muestra de la amplia complejidad que resulta el estudio de las audiencias.
- 5) El análisis de la recepción ha contribuido de manera fundamental al poner hincapié en el estudio de las audiencias contemplando sus discursos y los de los medios, pues de este modo reconoce la importancia que tiene cada uno de éstos en los procesos comunicativos mediáticos. Dicha perspectiva se ha nutrido de las anteriores, por lo que sus estrategias metodológicas han complejizado el estudio de las audiencias, y por lo tanto, la manera en que se les conceptualiza. Se trata de contemplar a las audiencias no sólo en sus interacciones mediáticas inmediatas, sino en todos aquellos espacios en los que éstos se encuentran presentes.
- 6) Con respecto a los estudios culturales de audiencias latinoamericanas ha habido grandes contribuciones, pues la realidad latinoamericana ha permitido cuestionar los modelos teóricos-conceptuales y mostrar cómo contextos culturales específicos, propios de la región, influyen en los procesos de comunicación de las audiencias.

De este modo, podemos decir que cada una de las perspectivas teóricas que han intentado abordar el estudio de las audiencias se ha enfrentado a retos y cuestionamientos que no se han resuelto del todo, pero también han encontrado hallazgos que nos permiten seguir ahondando en la diversidad de procesos que las audiencias llevan a cabo en todos los espacios de su vida. En este sentido, nos parece importante tratar de definir la manera en que desde este estudio se entiende a las

audiencias, pues este posicionamiento es el que determina la promoción de unos derechos de las audiencias.

2.2 Nuestra conceptualización de las audiencias

Sin duda, las corrientes teóricas que hemos mencionado han contribuido a la definición de las audiencias. Sin embargo, éstas han resultado tan complejas que podríamos decir que son varias cosas a la vez. Por ello, en este apartado haremos una reflexión sobre los distintos ámbitos desde los que pueden ser miradas las audiencias, ya que consideramos que todos éstos son importantes para su comprensión.

2.2.1 Los elementos que retomamos de las corrientes teóricas

En este apartado pretendemos definir a las audiencias retomando los conceptos clave que han indagado las seis perspectivas teóricas que hemos reseñado. Para ello, iremos explicando la forma en que comprendemos a las audiencias y cuáles son los elementos que dichas perspectivas nos otorgan para entenderlas de ese modo.

Para comenzar nos gustaría mencionar que uno de los principales aspectos que intentamos resaltar en esta investigación es el hecho de que existen diversas audiencias y no una sola, ya que como hemos visto a lo largo de este capítulo, son varios los factores que influyen en la interacción de los sujetos con los medios. De este modo, las audiencias se configuran a partir de diversos elementos como: su cultura, las instituciones a las que pertenecen, los ambientes y contextos en los que conviven, sus interacciones, sus intereses, etc. Por lo que el número de audiencias que pueda conformarse es incalculable y vasto.

Por otro lado, nos es importante resaltar que las audiencias son sujetos conscientes de la actividad que llevan a cabo al interactuar con los medios, por lo que retomamos ciertos argumentos que nos ayudan a entender de este modo a las audiencias:

- En primer lugar, coincidimos con la corriente de los usos y gratificaciones con respecto a que las audiencias dan un uso a los medios de comunicación para obtener ciertas

gratificaciones y cubrir necesidades específicas que encuentran en la programación mediática.

- En segundo lugar, compartimos con la corriente de estudios culturales la idea de que el proceso de interacción que se lleva a cabo entre los medios y las audiencias se encuentra determinado por la cultura y, que aunque, cada individuo puede hacer distintas interpretaciones de lo que encuentra en los mensajes, los sujetos compartimos códigos culturales que determinan nuestras interacciones, por lo que podemos encontrar lecturas preferenciales de los mensajes.
- En tercer lugar, coincidimos con los estudios culturales sobre el hecho de que las audiencias pueden responder conscientemente y con argumentos a los mensajes que los medios les ofrecen, ya que las esferas que rodean la vida de los sujetos les brindan argumentos para interpretar y responder dichos mensajes (Morley, 1996).
- En cuarto lugar, es importante destacar que para entender a las audiencias es relevante comprender la esfera micro, es decir, su entorno inmediato, y la esfera macro, su contexto sociocultural.
- En quinto lugar, retomamos la corriente del análisis de la recepción para destacar que las audiencias se pueden identificar en comunidades interpretativas específicas y que la interacción e interpretación que éstas hacen de los medios y sus mensajes dependen de una serie de factores que son identificables.
- En sexto lugar, resaltamos de la perspectiva del análisis de la recepción el hecho de considerar a las audiencias como sujetos activos capaces de identificar los factores que determinan su interacción con los medios. Además, también considera que las audiencias hacen un uso pleno y consciente de los medios. Sin embargo, esta corriente no deja de tomar en cuenta que existen aspectos externos que condicionan la decodificación e interacción que éstos tienen con los medios.
- En séptimo lugar debemos aceptar, que la realidad latinoamericana nos dota de contextos y características particulares, a través de los cuales debemos entender a las audiencias. En

principio, reconocemos que las audiencias latinoamericanas se han constituido a través de una *nueva modernidad*, que a la vez que la construyen retoman de ella elementos con los cuales interactúan a través de los medios. Esta realidad, nos demuestra entonces que la manera en que deberemos entender a las audiencias, tiene que tomar en cuenta procesos más complejos, que nos permitan aprender a mirarlas de una manera distinta, por ejemplo como *culturas híbridas*.

- En octavo lugar, y bajo la lógica anterior, entendemos que las audiencias se conforman a partir de distintas *mediaciones*. Una de ellas, que toma relevancia en las sociedades latinoamericanas es la *identidad cultural*, pues ésta les brinda los elementos que les permite comprender, interactuar y transformar los discursos mediáticos. En este mismo sentido, y frente al panorama de nuestras sociedades, entendemos que los procesos que llevan a cabo las audiencias con los medios, no sólo se quedan en el ámbito audiencias-medios, sino que a través de éstos establecen *frentes culturales* a partir de los cuales las audiencias crean y rehacen *los marcos culturales* que les brindan referencias en su vida cotidiana.

Hasta aquí hemos abordado varios de los elementos que nos permiten comprender a las audiencias, y hemos destacado dos características: que son varias y diversas, y que son sujetos activos. No obstante, no ignoramos que existen distintos factores que las conforman y las condicionan. Sin embargo, creemos que al mirarlas como sujetos activos las reconocemos como actores fundamentales en los procesos de comunicación mediática.

2.2.2 La actividad de las audiencias

Uno de los ejes principales sobre los que se ha intentado definir a las audiencias es a través de las capacidades que éstas tienen para enfrentarse a los discursos de los medios de comunicación. En este sentido, el debate ha girado en torno a su *actividad*: en una posición se encuentran las perspectivas que miran a las audiencias como sujetos pasivos e influyentes de los medios; y en la otra están las que las consideran sujetos activos con capacidades que les permiten interactuar de uno o cierto modo con los medios. Sin embargo, para esta segunda posición la *actividad* de las audiencias tiene distintos grados de entendimiento.

Se considera que la corriente de los usos y gratificaciones fue la primera en reconocer que las audiencias son activas y no meras receptoras. Sin embargo, este reconocimiento se centraba en el uso que las audiencias hacían de los medios (Nightinglade, 1999:31), por lo que su actividad se veía como individual y se concentraba en las necesidades que las personas deseaban cubrir. Es a partir de los estudios culturales que la actividad de las audiencias se vuelve más significativa, pues desde su visión:

“Se entiende a la actividad de la audiencia como una producción no limitada a la recepción o a la actividad intelectual (como pensar, evaluar, etc.) sino como algo que va más allá y alcanza una dimensión de representación, donde los discursos de la vida cotidiana tienen lugar en un paisaje diseminado con monumentos del pasado” (Nightinglade, 1999:18).

En este sentido, las audiencias son activas porque los procesos de comunicación que establecen con los medios no sólo se quedan en este ámbito, sino que trascienden y se entretajan con los acontecimientos que tienen en su vida cotidiana. Lo anterior sucede de una manera compleja y difícil de desagregar, ya hemos dado cuenta de estos procesos de interacción según la propuesta de Stuart Hall.

Ante esta dificultad, la pregunta continúa siendo ¿cómo podemos entender esa actividad? Desde la perspectiva de los estudios culturales, el meollo del asunto estaría en reconocer que las audiencias “son productoras de sentido desde dentro de sus propios contextos culturales” (Barker, 2003:185), lo cual nos obligaría a indagar sus prácticas significativas y a explicarlas desde sus propios marcos culturales. En este sentido, podemos decir que entonces la actividad de las audiencias no se lleva a cabo de manera individual sino que se conforma en comunidad, ya que “la actividad de la audiencia se produce por las experiencias y perspectivas de los miembros de la misma, y por la expansión más amplia de los significados dentro de la sociedad” (Curran, 1998:240).

De este modo, consideramos que no toda la actividad de la audiencia será igual en las distintas sociedades, ésta dependerá de lo que para cada cultura es significativo, pues “diferentes

audiencias tienen diferentes necesidades y diferentes habilidades” (Silverstone, 1994:254). En este sentido, “la actividad puede referirse a una lectura creativa (...) pero también puede referirse al proceso más trivial de hacer encajar el texto en los marcos o hábitos familiares” (Livingstone 1990 en Silverstone, 1994:253).

Es así que desde nuestro punto de vista, todas las audiencias son activas, es más podríamos decir que hasta el adjetivo *activa* es redundante, pues “la práctica de mirar televisión (o interactuar con cualquier otro medio) es activa en tanto incluye alguna forma de acción más o menos provista de sentido (incluso en su modo más habitual o ritual)” (Silverstone, 1994:255).

Por otro lado, al considerar a las audiencias como sujetos activos que tienen sus propios referentes al momento de interactuar con los medios, no dejamos de tomar en cuenta que esos referentes provienen de distintas *estructuras de significación* que a la vez que los dotan de herramientas para decodificar los mensajes mediáticos, también los limitan. En síntesis, el proceso comunicativo que se establece entre las audiencias y los medios, es uno continuo que todo el tiempo está nutriéndose entre sí, por lo que la manera en que habremos de entender a las audiencias deberá tomar en cuenta el proceso completo.

De este modo, la manera en que comenzamos a definir a las audiencias es “como entidades individuales, sociales y culturales, y siguiendo la terminología de Janice Radway, <<nómadas>>” (Silverstone, 1994:221). Por lo tanto, tratamos de entender a las audiencias como sujetos complejos que se constituyen y mueven en distintos espacios, y desde los cuales, según nuestro punto de vista, tendrían que ser definidas.

2.2.3 Las audiencias en su complejidad sociocultural.

La diversidad que hasta este momento hemos mostrado nos ayuda a comprender que las audiencias son sujetos complejos y diversos, pero tangibles y reales, que conforman la realidad de muchas sociedades y que por lo tanto merecen atención. Sabemos que es difícil definir las porque, como menciona Orzoco (1996), son muchas cosas a la vez, pero trataremos de entenderlas a través de lo que sí son.

Existen distintos roles, espacios e instituciones donde se mueven las audiencias, y si intentáramos definir las en cada uno de éstos nos llevarían muchos espacios de reflexión. No obstante, hay ámbitos desde los que podemos explicarlas y aunque cada uno de éstos por sí mismo no refleja completamente lo que son, en su conjunto nos pueden ayudar a comprenderlas.

Por ello, en este apartado haremos un breve recuento de tres dimensiones a través de las cuales podemos mirar a las audiencias: como ciudadanos, como consumidores y como parte de una cultura. Como veremos a continuación estas tres se articulan y nos ayudan a comprender la importancia que tiene el reconocimiento de sus derechos.

Como hemos visto, las audiencias son parte de una familia, una religión, una comunidad, en fin, toda una serie de instituciones que median sus procesos de comunicación. Todas estas instancias son sin duda importantes cuando se trata de comprender las especificidades de las audiencias. Sin embargo, una categoría que intenta unificarlas es la de ciudadanía.

Al establecer una relación mediática, las audiencias no dejan sus estatus de ciudadanos. Sin embargo, ¿qué significado puede tener el tratar de comprenderlas a través de este rol social? Para entenderlo explicaremos qué entendemos por ciudadanos.

Entender a las audiencias como ciudadanos es verlos como “protagonistas de la vida pública” (Cortina 2004:12), es decir, como sujetos interesados y participantes de los asuntos de su comunidad.

Para ahondar en esta noción de ciudadano retomaremos la propuesta de Cortina (2004), quien sugiere que es importante mirar cómo se ha ido construyendo esta categoría a través de distintas tradiciones filosóficas. Para esta autora, cinco son las tradiciones que abonan elementos al concepto de ciudadano: la liberal, la republicana, el comunitarismo, la socialdemócrata y el multiculturalismo y el cosmopolitismo (Cortina, 2004). A continuación las resumimos en el siguiente cuadro.

Liberal	El ciudadano no es súbdito, es su propio señor. El cuerpo social debe proteger su derecho a ejercer sus derechos civiles y políticos.
Republicana	Es ciudadano el que participa en la vida pública, por lo que no hay política auténtica sin la participación responsable de los ciudadanos. El ciudadano no es sólo un votante, sino alguien que toma parte activa en la vida de la polis. Su participación tiene una dimensión estatal, pero otra igualmente decisiva de sociedad civil.
Comunitarismo	El ciudadano es responsable de su comunidad y, en consecuencia, debe intentar desentrañar cuáles son los fines que esa comunidad se propone para dilucidar qué puede hacer él por ayudar a alcanzarlos.
Socialdemócrata	El ciudadano es aquel que en una comunidad política goza no sólo de derechos civiles (libertades individuales) y políticos (participación política), sino también de derechos sociales (trabajo, educación, vivienda, salud).
Multiculturalismo y Cosmopolitismo	Distintas culturas deben ser tomadas en cuenta para ir componiendo la figura del ciudadano, en una inevitable apertura al mundo.

(Cortina, 2004)

Como podemos observar, a partir de las distintas aportaciones que hacen estas corrientes se ha ido construyendo un concepto de ciudadano que comprende a las personas como sujetos con derechos, participativos, interesados en su comunidad, miembros de una sociedad y un sistema político particular, y que se encamina a comprenderse a partir de sus diferencias y pertenencias culturales.

De este modo, es que consideramos que si entendemos a las audiencias como ciudadanos, debemos contemplar las características antes mencionadas, y por lo tanto, deberíamos comprenderlas como sujetos con derechos y obligaciones en sus relaciones mediáticas.

Ahora bien, hasta el momento la manera en que las audiencias ejercen su ciudadanía a través de los medios de comunicación se ha limitado a sus prácticas de consumo. Desde la perspectiva de García Canclini:

“estos medios electrónicos que hicieron irrumpir a las masas populares en la esfera pública fueron desplazando el desempeño ciudadano hacia las prácticas de consumo. Se establecieron otros modos de informarse, de entender las comunidades a las que se pertenece, de concebir y ejercer los derechos. Desilusionados de las burocracias estatales, partidarias y sindicales, los públicos acuden a la radio y la televisión para

lograr lo que las instituciones ciudadanas no proporcionan: servicios, justicia, reparaciones o simple atención” (1995:35).

En este sentido, es importante entender a las audiencias como consumidores. De hecho, es la principal forma en que las industrias mediáticas las miran. Sin embargo, al traer a colación las reflexiones de García Canclini vemos como el consumo es una práctica que va más allá de la simple adquisición de bienes o servicios. Desde su punto de vista esta actividad es una forma de expresión ciudadana y cultural, por lo que es necesario entenderla más a fondo.

Por ello, es importante “desconstruir las concepciones que encuentran los comportamientos de los consumidores predominantemente irracionales y las que sólo ven a los ciudadanos actuando en función de la racionalidad de los principios ideológicos” (García, 1995:34), pues las audiencias se mueven en esos dos espacios, y a veces serán ciudadanos, otras consumidores y otras las dos cosas a las vez.

Bajo esta perspectiva, el consumo es visto como una práctica en la que se intercambian *bienes en su condición de símbolos*, o mejor dicho *símbolos en su condición de bienes* (Silverstone, 1994:183), pues los productos que consumen las personas son portadoras de significados, y por lo tanto, formas de comunicación. En este sentido, habrá que entender que el consumo es una de las prácticas a través la cual las audiencias se comunican, lo cual no quiere decir que sea la única, pero sí una a la que se le ha explotado sin comprender su máxima expresión.

“Los bienes masivos representan cultura, no por su mera presencia en tanto el ambiente dentro del cual operamos, sino porque constituyen una parte integrante de ese proceso de objetivación por el cual nos modelamos como una sociedad industrial: nuestras identidades, nuestras afiliaciones sociales, nuestras prácticas de vida cotidianas. La autenticidad de los artefactos como parte de la cultura procede, no de la relación que establecen con cierto estilo histórico o con cierto proceso de fabricación (...) sino, antes bien, de su participación activa en un proceso de autocreación social de nosotros mismos y de otros” (Miller, 1987 en Silverstone, 1994:200).

Al igual que García Canclini, Silverstone mira en el consumo una manera de participar en la vida sociocultural de nuestros tiempos. Si observamos a nuestro alrededor veremos como en efecto nos encontramos consumiendo en muchos momentos de nuestro día, por supuesto, porque esa es una de las dinámicas en la que han puesto hincapié las sociedades modernas, pero también porque dicha práctica lleva en sí una serie de elementos que nos permiten identificarnos y distinguirnos. “Cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable” (García, 1995:35).

“Con el consumo expresamos, al mismo tiempo y con las mismas acciones, no sólo nuestra irredimible dependencia, sino también nuestras libertades creadoras como partícipes de la cultura contemporánea. Quiero decir con esto que la televisión (lo mismo vale, desde luego, para los demás medios de comunicación social) nos suministra los modelos y también los medios para esa participación” (Silverstone, 1994:180).

En este sentido, el consumo de las audiencias es una práctica cultural comunicativa que se desprende de las condiciones sociales, políticas y económicas de las sociedades contemporáneas. Esta actividad del consumo, toma relevancia cuando la comprendemos en el marco de una cultura, pues como hemos mencionado antes, los procesos de interacción y de conformación de las audiencias no serán los mismos según los referentes culturales de cada sociedad.

“Las culturas son los marcos a través de los cuales nos interpretamos a nosotros mismos y a los demás. Las culturas proporcionan las matrices a través de las cuales es generado el conocimiento interpersonal, dan coherencia y consistencia a nuestros sistemas de significado e inspiran un sentido de bienestar. La cultura nos provee de bases sobre las cuales formamos nuestra identidad personal y colectiva, y nos facilita el sentido de pertenencia a una comunidad social” (Lull, 1995:133).

Por lo tanto, la cultura nos otorga herramientas que nos permiten comprender e interactuar en el mundo. Sin embargo, ésta no es estática y todo el tiempo se construye y se transforma. De hecho, la cultura se refleja en la vida cotidiana (Hall en Nightingale, 1999). La manera en que la cultura se expresa es a través de formas simbólicas, es decir, de “las acciones, los objetos y las

expresiones significativas de diversos tipos” (Thompson, 2002:203). En este sentido, la cultura se expresa a través de “todas las prácticas sociales y como la suma de su interrelación” (Nightingale, 1999:86). Así, las audiencias son sujetos que conforman y construyen su cultura, a partir de las prácticas e interacciones que llevan a cabo, una de ellas las que surgen de sus relaciones mediáticas.

Desde este punto de vista, se podría decir que:

“La gente se convierte en audiencia por razones culturales, no naturales. Una persona puede ser un consumidor de helados pero nunca una audiencia de un helado... Sólo aprendemos a actuar y pensar en nosotros mismos como audiencia en ciertos contextos y situaciones” (Nightingale, 1999:233).

De este modo, bajo las tres dimensiones que hemos interrelacionado en este apartado, la ciudadanía, el consumo y la cultura, intentamos dejar ver que las audiencias toman relevancia en la esfera pública, pues si entendemos que éstas consumen medios como una práctica ciudadana y cultural comprenderemos la importancia de reconocerles derechos. Como hemos visto esta práctica compleja contiene elementos que afectan la manera en que se constituye la sociedad, y por lo tanto, la manera en que se conformará también una sociedad democrática o no.

2.2.4 El nuevo contexto de las audiencias

El desarrollo de las llamadas tecnologías de la información y la comunicación han detonado una serie de reflexiones sobre la manera en que éstas generan nuevos procesos individuales y socioculturales de las audiencias. A pesar de que medios como la prensa, la televisión, la radio y el cine convivían en el día a día de las audiencias, es hasta el advenimiento de tecnologías que permiten la confluencia de todos o varios de estos medios en un mismo espacio, en el que comienza cuestionarse cómo esa congregación de medios modifica la percepción e interacción de la realidad, pues “las tecnologías no sólo transforman al mundo sino que también influyen en la percepción que los sujetos tiene de ese mundo” (Scolari, 2008:273).

En este sentido, Scolari (2008) plantea que existen una serie de hipermediaciones que habrán de tomarse en cuenta para comprender los procesos de comunicación de las audiencias. Estas hipermediaciones son entendidas como una “trama de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que engloba una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular” (277). De este modo, el autor nos invita a reflexionar sobre la manera en que este proceso toma relevancia en las interacciones de las audiencias, pues ya no se trata sólo del intercambio con medios que establecían un tipo de comunicación vertical, sino que al confluir distintas tecnologías y modos de relacionarse con dichos medios, las audiencias se transforman y con ello sus procesos cognitivos e interactivos.

Desde esta perspectiva, Scolari se cuestiona la posibilidad de reformular el concepto de audiencias y “evaluar posibles alternativas conceptuales para nombrar a estas comunidades de prosumidores en red” (2008:289), pues vislumbra que la manera de utilizar e interactuar de las audiencias a través de las tecnologías de la información y la comunicación permite otras formas de interacción que medios como la televisión y la radio no posibilitaban. Por ejemplo: la personalización de los contenidos, el consumo asincrónico y el intercambio muchos-a-muchos (Scolari, 2008:288).

Sin embargo, a pesar de que nos parece importante tomar en cuenta las transformaciones que se derivan de las dinámicas de estas tecnologías, consideramos que las audiencias continúan siendo tales. Es decir, no ignoramos que el uso de nuevas tecnologías están transformando las dinámicas de interacción de las audiencias. Sin embargo, éstas continúan interactuando con los medios de comunicación “tradicionales”, por lo que habremos de seguirlas considerando audiencias. Claro está que tendremos que seguir reflexionando e investigando sobre las maneras de interacción y comunicación que se derivan de las “nuevas” tecnologías.

Otra manera de pensar en las transformaciones que están generando la confluencia de diversos medios, es a partir de la convergencia mediática. Desde la perspectiva de Jenkins (2006) la convergencia mediática se refiere:

“al flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias

mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. Convergencia es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a través de estos diversos marcos de referencia” (2006:14).

El planteamiento que hace Jenkins se enfoca en tratar de comprender cómo la confluencia de distintos medios está generando un *proceso de convergencia mediática* en el que tanto industrias, tecnologías y audiencias confluyen y se transforman. Este proceso de transformación no es lineal ni estático, sino que se encuentra en constante construcción por los distintos elementos que lo conforman. De este modo, nos parece importante destacar este proceso de convergencia para poder comprender las transformaciones de las audiencias.

“La convergencia no tiene lugar mediante apartados mediáticos, por sofisticados que estos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros. Cada uno de nosotros construye su propia mitología personal a partir de fragmentos de información extraídos del flujo mediático y transformados en recursos mediante los cuales transferimos sentido a nuestra vida cotidiana” (Jenkins, 2006:15).

En este sentido, la convergencia mediática es un espacio en el que vivimos, pues a pesar de que aún muchas audiencias no conviven con plataformas multimediáticas, el panorama de convergencia ya ha transformado la manera en que los medios “tradicionales” se comportan. Ante esta realidad, no podemos dejar de pensar a las audiencias como sujetos en constantes transformaciones, habrá que pensarlas como sujetos que interactúan, modifican y construyen relaciones comunicativas según distintos contextos y condiciones mediáticas.

2.2.4 Reflexiones preliminares

Después del recorrido que hemos hecho al tratar de comprender a las audiencias, nos gustaría presentar, a manera de reflexión, una conclusión acerca de nuestro concepto.

A lo largo de este capítulo, tratamos de comprender a las audiencias como sujetos complejos, que se relacionan con los medios, a través de éstos y bajo la mediación de éstos. Bajo esta complejidad, resulta complicado tratar de definir las porque siempre habrá aspectos que no contemplemos. Sin embargo, nos gustaría definir las a partir de aquellos elementos que consideramos sí las configuran, aunque corramos el riesgo de evadir otros más.

En principio, como esperamos hayamos dejado ver a lo largo de este texto, consideramos a las audiencias como seres humanos, con todo lo que conlleva esto: una serie de contradicciones y dificultades, pero también de creaciones y maravillas. De este modo, las audiencias son en principio seres humanos difíciles de comprender.

Como seres humanos, las audiencias son sujetos de una cultura que les permite estar en constante diálogo con pensamientos, actividades y producciones que le dan sentido a la vida. En tanto sujetos de una cultura, las audiencias interpretan, utilizan y resignifican lo que obtienen de los medios y junto con otros discursos conforman y reconstruyen su realidad.

Por otro lado, las audiencias son sujetos sociales que viven bajo sistemas de organización que se han desarrollado a lo largo de la historia. Dichos sistemas determinan la forma de ver la vida y establecen normas a través de las que los sujetos conviven. Por ello, pensamos que es importante considerar que las audiencias están constituidas bajo estos sistemas.

En este mismo sentido, como parte de una sociedad democrática, las audiencias son ciudadanos dotados de derechos y obligaciones, aunque también carecen de ellos. Nos referimos a esto, principalmente en el caso de México, porque las audiencias generalmente son vistas como sujetos pasivos, por lo que no se les reconocen derechos específicos.

Del mismo modo, las audiencias son usuarias de medios; consumidores; regidas por un sistema económico y político particular; miembros de una familia, una religión, una escuela, un trabajo; pertenecientes a una etnia, un género, un estatus socioeconómico; en fin, forman parte de una serie espacios y condiciones que median sus procesos comunicativos. Sin embargo, su comprensión aún continúa siendo complicada, porque varios son los factores que influyen en sus dinámicas.

Por otro lado, habremos de dejar abierta la puerta para comenzar a comprender a las audiencias frente al panorama de la convergencia mediática, porque seguramente éste las está transformando y reconfigurando como sujetos comunicativos.

Todas las condiciones que hasta este momento hemos mencionado hacen que las audiencias sean “capaces de organizarse, de discernir, de manifestarse públicamente, de defender sus derechos a la comunicación, aunque también capaces de enajenarse a los contenidos de los medios, de ser recipientes pasivos de sus mensajes” (Orozco, 1997).

Cabe entonces preguntarnos en qué radica que las audiencias puedan ser sujetos que critiquen y cuestionen, dotados de derechos que exijan ante los medios y otras instancias. Nos parece que la respuesta se encamina a la forma en que se construyen las audiencias, ya que “como audiencia no se nace. Las audiencias se van haciendo de distintas maneras, aunque quizá la predominante sea la manera auspiciada por los mismos medios: audiencias pasivas, acríticas, simplemente espectadoras” (Orozco, 1997). De este modo, la conformación de audiencias participativas y críticas deberá gestarse a través distintos espacios como el de los medios, la educación, las instancias gubernamentales y la sociedad civil. Sin duda, las maneras de lograrlo también podrán ser diversas, dos que por ahora sólo mencionamos porque ahondaremos sobre ellos en otro capítulo, son la educación para los medios y los observatorios ciudadanos.

Finalmente, habrá que expandir nuestra visión sobre las audiencias y tratar de comprenderlas en su complejidad. Para ello, nos parece que es necesario construir un concepto de éstas que las reconozca como actores socioculturales y, que por lo tanto, les otorgue un estatus autónomo, es decir, que se les vea como seres humanos capaces de decidir, de actuar o de no hacerlo, con respecto a sus relaciones mediáticas y los otros espacios en los que los discursos de los medios

confluyen. Para ello, hay varios caminos por recorrer, pero uno de los que consideramos puede contribuir a este desafío será el de dotarlas de derechos, pues al hacerlo las estamos ya reconociendo. En este sentido, este nuevo concepto de las audiencias pasa por el reconocimiento de su derecho humano a comunicar. Hemos visto ya la manera en que éste presupone y dota a los sujetos de habilidades, capacidades y herramientas para poder comunicarse. Por lo tanto, desde nuestra perspectiva las audiencias deben contar con un derecho humano a comunicar del que se desprendan sus derechos comunicativos.

Capítulo 3. El estado de los derechos de las audiencias en México

Capítulo 3. El estado de los derechos de las audiencias en México.

Parte I. El panorama mediático.

3.1 Primeros apuntes.

Según el Censo de Población y Vivienda de 2010 en México habitan más de 112 millones de personas en todo el territorio nacional. De éstas muchas son indígenas, migrantes, mestizos, gente con una diversidad de identidades y culturas que viven y conviven todos los días en nuestro país. Por ello, se dice que México es un país pluricultural, pues como resultado de su historia cohabita gente cuyos orígenes datan de la mezcla de culturas prehispánicas y europeas principalmente, pero también personalidades con lazos en las comunidades latinoamericanas, africanas y asiáticas. Esta diversidad hace que el número de costumbres, tradiciones, religiones, prácticas y actividades cotidianas sean innumerables.

Algunos datos que ejemplifican la composición cultural de nuestro país son el número de personas inmigrantes residentes en México, el cual según el censo de 2000 fue de 492 mil 617. Por otro lado, según las cifras oficiales más recientes sobre población indígena (calculado en el censo de 2005 y en cual sólo se consideraron personas de cinco años y más que hablaran alguna lengua indígena) éstos son alrededor de 6 millones 11 mil doscientos dos personas. Todas estas personas forman parte importante de la cultura de nuestra nación y del mundo. A ello hay que agregar que según un comunicado de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, México es el octavo país del mundo con más pueblos indígenas, los cuales ocupan la quinta parte del territorio nacional (El Universal, 20 de mayo de 2010)¹⁸.

En este mismo sentido, nuestra nación es el segundo país del continente americano con más “lenguas maternas vivas habladas dentro de un país” (Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México 2010, 2010:23). No hay que olvidar que “las lenguas no son solamente un medio de comunicación, sino que representan también la estructura misma de las expresiones culturales y son portadoras de identidad, valores y concepciones del mundo” (Resumen del Informe mundial de la UNESCO. Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural,

¹⁸ <http://www.eluniversal.com.mx/notas/681948.html> Recuperado el 1 de mayo de 2011

2010:13). En este sentido, las 11 familias, 68 agrupaciones y 364 variantes lingüísticas que existen en nuestro país representan un sin número de formas de ver el mundo.

Estos datos nos hablan de las innumerables posibilidades de ser y actuar de los mexicanos. Sin embargo, sabemos que además de la lengua, el origen étnico, el lugar de residencia, nuestras familias, las instituciones a las que pertenecemos, etc. nos dotan de significados para comprender nuestra realidad y llevar a cabo nuestras prácticas cotidianas. En el capítulo anterior hemos reflexionado sobre cómo todo ello nos configura como audiencias, y por lo tanto, nos hace interactuar con los medios de distintas maneras, por lo que podríamos decir que en México está compuesto por audiencias que a la vez que comparten características similares, también tienen referentes particulares que las hacen distinguirse entre ellas.

Sin embargo, a pesar de la diversidad de audiencias que prevalece en nuestro país, la oferta programática que existe en los medios de comunicación es muy limitada. Dicha problemática tiene distintas razones, una de ellas es la concentración mediática que hay en México. A continuación daremos algunos datos que dan muestra de tal asunto.

3.2 La concentración de medios comerciales

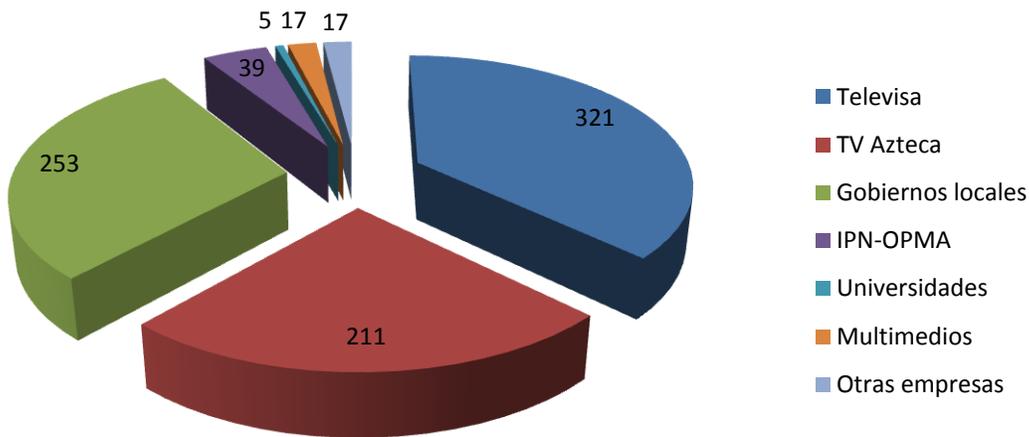
A) El caso de la televisión.

Uno de los medios más consumidos por las audiencias mexicanas es la televisión. Veamos cómo se maneja ésta. Las industrias televisivas de “Televisa y Televisión Azteca ocupan el 62 por ciento de todas las frecuencias asignadas para televisión en México y 96 por ciento de las concesiones para televisión comercial” (Tejo 2011:87). Según datos de Tejo recabados de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, Cofetel, al 30 de septiembre de 2010 existían un total de 863 frecuencias de televisión, 321 operadas por Televisa, 211 por TV Azteca, 253 por gobiernos locales, 39 por el Instituto Politécnico Nacional y el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales, 5 por Universidades, 17 por Multimedios y 17 por otras empresas (Tejo 2011:90-91). Actualmente, la Cofetel reporta la existencia de 864 estaciones de televisión autorizadas hasta el 31 de marzo de 2011¹⁹.

¹⁹ http://www.cft.gob.mx/es/Cofetel_2008/Cofe_distribucion_de_estaciones_in Recuperado 13 de mayo de 2011.

Observemos en la siguiente gráfica cómo el espectro radioeléctrico queda repartido en dos empresas, y aunque aparentemente pudiera parecer que las televisoras otorgadas a los gobiernos locales funcionan como un contrapeso a éstas, no es así, pues la cobertura que cada una de esas televisoras tiene no alcanza a competir con la cobertura nacional de Televisa y Tv Azteca.

Frecuencias de televisión asignadas en México



Elaboración propia con datos de Raúl Trejo, 2011.

Esta división, además de ser oligopólica, restringe de algún modo el acceso de otros participantes al uso y explotación de las frecuencias televisivas. Ello ha ocasionado dificultades para las audiencias mediáticas, pues su oferta programática se restringe principalmente a dos televisoras que promueven contenidos muy similares. Aunado a ello, desde nuestra perspectiva el modelo de televisión comercial en México tiene pocos mecanismos para que las audiencias accedan, participen o emitan mensajes a través de la televisión.

En el ámbito de la televisión un espacio a través del cual pueden encontrarse otros contenidos (no generados necesariamente por el duopolio televisivo, aunque pueden contenerlos) es el de la televisión restringida. Sin embargo, pocas personas tienen acceso a este medio.

Son siete los principales operadores que ofrecen el servicio: Megacable, Maxcom, Cablemás, Cablevisión, TVI, Sky y Dish. Éstas, según datos de Jorge Bravo (en AMEDI, 2011) tienen los siguientes suscriptores:

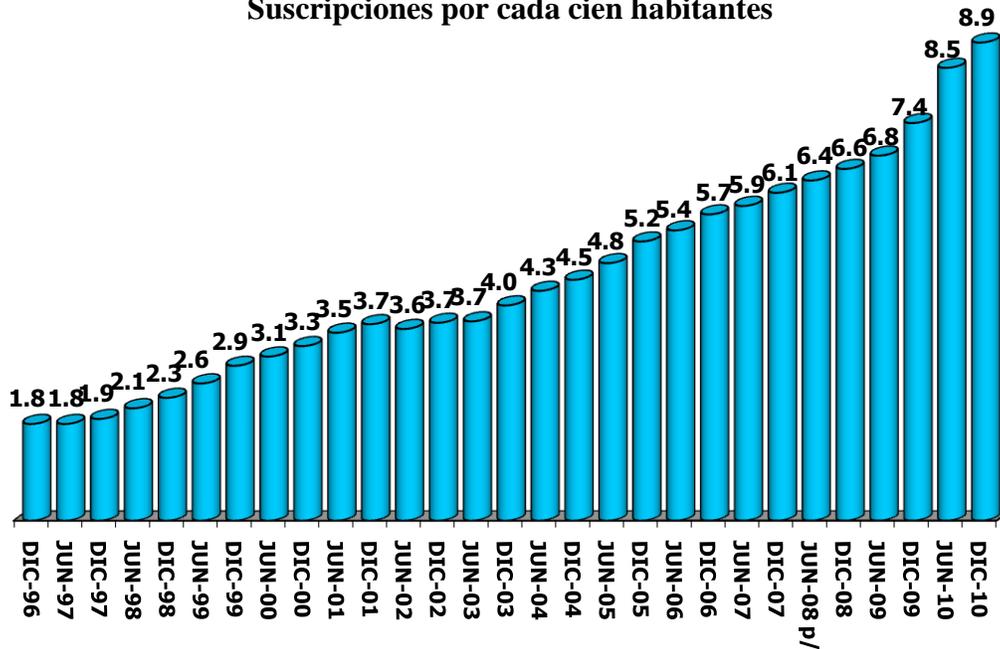
Empresa	Número de suscriptores
Megacable	2, 296, 790
Maxcom	49, 711
Cablemás	997, 237
Cablevisión	668, 985
TVI	301, 698
Sky	3, 044, 028
Dish	1, 323, 700

Fuente: Bravo, 2011

En esta tabla se observa como tres empresas son las que concentran el mayor número de suscriptores: Sky, Megacable y Dish. La primera de éstas es propiedad de Televisa, así como de las subsidiarías Cablemás, Cablevisión y TVI. En este sentido, el grupo Televisa es predominante en este terreno, por lo que nuevamente esta empresa define los contenidos y podríamos decir que también muchas de las maneras de interacción entre las audiencias mexicanas y la televisión. Esto, según nuestra perspectiva, determina de cierto modo la manera en que las audiencias pueden o no ejercer sus derechos.

A lo anterior también se agrega el hecho de que pocas personas tienen acceso la televisión restringida, pues según las estadísticas ofrecidas por Cofetel el número de personas con este servicio no representa ni la mitad de la población, pues sólo 8.9 de cada 100 personas cuentan con éste

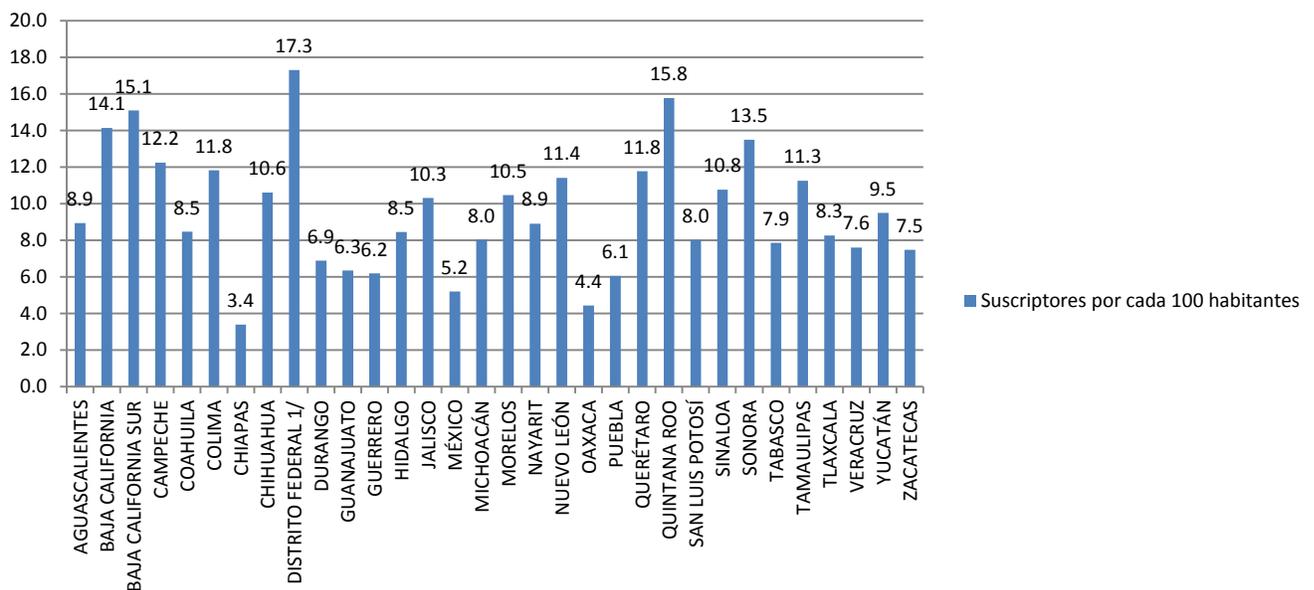
PENETRACIÓN DE TELEVISIÓN RESTRINGIDA Suscripciones por cada cien habitantes



Fuente: Cofetel, marzo de 2011.

Al mismo tiempo, el acceso a la televisión restringida es desigual en las distintas entidades federativas, pues podemos observar cómo en entidades como Chiapas, Oaxaca, el Estado de México y Puebla son menos de seis de cada cien personas las que tienen acceso a este servicio.

Suscriptores por cada 100 habitantes



Fuente: Cofetel, marzo de 2011.

Por lo tanto, la televisión restringida no representa en sí una opción distinta y accesible para las audiencias mexicanas, pues al ser ofertada por pocos operadores, las posibilidades que la población tiene tanto en términos de precio, como de contenidos son determinadas y limitadas por estos grupos empresariales.

B) El caso de la radio.

Según datos de la Cofetel, hasta el 31 marzo de 2011 existía un total de mil 903 estaciones de radio, 365 permisionadas, es decir sin fines de lucro, y mil 540 como concesionadas, o sea comerciales. De ese total 853 son de AM, 952 de FM y siete de onda corta, también habría que sumar las 83 frecuencias denominadas “combo, que retransmiten la señal de igual número de canales de AM” (Sosa, 2011 en AMEDI, 2011:95) y siete denominadas como de “equipo complementario que utiliza una frecuencia en FM, para zonas de sombra de una estación de radio de FM” (Cofetel, marzo de 2011). Dentro de las concesiones, diez grupos radiofónicos acaparan alrededor del 70 por ciento de las estaciones de radio. Estos son Radiorama, Grupo ACIR, Radio Cima, Organización Impulsora de Radio, Sociedad Mexicana de Radio, Promosat de México, Radio Difusoras Asociadas, MVS Radio, Grupo Radio Fórmula y Multimedios Estrellas de Oro (Sosa, 2011 en AMEDI, 2011:95).

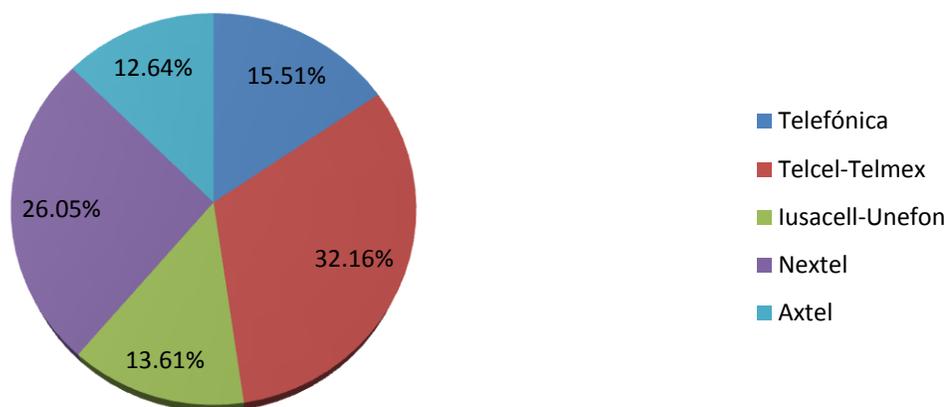
Aunque aquí el espectro está más repartido, nuevamente son pocos participantes los que ofertan contenidos en la radio. Además hay que destacar que generalmente, las estaciones representadas por estos grupos, cuentan con mayor cobertura que las radiodifusoras pequeñas. Por lo tanto, sus contenidos llegan a un mayor número de audiencias, Por otro lado, cabe mencionar que la radio tiene más mecanismos que la televisión para incorporar a sus audiencias. Sin embargo, consideramos que la mayoría de las veces éstos son utilizados para reforzar a las propias radiodifusoras, más que para que las audiencias se expresen.

C) Las telecomunicaciones.

En cuanto a la concentración en materia de telecomunicaciones ocurre algo similar, la tenencia del espectro se concentra en cinco operadores principalmente: Telcel-Telmex, Nextel, Iusacell-Unefon, Telefónica y Axtel (Bravo 2011 AMEDI, 2011:133). Cabe mencionar que dentro de

algunas de éstas Televisa y Televisión Azteca también son accionarias. Veamos la siguiente gráfica.

Tenencia del espectro en materia de telecomunicaciones



Elaboración propia con datos de Bravo, 2011:133

Los servicios de telecomunicaciones están teniendo gran impacto en las audiencias, pues como ya hemos mencionado anteriormente, las dinámicas mediáticas se transforman con el advenimiento de nuevos medios y formas de interacción. Uno de los espacios que brinda dichas posibilidades es Internet, cuyo servicio es ofrecido por estas empresas.

Sin embargo, el acceso que la población mexicana tiene a este medio aún es muy restringido. Según un estudio internacional realizado por la organización Freedom House, el cual se titula *Freedom on the Net 2011*, México es un país que tiene un nivel *parcialmente libre* en materia de acceso a Internet, pues alrededor de 30 millones de mexicanos lo utilizan, lo cual representa el 27 por ciento de la población total del país (Kelly y Cook, 2011:240). Por otro lado, los datos más recientes que la Cofetel apunta son de diciembre de 2010, según los cuales son más de 34 millones los usuarios de Internet.

Esta investigación se enfocó en tres indicadores principalmente: los obstáculos de acceso, límites de contenido y violaciones a los derechos de los usuarios. Bajo esta perspectiva, el reporte indicó que, comparado con el promedio de los países de la Organización para la Cooperación y el

Desarrollo Económicos (OCDE), el cual es de 20 suscriptores a internet por cada 100 personas, México se encuentra por debajo de estos niveles al reportar un número de 9.5 suscriptores. Al mismo tiempo, destacó que el 84 por ciento de los usuarios de internet arriba de seis años vive en zonas urbanas y el resto habita en zonas rurales. A estos datos, también añadió los altos costos por el servicio de internet, el cual viene a la par del dominio que la empresa Telemex tiene sobre los servicios de líneas fijas y servicios de DSL de banda ancha a Internet, ya que de los 8 millones de suscriptores a este servicio, Telmex tiene 6.3 millones (Kelly y Cook, 2011:240).

Otro rubro que destacó este estudio, es el de la telefonía móvil, en la cual encontramos un dominio de Telcel, (empresa que pertenece al mismo dueño de Telmex, y según la revista Forbes, el hombre más rico del mundo, Carlos Slim). En este ámbito, el grado de penetración se ha incrementado rápidamente, pues para el 2006 se hablaba de un 56% de usuarios y para 2010 se estima que había un 80% de éstos. Sin embargo, el acceso a internet vía móviles aún es limitado, pues sólo el 10% por ciento de los usuarios contaban con algún dispositivo móvil para utilizar dicho servicio (Kelly y Cook, 2011:242).

Ya estos números nos dan muestra de cómo pocas industrias otorgan los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones en nuestro país. Desde nuestra perspectiva, esta concentración es uno de los factores que no favorecen el reconocimiento y respeto de los derechos de las audiencias, ejemplo de ello es la manera en que tales empresas las conciben, de lo cual daremos cuenta más adelante. Sin embargo, en México también existen medios públicos que podrían representar los espacios ideales en los que las audiencias puedan ejercer su derecho humano a comunicar y los derechos que de éste se desprenden. Pero estos medios también tienen ciertas particularidades, las cuales revisaremos a continuación.

3.3 La concentración de medios públicos en pocos actores

Existen televisoras y radiodifusoras públicas en México dentro de las cuales “se encuentran las universitarias, culturales, educativas, legislativas, indígenas y estatales. Son medios que no persiguen fines de lucro y que están financiados básicamente, con recursos del erario público.”, la mayoría de éstas operan bajo la figura del permiso, aunque algunas otras son concesiones (Ortega, 2011 en AMEDI. 2011:228).

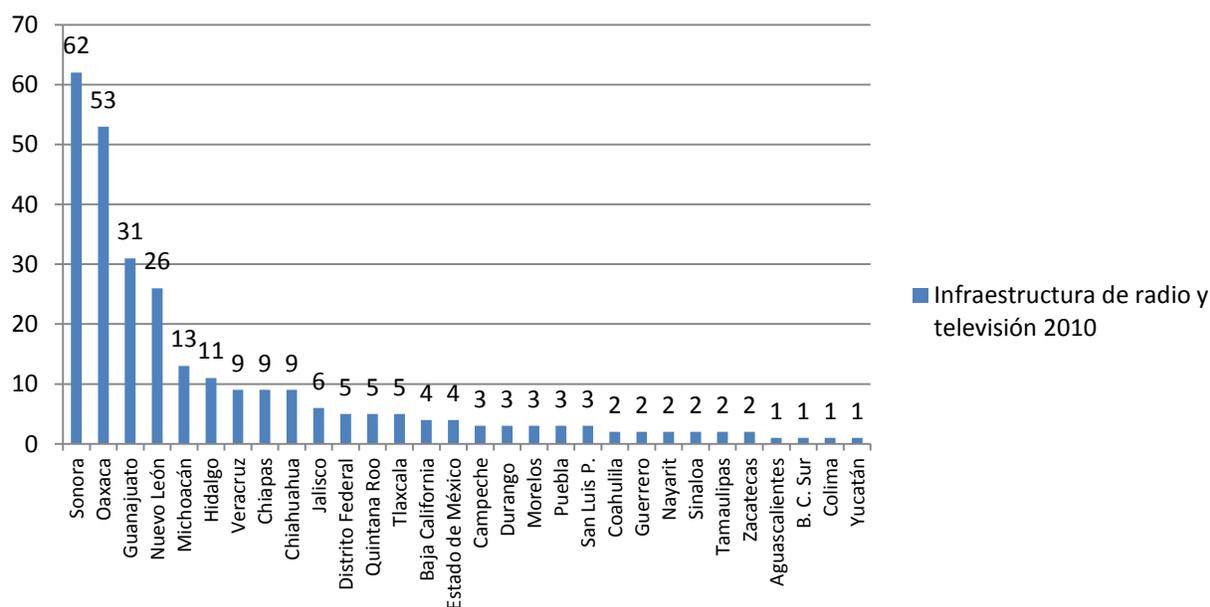
Como vamos a ver a lo largo de este apartado, el panorama en el caso de los medios públicos no es más alentador que el de los medios comerciales. En el ámbito de la televisión, según la revisión de Patricia Ortega (2011) hasta septiembre de 2010 la Cofetel reportaba 285 permisos para operar canales de televisión. Actualmente, según datos renovados por la Cofetel el 31 marzo de 2011, se reportan 295 permisos para operar este medio, de los cuales 15 son de televisión digital terrestres.

Según la investigación de Ortega (2011) 232 permisos están otorgados a gobiernos estatales, regionales y municipales; 26 al gobierno federal, 13 que opera el Instituto Politécnico Nacional y 13 el Organismo Promotor de Medios audiovisuales; 5 a instituciones de educación superior; 1 al poder legislativo; 1 al poder judicial; y 21 a patronatos y organizaciones civiles. A pesar de estos datos, la autora nos advierte que no todos los permisos están instalados o se encuentran en operación, por lo que a pesar de haber distintas asignaciones de frecuencias, muchas de éstas no representan otra oferta para las audiencias.

Si revisamos los datos anteriores, podemos decir que la mayor parte de las frecuencias televisivas son operadas por instituciones del Estado, por lo que el acceso que se ha brindado a la sociedad civil para operar canales de televisión es muy restringido y en algunas ocasiones funciona de manera irregular. Por ejemplo, los canales 6, 4 y 8 pertenecientes al Patronato Pro Televisión Punta Estrella, A. C. ubicados en San Felipe, Baja California, funcionan como repetidoras del consorcio Televisa, pues los dos primeros canales reproducen la programación de Canal 2, y el 8 retransmite el Canal 5 (Ortega, 2011 AMEDI. 2011:230).

Otro problema que es notable es la disparidad que existe entre la distribución de frecuencias permisionadas de televisión, pues cuatro entidades federativas concentran más de la mitad de éstas “Sonora tiene 62 frecuencias, Oaxaca 53, Guanajuato 31 y Nuevo León 26” (Ortega, 2011, en AMEDI, 2011:230).

Infraestructura de radio y televisión 2010



Fuente: Cofetel en Ortega 2011

Como vemos, a pesar del número de frecuencias de televisión asignadas a los estados, no existe una distribución pareja por estado, por lo tanto, se podría decir que las audiencias tienen un acceso desigual al medio en simples términos cuantitativo, es decir, en el número de canales televisivos que pueden consumir. Por otro lado, como ya lo destacamos quienes operan dichos medios son en la mayoría de los casos, actores del gobierno, lo cual restringe el acceso a diversos actores de nuestra sociedad.

Por otro lado, Ortega (2011) también aborda el tema de la radio pública, de la cual destaca que el número de permisos otorgados a este medio es de 365, de los cuales 267 son de FM, 94 de AM y 4 de onda corta. Según sus datos, éstos se distribuyen del siguiente modo²⁰: 200 permisos otorgados a gobiernos estatales, municipales y regionales; 39 al gobierno federal, de los cuales 27 son operados por la Comisión Nacional de Derechos de los Pueblos Indígenas, 10 por el Instituto Mexicano de la Radio, 1 por Radio educación y 1 por la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica del Instituto Politécnico Nacional; 76 a instituciones de educación superior; 20 a radios comunitarias; y 26 a asociaciones civiles, patronatos y particulares.

²⁰ No se incluyen las de onda corta.

Con estos datos vemos cómo las estaciones de radio también se encuentran, en general, operadas por instituciones del gobierno, y cómo a pesar de que observamos una mayor apertura de operadores de la sociedad civil, en los hechos éstos no tienen un rango de cobertura amplio, por lo que las audiencias que alcanzan a cubrir no se equiparan con las de los grandes grupos. Al mismo tiempo estas pocas frecuencias representan una mínima parte de las audiencias mexicanas.

Ante este panorama, el sistema de radio y televisión público no logra ser una fuente de diversidad de programación y contenidos, ni un espacio ciudadano en el que las audiencias puedan interactuar o tener injerencia.

“La sola existencia de toda esta infraestructura no ha sido suficiente para construir auténticos contrapesos a la hegemonía de los medios privados. En lo que se refiere a la televisión, ningún canal de Estado tiene alcance nacional. Algunas de estas emisoras han ampliado su cobertura por medio de la televisión satelital o de cable, pero eso tampoco ha ayudado a que la mayoría de los ciudadanos tenga acceso a las señales públicas, pues sólo una tercera parte de la población cuenta con alguna modalidad de televisión restringida” (Ortega, 2011 en AMEDI, 2011: 235).

Desde nuestra perspectiva, la concentración mediática que prevalece en México es uno de los factores que estructura de algún modo las prácticas de consumo de las audiencias, pues al no existir otras opciones y estar regulados por una ley obsoleta e instituciones complacientes, los mismos operadores continúan determinando las decisiones en torno a la programación y las dinámicas de interacción con sus audiencias. Por ello, este panorama mediático en el que se mueven las audiencias repercute en cierta medida en los hábitos y prácticas de consumo de las audiencias, por lo que a continuación abordamos datos que nos permitan conocer en términos generales cuáles son éstas.

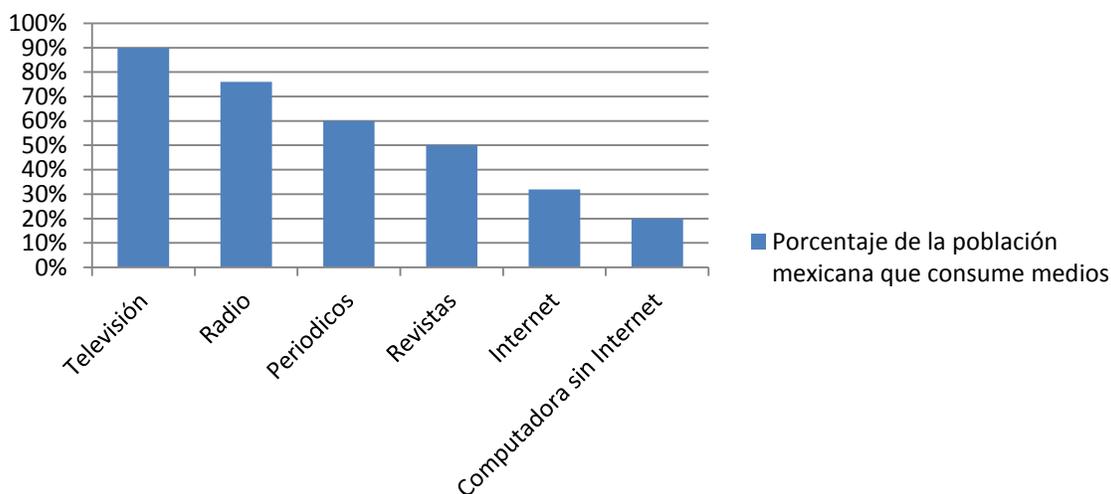
3.4 Las prácticas de consumo mediático de las audiencias mexicanas

Como hemos visto en el capítulo anterior, las audiencias son sujetos complejos a las que hay que tratar de comprender como seres humanos con derechos y responsabilidades. Ante esta complejidad sabemos que resulta complicado conocer la manera en que los distintos tipos de

audiencias se relacionan con los medios. Esto nos ha llevado a investigar a las audiencias desde distintos ámbitos y a través de investigaciones que se concentran en particularidades, pues pretender conocer todo acerca de las audiencias es complicado. Por ello, no existe una investigación que dé cuenta de las prácticas de consumo mediático del total de la población mexicana, ya que este abordaje requeriría concentrarse no sólo en el número de horas destinadas a los medios, sino en las prácticas de la vida cotidiana de los sujetos. Sin embargo, existen encuestas que abordan de manera general el consumo mediático y nos permiten conocer a grandes rasgos cómo se mueven las audiencias, en qué medios y qué tiempo les dedican.

De este modo, retomamos la Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales realizada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes del 24 de julio al 5 de agosto de 2010. Ésta nos brinda algunos datos sobre los medios más consumidos por la población mexicana. Según sus resultados el 76 por ciento de la población escucha la radio; 90 por ciento ve la televisión; 20 por ciento usa la computadora sin Internet; 32 por ciento utiliza el Internet; el 60 por ciento lee el periódico, por lo menos un día a la semana; 50 por ciento lee una revista al menos una vez a la semana; y 75 por ciento ha ido alguna vez al cine.

Porcentaje de la población mexicana que consume medios



Fuente: Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
Agosto de 2010

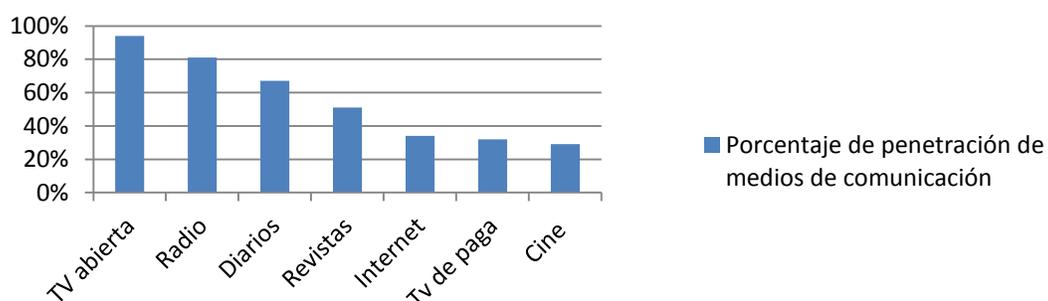
Como podemos observar en la gráfica, la televisión y la radio son los medios más consumidos por las audiencias mexicanas; tanto el Internet como la computadora continúan siendo medios con poca penetración. Por otro lado, los periódicos y las revistas son medios consultados por la mitad de la población, pero hay que destacar que este consumo no es del diario.

En esta primera gráfica no se incluye el caso del cine, pues la información que se muestran sobre el consumo que se hace de éste se establece no sobre el total de la población, sino sobre aquéllos que han ido al cine alguna vez. No obstante, los datos que se obtienen muestran que el consumo cinematográfico no es una práctica recurrente por parte de las audiencias, pues del 75 por ciento de la población que ha ido alguna vez al cine, sólo el 1 por ciento lo ha hecho seis veces durante los últimos tres meses, y el mayor porcentaje de esta población, el 22 por ciento, lo ha hecho sólo una vez.

Son varios los factores que contribuyen a la preferencia de unos medios sobre otros, en el caso de México creemos que uno de éstos es la posición de dominio y concentración que las empresas de televisión y radio tienen. Desde nuestra perspectiva esto determina de algún modo las prácticas de consumo e interacción mediática de las audiencias mexicanas. Por su puesto, las preferencias de las audiencias también surgen de otras fuentes como ya lo hemos visto anteriormente.

Otra encuesta que nos muestra el consumo de medios de la población mexicana es el de Ipsos-Bimsa, (empresa que realiza estudios de mercado) publicada en abril de 2011.

Porcentaje de penetración de medios de comunicación



Fuete: Ipsos-Bimsa
Publicado en Revista Merca 2.0
Abril, 2011

Si comparamos los datos de la Encuesta nacional y los de este estudio veremos que no hay gran diferencia entre ellos. Aquí los porcentajes se reparten así: 94 por ciento televisión abierta; 81 por ciento radio, 67 por ciento diarios, 51 por ciento revistas, 34 por ciento Internet, 32 por ciento televisión de paga y 29 por ciento cine. Estas dos encuestas nos muestran como la televisión es, principalmente, el medio más consumido por las audiencias mexicanas, lo cual nos obliga a pensar en la televisión como:

“Indicador de desarrollo cultural, de acercamiento a la información y al entretenimiento, de vinculación con los mensajes que mira la mayor parte de los mexicanos, siempre con las limitaciones que impone la escasa variedad de contenidos que prevalece en la televisión mexicana” (Trejo 2011:85).

Por ello, es importante conocer más a fondo la manera en que las audiencias mexicanas se interrelacionan con los medios, pues como hemos visto, estas relaciones están presentes en todos los ámbitos de la vida de los sujetos. Por lo tanto, conocer sus prácticas y formas de interacción mediática nos ayudará a comprender más acertadamente cómo acercarse a ellas.

Otros datos que arroja la Encuesta Nacional nos dan muestra del tiempo y tipos de programas que las audiencias mexicanas consumen. Veamos la siguiente tabla en la que se detalla.

Porcentaje total de población	90 por ciento	76 por ciento	32 por ciento
Tiempo	Televisión	Radio	Internet
Una hora	19 por ciento	33 por ciento	29 por ciento
Entre una y dos horas	35 por ciento	27 por ciento	32 por ciento
Más de dos horas	40 por ciento	22 por ciento	28 por ciento
Media hora	5 por ciento	16 por ciento	9 por ciento
No sabe/No contesta	1 por ciento	2 por ciento	2 por ciento

Fuente: Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales
 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
 Agosto de 2010

En esta tabla se observa claramente el tiempo que las audiencias le dedican a los medios. Nuevamente la televisión es el medio del que más se ocupan las audiencias, pues del 90 por ciento de la población que mira la televisión, alrededor del 80 por ciento le dedica por lo menos una hora. Este primer acercamiento nos da cuenta de cómo la televisión es un referente fundamental en la vida de las audiencias mexicanas, por lo que nos parece necesario que las audiencias encuentren en este medio, (y en todos los demás por supuesto) el respeto a sus derechos, uno de ellos el de la diversidad de contenidos.

Aunque la apertura a más canales de televisión no garantiza por sí sola la diversidad de contenidos, sí consideramos que puede contribuir a ello, pues la falta de opciones de programas a los que tienen acceso las audiencias mexicanas determina también los contenidos que más consumen las audiencias, ya que las dos principales cadenas de televisión tienen en su barra programática el mismo tipo de productos. Ante este panorama, veamos cómo los programas de entretenimiento e informativos son los de mayor consumo.

Tipos de contenidos	
Radio	Televisión
Sólo música, 45 por ciento	Noticieros, 23 por ciento
Noticias, 34 por ciento	Telenovelas, 21 por ciento
Deportes, 5 por ciento	Deportes, 9 por ciento
Espectáculos, 4 por ciento	Musicales, 8 por ciento
Cómicos, 3 por ciento	Películas extranjeras, 7 por ciento
Radionovela, 2 por ciento	Caricaturas, 6 por ciento
Entrevistas, 2 por ciento	Películas mexicanas, 4 por ciento
Política, 1 por ciento	Cómicos, 4 por ciento
De quejas o denuncias, 1 por ciento	Aventuras, 4 por ciento
Religioso, 1 por ciento	Documentales, 4 por ciento
Asesoría, orientación, apoyo emocional	Concursos, 3 por ciento
Información vial	Culturales, 2 por ciento
	Realities, 1 por ciento
	Discusión política, 1 por ciento

Tipos de contenidos	
Radio	Televisión
	Entrevistas, 1 por ciento
	Otros, 2 por ciento

Fuente: Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales
 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
 Agosto de 2010

Estos datos podemos complementarlos con los ratings del mes de febrero de 2011²¹, los cuales reportan a las telenovelas, películas y programas de “drama” como los programas más vistos. Dentro de éstos el rating más alto es de *Teresa*, telenovela producida por Televisa, la cual reporta 32.1 puntos de rating. A ésta le siguen otra serie de telenovelas, tanto de Televisa como de Tv Azteca, las cuales se ubican entre 10 y 25 puntos de rating. Después de éstas, encontramos a las películas y programas de drama (también de las mismas televisoras) con ratings que van desde 10 hasta 20 puntos. El resto de la programación se ubica por debajo de los 10 puntos de rating.

Por otro lado, los ratings más altos de Canal once y Canal 22, televisoras públicas, se reportan en las películas con intervalos de entre 4 y 5 puntos. Con respecto al resto de la programación de Canal once, los programas culturales e infantiles son los que alcanza los siguiente ratings más altos, los cuales rondan arriba de 3 puntos. En el caso de Canal 22 los programas culturales son los más altos con ratings de entre 1.5 y 2 puntos (Ibope en Merca 2.0, abril de 2011:88).

Estas mediciones no nos muestran un panorama nacional sobre el número de personas que miran un programa. Sin embargo, es un botón de muestra para observar las enormes diferencias que enfrentan las televisoras públicas y el duopolio televisivo. Como hemos mencionado, estos números sólo detallan la cantidad de personas y no las razones, prácticas y formas de interacción de las audiencias, pues para ello se requieren investigaciones más amplias. No obstante, esta información sí refleja de manera general algunos de los programas que las audiencias mexicanas consumen con mayor frecuencia, pues como lo hemos mencionado son programaciones a las que han tenido acceso por muchos años y que las dos televisoras dominantes continúan explotando.

²¹ Estos datos se refieren a hogares del Distrito Federal y área metropolitana.

Sin embargo, habría que pensar en las audiencias televisivas de una manera más compleja, pues no todas tienen los mismos intereses, ni se relacionan del mismo modo con el medio. De ello nos dan muestra diversas investigaciones que los especialistas han hecho en este campo. A manera de ejemplo mencionamos dos trabajos que dan cuenta de cómo las prácticas mediáticas tienen incidencia en distintos espacios de la vida de las audiencias. El primero de éstos es el que David González (2007) llevó a cabo al intentar responderse ¿cómo interaccionan las audiencias juveniles con la televisión estadounidense en la ciudad fronteriza de Tijuana? Con su trabajo el investigador comprendió que la práctica de consumo televisiva dota a estos jóvenes de una competencia educativa “que conforma su capacidad de resolver sus vidas en la frontera” (en Orozco, 2007:125). El segundo es el que Armando Ibarra (2007) realizó al cuestionarse ¿qué papel juega la televisión dentro de la formación política de niños de distintos niveles socioeconómicos que viven en Guadalajara? El autor concluyó que existen distintos factores que intervienen en la formación política de los niños y que sin duda la televisión es uno de ellos, pero que ésta se conjuga con las circunstancias de los entornos familiares (en Orozco, 2007:232).

En síntesis, con estas investigaciones tratamos de ejemplificar cómo el estudio de las audiencias es mucho más complejo que el simple conocimiento de sus usos y costumbres mediáticas. En estos casos, podemos observar dos contextos que forman parte de la realidad mexicana y de los cuales pueden estudiarse aspectos distintos, pues las mediaciones que intervienen en cada uno de estos casos son diferentes. Al mismo tiempo, según el proceso en el que se concentra cada investigador determina el estudio de mediaciones específicas.

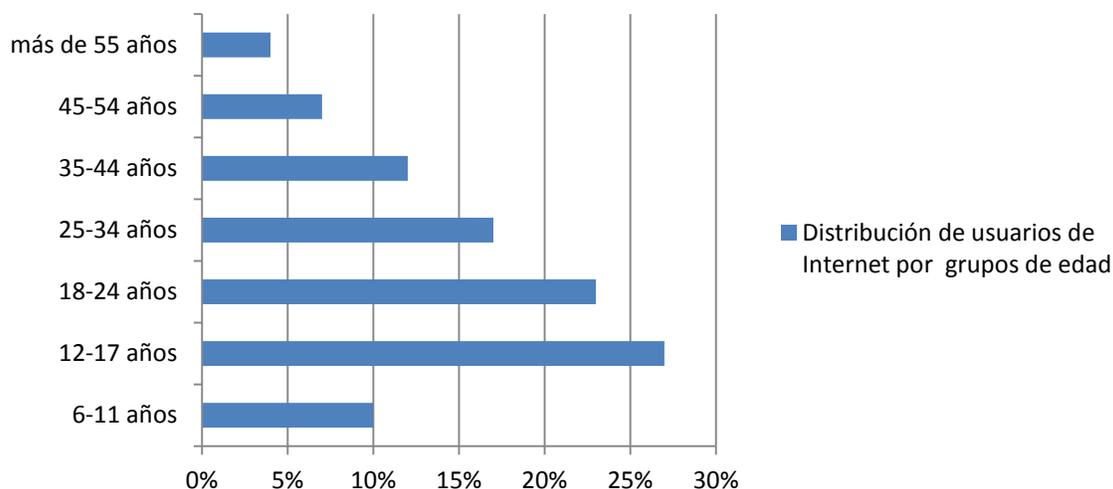
De este modo, es que consideramos que ante la diversidad de audiencias y prácticas mediáticas que predominan en México, es indispensable el reconocimiento del derecho humano a comunicar y los derechos de la comunicación de las audiencias, pues creemos que de este modo estaríamos dándole cabida a cada una de las voces de nuestro país.

Probablemente uno de los espacios mediáticos donde las audiencias comienzan a encontrar sus propios intereses y formas de producción de mensajes e interacción es Internet. Sabemos bien que éste no es un medio al que la mayoría de la población mexicana pueda acceder, pero su consumo va acrecentándose y con éste nuevos planteamientos sobre su incidencia social y cultural. Por ello, nos parece que retomar algunos datos que nos muestren las condiciones en las que se utiliza

Internet en México nos puede ayudar a comprender hasta dónde este medio forma parte de la vida de las audiencias mexicanas. Como hemos mencionado anteriormente, más de 34 millones de personas utilizan Internet según datos de la Cofetel y el Instituto Nacional de Geografía y Estadística. De este número de internautas nos parece importante destacar algunos datos que caracterizan sus prácticas de consumo.

Según la Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI (17 de mayo de 2011)²², el 51 por ciento de los usuarios de este medio son hombres y el 49 por ciento mujeres. Si comparamos estos datos con un estudio realizado por el Instituto Tecnológico de Monterrey durante el 2008 y 2009, veremos que el porcentaje de mujeres ha aumentado, ya que dicha investigación reportaba 58 por ciento hombres y 42 por ciento mujeres (Islas y Gutiérrez, Razón y Palabra, agosto-octubre, 2010)²³. Otro dato importante es que del total de la población que hace uso de Internet, la mayoría de éstos son jóvenes, tal como lo vemos en la siguiente gráfica.

Distribución de usuarios de Internet por grupos de edad



Fuente: AMIPCI, 17 de mayo de 2011

Desde la perspectiva de Crovi (2000), la principal razón por la que la población juvenil es la que utiliza más Internet es porque ellos son *protagonistas de la convergencia tecnológica*, es decir,

²²<http://www.amipci.org.mx/temp/Habitos2011AMIPCI Prensa comprimida-0010959001305646317OB.pdf> Recuperado 18 de mayo de 2011

²³ http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/00Islas_V73.pdf Recuperado 18 de mayo de 2011.

les ha tocado vivir y crecer con el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, por lo que las han incorporado a su vida de manera más rápida y fácil.

Por otro lado, quienes tienen mayores posibilidades para acceder al uso de Internet son las personas con niveles socioeconómicos más altos (A, B y C+), pues según la investigación del Instituto Tecnológico Monterrey, el 59 por ciento de la población ubicada en estos niveles utiliza el medio. Por su parte, de la población que se ubica en los niveles socioeconómicos más desfavorecidos, el 80 por ciento no utiliza Internet (en Islas y Gutiérrez, 2010). Tales disparidades responden a distintos aspectos, entre ellos la falta de recursos económicos, de infraestructura y la desalfabetización tecnológica. Al conjugarse todos estos factores, las personas apuntan el desinterés como la principal razón por la que no utilizan el medio. Veamos en la siguiente tabla la manera en que están distribuidos los motivos por los que las personas no usan dicho medio.

Razones por las que los usuarios rechazan utilizar Internet	2008	2009
No le interesa	31%	52%
No tiene computadora	28%	32%
No sabe usarla	24%	42%
No tiene tiempo	15%	28%
Es muy cara	12%	16%
Otras razones	5%	8%

Fuente: Proyecto Internet-Cátedra de Comunicaciones Digitales Estratégicas, Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México.

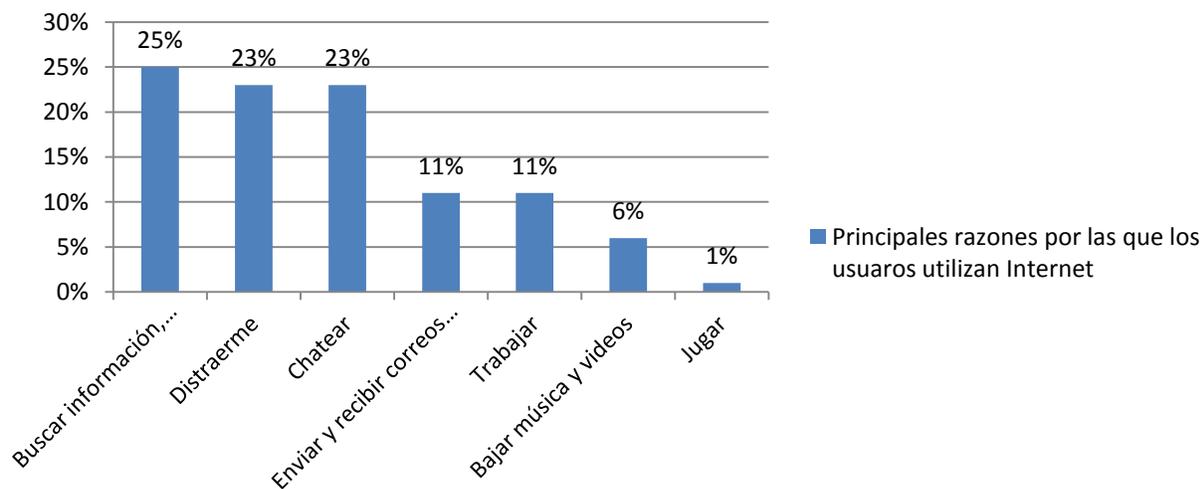
Estas mismas diferencias se observan por ejemplo en los dispositivos tecnológicos a través de los cuales los mexicanos se conectan a Internet, pues tanto la computadora de escritorio como la portátil son las más recurrentes para acceder a una conexión. Un número reducido de la población, alrededor del 20 por ciento, se conecta a través de smartphones, teléfonos celulares y dispositivos móviles (AMIPCI, 2011).

Como podemos observar, estos datos nos dan muestra de las diferencias que prevalecen en México con respecto al uso de Internet. Tal como lo hemos mencionado anteriormente, consideramos que la infraestructura y concentración del servicio en unos cuantas empresas, determina el acceso de los usuarios, pues al ser pocas las opciones las audiencias sólo pueden recurrir a éstas. Al mismo tiempo, creemos que dicha concentración también es un factor que determina las prácticas mediáticas de las audiencias. Veamos algunos datos con respecto a esto.

Según datos de la AMIPCI (2011) el tiempo promedio que los internautas le dedicaron a este medio durante el 2010 fue de 3 horas y 32 minutos, con lo cual aumentó 11 minutos con respecto al 2009. Como hemos visto, Internet no es un medio que le haya restado tiempo de consumo a la televisión. Sin embargo, quienes lo utilizan han ido incrementado su uso. En este mismo sentido, la AMIPCI reporta que las personas tienen mayor actividad en Internet de lunes a viernes, y los fines de semana disminuyen alrededor de la mitad (AMIPICI, 2011). Habría que conocer más a fondo las razones por las cuales la recurrencia a Internet es mayor entre semana, y con ello tal vez entender la manera en que este medio se está incorporando a la vida cotidiana de los sujetos, pues en primera instancia podría suponerse que este acercamiento se relaciona mayormente con las actividades laborales y escolares de los individuos; pero igual podría relacionarse con la forma en que se concibe al medio o las prácticas de la población que lo utiliza.

En cuanto a las actividades que los usuarios realizan a través de Internet, resulta complejo poder determinar cuáles son las más recurrentes, puesto que los ámbitos de interés de cada investigación sobre los usos de Internet son distintos, y por lo tanto, cada una de éstas relata diferentes tipos de prácticas. Sin embargo, podemos partir en primer lugar de los datos de la Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales (2010), puesto que ésta las engloba en ámbitos más generales. De este modo, según sus datos las principales razones por las que los usuarios navegan en Internet son las que se presentan en la gráfica siguiente.

Principales razones por las que los usuarios utilizan Internet



Fuente: Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales (2010)
 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
 Agosto de 2010

Esta encuesta coincide con el estudio de Islas y Gutiérrez (2010) en el sentido de que la búsqueda de información es la actividad más recurrente de los internautas. Sin embargo, esta investigación se concentra en usos más comerciales como las reservaciones, uso de la banca, pagos y compras por Internet, inversión de fondos y bonos, y pagos de impuestos.

En el caso del estudio de AMIPCI, los usos en los que pone atención son las actividades sociales y el entretenimiento. De este modo, destaca como las principales actividades sociales el envío y recepción de correos electrónicos (90%), así como de mensajes instantáneos (75%). A éstos les siguen ver y bajar videos o fotos (68%); acceder a redes sociales (61%); enviar postales electrónicas (38%); subir fotos o videos (33%); acceder, crear y mantener sitios propios (22%); acceder, crear y mantener blogs (21%); encuentro online (búsqueda de pareja) (14%); y otras actividades (11%). Dentro de las actividades de entretenimiento resalta el contactar amigos y conocidos por medio de redes sociales (77%); descargar música; jugar en línea (68%); ver chistes, páginas de humor (32%); entretenimiento para adultos (25%); visitar sitios deportivos (16%); consultar astrología, horóscopos (11%); descargar podcast (10%); otras actividades (14%).

Frente a este tipo de actividades podríamos decir que los internautas mexicanos utilizan Internet principalmente como herramienta de comunicación e información, pues si observamos los porcentajes, los más altos se concentran en torno al intercambio de mensajes y obtención de información vía correo electrónico y mensajes instantáneos. El resto de las actividades podrían considerarse como parte del entretenimiento de las personas, los cual también implican procesos comunicativos e informativos. Sin embargo, los usos de Internet como medio en el que es posible la producción y generación de contenidos, sitios, redes y espacios de incidencia social continua siendo limitado. A pesar de ello, nos parece que lo anterior podría incrementarse en la medida en que varios de los problemas que ya hemos planteado (económicos, de infraestructura, concentración, alfabetización, entre otros) vayan subsanándose. Sin embargo, muchos de éstos pasan por actores de poder a los que habrá que irles ganando terreno, uno de ellos son sin duda las industrias mediáticas.

Parte II. Las referencias en torno a las audiencias y sus derechos en las industrias mediáticas y el sistema judicial.

Para observar cuáles son los derechos que las audiencias mexicanas tienen en México, en este apartado haremos un breve análisis sobre la manera en que, tanto los medios como las leyes, conciben a las audiencias, pues la forma en que son nombradas repercute en el modo en el que las audiencias pueden practicar sus derechos. Para ello, revisamos por un lado los objetivos que las industrias mediáticas tienen y cómo definen a sus audiencias. Por otro lado, revisamos la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley Federal de Radio y Televisión con la intención de mirar en aquéllos artículos que tienen algún vínculo con las audiencias, cómo éstas son vistas y cuáles son los derechos que se les otorgan.

3.5 La forma en que los medios de comunicación conciben a las audiencias.

Las industrias mediáticas son unas de las instituciones donde se construyen imaginarios sobre lo que son las audiencias, y por lo tanto, acerca de lo que éstas quieren, necesitan y desean realizar. Como ya hemos abordado en apartados anteriores, los medios de comunicación se mueven dentro de un sistema político y económico específico, por lo que esto también determina la forma en que

operan. Estas mismas condiciones configuran una manera específica de comprender a las audiencias, y por lo tanto, del ejercicio de los pocos derechos que tienen.

Como hemos visto en apartados anteriores, Televisa y Tv Azteca son las cadenas de televisión con mayor presencia en México. Ambas son televisoras comerciales, por lo que uno de sus objetivos principales es vender. En este sentido, las audiencias resultan ser los consumidores potenciales inmediatos a los que se les ofertan los productos que se venden a través de la televisión. Por tal motivo, uno de los aspectos en los que mayor atención ponen dichas industrias es en cuánta(s) audiencia(s) logran captar. De este modo, puesto que las audiencias tienen un papel importante en el funcionamiento de las industrias mediáticas, se busca mantenerlas cautivas a la programación que se oferta.

La importancia que tienen las audiencias para las televisoras se refleja en la misión que ambas profesan. En el caso de TV Azteca, en su sección de accionistas dice: “¿Qué es TV Azteca? Nuestra Misión-Crear Valor. Crear valor para nuestros accionistas al producir y distribuir el mejor contenido para televisión en español en el mundo”²⁴. En el mismo sentido, Televisa, menciona: “Misión: satisfacer las necesidades de entretenimiento e información, de nuestras audiencias, cumpliendo a la vez con nuestras exigencias de rentabilidad a través de los más altos estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social”²⁵

Como vemos, ambas empresas tienen como principal objetivo posicionarse en el mercado de la televisión con la plena intención de venderse como plataformas ideales de publicidad. Por ello, consideran a sus audiencias como sujetos que contabilizan en ratings como posibles consumidores de los productos que quieren anunciarse. Si bien para mantener a sus audiencias las televisoras deben conocerlas, saber sus gustos y necesidades, e investigarlas, cabe resaltar que algunos de estos esfuerzos sirven para venderlas a los anunciantes.

²⁴ <https://www.irtvazteca.com/whatis/valores.aspx> consultado 27 de abril de 2011.

²⁵ <http://www.televisa.com/quienes-somos/> consultado 27 de abril de 2011.

Esta pretensión es posible observarla en algunos de los discursos que las televisoras ofrecen a sus anunciantes. Por ejemplo, TV Azteca menciona que las audiencias son *unidades de negocio* a las cuales define a partir de su nivel socioeconómico.

“Los segmentos D y E, donde el ingreso mensual promedio es menor a \$4,000, no se incluyen dentro de la audiencia comercial. Los televidentes mexicanos pertenecientes a la audiencia comercial poseen el poder adquisitivo, ingreso y educación necesarios para adquirir productos y servicios que ven anunciados en televisión” (TV Azteca, 2011).

Como podemos observar, para dicha televisora las *audiencias comerciales* son la principal moneda de cambio que ofrecen a los anunciantes, pues a pesar de que en la programación de Tv Azteca haya referencias constantes a sujetos con ingresos bajos, son las audiencias de ingresos altos las que les interesa destacar.

En el caso de Televisa, comienza a definir a sus audiencias a partir del tiempo que dedican a mirar televisión, y según datos que retoman de IBOPE AGB México (empresa que se dedica a medir el rating y consumo), los *hombres* han incrementado su exposición a la televisión en más de 24 minutos, y las *personas* de 19 a 44 años en más de 15²⁶. Destacamos que su primer interés se encuentra en resaltar el consumo de los hombres y a todas las demás personas se les engloba en una sola categoría. Esto responde a que según sus propias palabras sus audiencias se han incrementado según “los tragets más buscados” por los anunciantes y dentro de éstos se encuentran las amas de casa, los hombres ABC+ y CD+ y los jóvenes de 13 a 18 ABC+ y CD+.

Según la Asociación Mexicana de Agencia de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C. (AMAI), la cual se dedica a hacer estudios de mercado en México, considera que el nivel socioeconómico “representa la capacidad para acceder a un conjunto de bienes y estilo de vida” (Noviembre, 2009:4). Para determinar el nivel socioeconómico la AMAI lleva a cabo una medición de distintas variables que desde su perspectiva son las que configuran el tipo de consumo que las personas realizan. De este modo, la AMAI establece distintos niveles socioeconómicos, por lo que considera dentro del nivel A/B aquéllas personas “con el más alto nivel de vida e ingresos del país”, las cuales representan el 7.2% de la población; al nivel C+ a

²⁶ Más que cifras. Plan comercial 2011 Televisa consultado 1 de abril de 2011.

quienes tienen un alto nivel de ingresos pero “tienen limitantes para ahorrar y realizar gastos excesivos”, éstos representan el 14% de la población; al nivel C como el denominado medio, pero que “en realidad se encuentra arriba del promedio poblacional de bienestar y que aspiran a mayor bienestar de entretenimiento y tecnología”, según sus datos representa 17.9% de la población”; al nivel D+ como aquellos que “tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar y que aspira en primer lugar a adquirir bienes y servicios que les hagan la vida más práctica y sencilla, representan el segmento más grande y representativo de la sociedad mexicana, el 35.8% de la población”; al nivel D como “el segundo más pobre, el cual se caracteriza por haber alcanzado una propiedad, pero carecer de la mayoría de los servicios y bienes satisfactorios, representa el 18.3% de la población”; y finalmente, al nivel E como “el segmento más pobre, carente de todos los servicios y bienes benefactorios, representan el 6.7% de la población”.

A partir de esta categorización, diversos medios, empresas publicitarias y quienes se dedican a medir a las audiencias, adecúan sus rangos y establecen parámetros para definirlos. Tal es el caso de las dos televisoras que arriba hemos mencionado. Por un lado, TV azteca se concentra en las audiencias de altos ingresos, y por el otro, Televisa pone hincapié en que quienes más los miran son aquéllos con mayor nivel socioeconómico.

Del mismo modo, podríamos continuar con ejemplos de la radio. En el caso de Grupo ACIR se resalta el tipo de *target* al que van dirigidos sus programas, distinguiendo a sus audiencias por sexo, edad y nivel socioeconómico²⁷. Con respecto a MVS radio, el principal indicador de sus audiencias es la edad²⁸. En el otro extremo se encuentra Grupo Radio Centro, quienes sólo hacen mención de sus audiencias de manera general, pero no se desagregan de alguna forma, de este modo su visión versa así:

“Ser una empresa ejemplo a nivel internacional, con un crecimiento constante basado en la calidad de nuestros servicios, en la satisfacción de nuestros clientes y en la preferencia del auditorio, reafirmando nuestro liderazgo dentro de la Industria de Radiodifusión y manteniendo una relación de armonía con la sociedad”²⁹.

²⁷ http://www.acircomercial.com.mx/descarga/ACIR_COMERCIAL_FEB11.pdf Recuperado 8 de mayo de 2011.

²⁸ <http://www.mvs.com.mx/> Recuperado 8 de mayo de 2011.

²⁹ [http://radiocentro.com.mx/grc/grccorp.nsf/vwIMGS/CorpDocs/\\$File/Pol%C3%ADticaCalidadGRC.pdf](http://radiocentro.com.mx/grc/grccorp.nsf/vwIMGS/CorpDocs/$File/Pol%C3%ADticaCalidadGRC.pdf) Recuperado 8 de mayo de 2011.

Del mismo modo en que hemos mostrado los casos anteriores, podríamos ir detallando cómo cada uno de los principales grupos mediáticos define a sus audiencias, y encontraríamos que hay cierta analogía entre éstos. Dado que no es el discurso de los derechos de las audiencias el que alimenta al modelo de comunicación mediático, no se da prioridad a los procesos de interacción, participación, creación y producción por parte de las audiencias. Sino que se privilegia el modelo económico, olvidando que dichas industrias se desarrollan en espacios de interés público como lo son el espectro radioeléctrico y la información. En este sentido, un modelo de comunicación mediático que movilice los derechos de las audiencias tendría que respetar derechos como el de la información, la libertad de expresión, y más ampliamente, el derecho humano a comunicar.

Como ya lo hemos aclarado, aunque la existencia de más industrias mediáticas no garantiza por sí solo la diversidad y pluralidad de contenidos, sí es uno de los elementos que puede contribuir a ello, por su puesto tendrá que venir acompañado de otras acciones que más adelante analizaremos.

El problema de la concentración se ha debatido en diversos países del mundo, en algunos de éstos ha sido reconocido que en aras del respeto de los derechos de los ciudadanos, las industrias mediáticas no pueden estar concentradas en pocas manos. Ejemplo de ello es el *Reporte sobre los medios noticiosos canadienses de 2006*, donde se menciona que:

“El debate público basado en la diferencia de opiniones es una piedra fundamental de la democracia, y los medios noticiosos proveen un espacio fundamental para que este debate se lleve a cabo. El derecho de los propietarios a expresar sus opiniones en sus páginas editoriales ha sido considerado por largo tiempo como especial para la libertad de prensa. Sin embargo cuando un propietario se vuelve dueño de tantos canales que hace que sus opiniones opaquen por completo a todas las demás, entonces estamos en dificultades” (Blidook, 2011:63).

Esto es lo que sucede en el caso de los medios mexicanos, ya que al ser manejados por pocos industriales, son éstos los que determinan no sólo los pocos contenidos que se ofertan a la población, sino que destacan las características a través de las cuales habrá de considerarse a las audiencias. Por su puesto este problema se encuentra cobijado por los gobiernos mexicanos, pues

como veremos más adelante éstos han sido omisos ante la modificación de factores que contribuyen a dicha problemática.

A pesar de lo anterior, podemos destacar la manera en que los medios no comerciales definen a sus audiencias, pues ésta contrasta con la hasta ahora relatada.

Desde la perspectiva de Canal once, televisora pública operada por el Instituto Politécnico Nacional, sus audiencias son diversas:

*“Acorde con su función social, la programación de Once TV México responde a los intereses de una **amplia gama de segmentos de la sociedad mexicana**. Así, su público constituye un verdadero corte transversal de la población, cuyo común denominador es el interés por lo que ocurre a su alrededor en los ámbitos de la política, la economía, la naturaleza, los espectáculos, el arte, la salud y la ciencia, entre otros muchos temas. Niños, jóvenes, adultos y gente de la tercera edad encuentran siempre en esta emisora ofertas de programación que satisfacen sus gustos y necesidades informativas”³⁰.*

De este modo, la principal preocupación de la televisora versa sobre las audiencias y no sobre los anunciantes. Por supuesto que ello también responde al modelo del medio, pues éste es público, funciona con recursos del Estado y su principal fin no es el de comercializar. Por lo tanto, sus audiencias son su objetivo primordial.

En el caso de Canal 22 ocurre algo similar, pues éste es gestionado por la Secretaría de Educación Pública y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, por lo que sus fondos provienen también del Estado. De este modo, Canal 22 se concentra en “**considerar la riqueza de las expresiones culturales mexicanas** y difundir el arte y la cultura del mundo”³¹, con lo cual intenta considerar no sólo a una parte de la población sino a la diversidad de éstas.

Otro ejemplo claro es el Instituto Mexicano de la Radio, radiodifusora pública cuya visión es: “conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional, referente por la **representatividad social y cultural de su programación**, la

³⁰ <http://oncetv-ipn.net/acercade/> Recuperado 8 de mayo de 2011.

³¹ <http://www.canal22.org.mx/historia.html> Recuperado 8 de mayo de 2011.

calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos”³². Como vemos el principal interés de dicha radiodifusora se concentra en la diversidad de audiencias y contenidos que pudieran surgir de la pluralidad cultural de México.

De este modo, observamos cómo ambas televisoras y radiodifusora no concentran sus esfuerzos solamente en acaparar anunciantes, lo cual no implica que no necesiten de los recursos económicos que estos podrían proveerles. Sin embargo, su objetivo principal se concentre en las audiencias, pues las motivaciones por las que fueron creados tienen orígenes ciudadanos. A pesar de ello, estos medios no tienen el nivel de penetración de las televisoras y radiodifusoras comerciales. Los recursos con los que cuentan limitan su crecimiento y expansión, pues además de ser fiscalizados por instancias del gobierno, los presupuestos que se les otorgan no pueden competir con las grandes inversiones que se hacen en los medios comerciales.

A pesar de los esfuerzos que estos medios públicos han realizado para tomar en cuenta a sus audiencias, el acercamiento que la mayoría de los medios tienen con éstas es muy limitado. La manera en que las industrias mediáticas han configurado a sus audiencias se concentra, como ya lo ejemplificamos, en tres variables principalmente: la edad, el sexo y, sobre todo, en el nivel socioeconómico. Sin embargo, hemos visto cómo no es sólo eso lo que nos conforma como audiencias, por lo que nos parece que para cambiar esa visión de las audiencias y verlas como seres humanos es necesario el reconocimiento de sus derechos. Sin embargo, para que esto ocurra el Estado debe contribuir a través de acciones específicas, por ejemplo, a través de la modificación del concepto que éste mismo tiene sobre las audiencias.

3.6 Las audiencias mediáticas definidas por el Estado

Para lograr formular una propuesta que les reconozca derechos a los mexicanos frente a los medios de comunicación, es necesario, entre otras cosas, comprender el concepto bajo el que el Estado mexicano concibe a los sujetos en su papel de audiencias mediáticas. Para ello, haremos un breve análisis sobre la manera en que a partir de sus instrumentos legales el Estado caracteriza a los sujetos como audiencias.

³²http://www.imer.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=74 Recuperado 8 de mayo de 2008

Dos documentos legales son los que consideramos nos permiten acercarnos a la manera en que el Estado piensa a las audiencias: la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley Federal de Radio y Televisión. Del primero de éstos, podemos destacar el contenido de los artículos 2º, 6º y 7º, pues aluden a derechos básicos de las audiencias: acceso a medios, derecho de réplica, derecho a la información y libertad de expresión. De la Ley retomamos varios artículos que de algún modo hacen referencia explícita o implícita a las audiencias (5º, 10º, 11º, 58º, 59º, 59º TER, 63º, 66º, 67º, 72º, 73º, 77º, y 78º).

a) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Los tres artículos que contienen derechos de los ciudadanos en su calidad de audiencias se encuentran alojados en el Capítulo I de la constitución denominado *De los derechos humanos*³³. La principal razón de ello, es que tanto el artículo sexto como el séptimo se sustentan en el reconocimiento del derecho a la libertad de expresión, el derecho a la información y el derecho de réplica. Sin embargo, estos dos artículos tienen sus peculiaridades. El primero de ellos, el sexto, se refiere explícitamente a los derechos fundamentales que hemos mencionado, pero no hace alusión directa a los sujetos, sino que se refiere directamente a los principios, dando por hecho que éstos son aplicables a las personas.

- *“La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa...”*
- *El derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley...*
- *El derecho a la información será garantizado por el Estado”* (Artículo 6º de la Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos).

Cabe señalar que a pesar de las afirmaciones que hay en este artículo, el derecho de réplica no se encuentra reglamentado en México. Éste se introdujo en la Constitución con la reforma electoral de 2007. Sin embargo, hasta la fecha no existe un documento que establezca las reglas bajo las cuales habrá de regirse. Al mismo tiempo, desde su surgimiento podemos ver como éste fue un derecho no pensado para las audiencias, sino para los actores públicos.

³³ Anteriormente titulado De las garantías individuales.

Por otro lado, el derecho a la información es mencionado de manera amplia sólo en la oración antes citada, pues en los siguientes apartados se reduce al acceso a la información pública. De hecho éste es el rubro que más se ha desarrollado en la última década en México. No obstante, el reconocimiento y aplicación del derecho a la información comprendido como el derecho a atraerse información; informar; y ser informado (Carpizo y Villanueva 2001 en Villanueva, 2006:65), no es del todo claro en la legislación mexicana.

En otro sentido, el artículo séptimo, el cual se refiere a la libertad de imprenta, versa de la siguiente manera:

“Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito” (Artículo 7º de la Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos).

Como podemos observar, el derecho a la libertad de expresión se reconoce explícitamente para los medios impresos, lo cual se debe a que dicho artículo data de 1917 y en ese momento no se contemplaban las industrias mediáticas actuales. A pesar de ello, el artículo es extensivo a éstas, pero aún así nos parece que este derecho es muy limitado, ya que generalmente el ejercicio de este derecho sólo lo llevan a cabo quienes tienen acceso a los medios de comunicación. En México, pocas son las personas que habitualmente pueden expresarse a través estos medios, pues sólo los dueños, periodistas y personas o grupos que puedan acceder a un espacio mediático a través de un pago o de contactos personales son quienes ejercen su derecho.

Otro aspecto que nos gustaría destacar es el hecho de que los artículos han sido redactados con la intención de regular al Estado y a sus instituciones, es decir, hacen alusión a las obligaciones y prohibiciones de éstas, pero no se considera explicitar los derechos que con ello adquieren los sujetos, sino más bien se dan por sentado. Un argumento que puede responder a ello es que tales derechos son subjetivos, entendidos éstos como aquéllos que le son propios a las personas, es decir, que los tienen independientemente de que el Estado se los otorgue (Puy, F en Curiel,

1981). Sin embargo, consideramos que la manera en que los instrumentos legales se refieren a los ciudadanos nos habla de la forma en qué los conciben, por lo que al no existir referencias explícitas de éstos, de algún modo se les resta importancia.

Por otro lado (y justo por ello hacemos mención hasta ahora de este artículo) hay una diferencia sustancial con respecto al artículo segundo, ya que en éste sí existe un reconocimiento explícito de los sujetos de derecho. La naturaleza del propio artículo, el cual se refiere a la composición pluricultural de México, específicamente al reconocimiento de los indígenas, hace que se defina a los individuos.

“La Nación tiene una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos indígenas que son aquellos que descienden de poblaciones que habitaban en el territorio actual del país al iniciarse la colonización y que conservan sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas.

La conciencia de su identidad indígena deberá ser criterio fundamental para determinar a quiénes se aplican las disposiciones sobre pueblos indígenas.

Son comunidades integrantes de un pueblo indígena, aquellas que formen una unidad social, económica y cultural, asentadas en un territorio y que reconocen autoridades propias de acuerdo con sus usos y costumbres” (Artículo 2º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos).

Estos párrafos permiten ver cómo en este artículo sí se especifica claramente quienes son los sujetos de derecho a los que se está contemplando. Esto contribuye a que las personas sean vistas como ciudadanos plenos, es decir como sujetos activos en los procesos sociales. Ante este hecho, el reconocimiento de los derechos de las comunidades indígenas resulta claro y específico. Uno de los derechos reconocidos tiene que ver con aquellos que estamos indagando, los derechos de las audiencias.

“Para abatir las carencias y rezagos que afectan a los pueblos y comunidades indígenas, dichas autoridades, tienen la obligación de:

VII. Extender la red de comunicaciones que permita la integración de las comunidades, mediante la construcción y ampliación de vías de comunicación y telecomunicación.

Establecer condiciones para que los pueblos y las comunidades indígenas puedan adquirir, operar y administrar medios de comunicación, en los términos que las leyes de la materia determinen” (Fracción VII del inciso B, del Artículo 2º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos).

Como vemos, en este artículo se establece el derecho de las audiencias indígenas para acceder a los medios de comunicación como productoras y operadoras, lo cual, desde nuestro punto de vista es un reconocimiento explícito de un derecho de las audiencias, en este caso de las comunidades indígenas. Sin embargo, consideramos que éste es un claro ejemplo de cómo el reconocimiento de los derechos de las audiencias puede brindar mayor certeza jurídica y más posibilidades de participación de los sujetos.

No obstante, reconocemos que a pesar del contenido del artículo 2º, la realidad es otra, ya que a las comunidades indígenas no se les han brindado todas las posibilidades para ejercer éste y los demás derechos reconocidos en la constitución. Ejemplo de ello es el hecho de que las radios comunitarias indígenas y rurales operan la mayoría de ellas sin un reconocimiento oficial, ya que no les ha sido otorgado el permiso (Foro medios de comunicación y pueblos indígena, 2007).

b) Ley Federal de Radio y Televisión

La Ley Federal de Radio y Televisión de México data de 1960, lo cual significa que ésta es una ley obsoleta. A pesar de que se han modificado algunos de los contenidos de sus artículos, éstos no han representado cambios profundos. Tal rezago y la falta de disposición por parte de los gobernantes para modificar la ley, se encuentra estrechamente ligada a los intereses de la industria privada, lo que ha ocasionado que se restrinja la posibilidad de otorgarles mayores beneficios a las audiencias. Ante esta realidad es que intentamos analizar cómo esta ley define a las audiencias. Para ello, hemos hecho un análisis breve sobre el contenido de los artículos que hace referencia a las audiencias. Un primer acercamiento nos los brindan los datos que presentamos en el siguiente cuadro.

Artículo que hace referencia a las audiencias	Título del capítulo en el que se ubican	Referencia que hace de las audiencias (directa/indirecta)	Sustantivos con los que nombran a las audiencias
Artículo 5	Principios fundamentales	Indirecta	Ciudadanos
Artículo 10 y 11	Jurisdicción y competencias	Indirecta	Ciudadanos/Niños
Artículos 58, 59, 59 TER, 63, 66, 67, 72, 73, 77, y 78	Programación	8 Indirecta 2 Directa	Ciudadanos/Niños/Jóvenes

Elaboración propia

De los 107 artículos con que cuenta la ley, sólo 13 aluden directamente o, en la mayoría de las veces, indirectamente a las audiencias, el resto se concentra en la regulación de las industrias mediáticas o las funciones que diferentes instancias del gobierno tendrán. Del total de los artículos que sí tienen alguna relación con las audiencias, sólo uno de ellos hace un reconocimiento explícito de los derechos de éstas, el 58. Este artículo, es el único que reconoce directamente el derecho a la información y la libertad de expresión, a pesar de que en muchos de los otros se hacen referencias indirectas.

“El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes” (Artículo 58 de la Ley Federal de Radio y Televisión).

Como observamos, la mención que se hace de estos derechos es casi una transcripción literal de la Constitución trasladada al ámbito de la radio y la televisión. Sin embargo, este artículo sólo aplica a quienes pueden tener acceso a los medios, puesto que no hay ningún instrumento que reconozca este derecho para todas las audiencias.

Entendemos que la ley está formulada para regular a las industrias de la radio y la televisión, por lo que su principal enfoque será el de establecer las normas bajo las cuales se regirán a estas instituciones. Sin embargo, consideramos que debería existir un énfasis especial en el reconocimiento de los derechos de las audiencias, pues son éstas quienes conviven todos los días con los medios.

Por otro lado, las audiencias están representadas en esta ley como sujetos a los que hay que cuidar, y por lo tanto, otorgar contenidos que los protejan. Por ello, los únicos artículos que nombran directamente a las audiencias son el 59 TER, el 67 y el 72, los cuales hacen alusión a los niños y jóvenes. En estos artículos, se establecen las características que los programas (59 TER) y la publicidad (67) habrán de tener o evitar, y la obligación de hacer mención cuando los programas no son aptos para menores (72). En este sentido, podría decirse que estos artículos son los pocos a través de los cuales se movilizan ciertos derechos de las audiencias. Sin embargo, no existe un apartado en el que se mencione claramente cuáles son los derechos de los que gozan las audiencias.

Ante este panorama, consideramos que es relevante hacer una revisión de la Ley e incorporar explícitamente los derechos de las audiencias, pues creemos que es necesario incluir al sistema de comunicación mediático a quienes le dan vida, las audiencias. Con esta acción, pensamos que puede impulsarse la práctica y reconocimiento del derecho humano a comunicar de todas las personas.

Sin embargo, la realidad mexicana tiene muchos retos que enfrentar para lograr transformar el panorama en que vivimos, prueba de ello son los intentos de reformas que diversos actores han impulsado para formular una ley de medios que esté a la altura de la realidad y los desafíos que ésta presenta. Estos esfuerzos no han tenido los resultados esperados, pues como lo veremos a continuación, los intereses de los medios y la falta de voluntad de los representantes del poder político en México lo han impedido.

3.6.1 Los debates en torno a una nueva Ley de medios

Como lo hemos ejemplificado con la ley que acabamos de analizar, las leyes actuales que rigen el sistema de comunicación mediático mexicano se han vuelto obsoletas y han quedado rebasadas por las condiciones tecnológicas y sociales de nuestros tiempos. Basta hacer un recuento de las fechas de cada una de estas leyes y nos daremos cuenta de que vivimos atrasados en materia legislativa de medios de comunicación: La ley de imprenta es de 1917; la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 y la Ley de Telecomunicaciones de 1995. Estas dos últimas han tenido

reformas en 2009 y 2010 respectivamente, pero no han significado cambios sustanciosos en el modelo de comunicación mediático.

Las reformas a dichas leyes o la generación de una nueva ley es urgente, pues además de ser necesario dar cabida a los desarrollos tecnológicos, las nuevas formas de interacción social y las problemáticas que surgen del actual panorama comunicativo, el reconocimiento de las audiencias puede transformar la manera en que se desarrolle el sistema de comunicación mediático en nuestro país. Sin embargo, en México esto no ha sucedido debido a diversos intereses políticos y económicos de los industriales de los medios y los supuestos “representantes” del interés público. Prueba de ello, son las distintas ocasiones en que se ha intentado reformar la Ley Federal de Radio y Televisión, las cuales siempre han resultado fallidas. A continuación presentamos de manera esquemática un resumen de los diversos momentos históricos en los que ha habido intentos por llevar a cabo tal reforma.

Momentos en los que se ha intentado modificar la Ley Federal de Radio y Televisión			
Fecha	Mecanismo de acción	Actores involucrados	Resultado
21 de febrero a 26 de julio de 1980	Audiencias públicas en la Cámara de Diputados	Partidos políticos, asociaciones profesionales, periodistas, medios de comunicación, organizaciones sindicales, universidades, investigadores y ciudadanos en general	Se dejaron de lado las propuestas debido a la presión de la prensa. Ésta argumentaba que se pondría en riesgo la libertad de expresión.
1981	Documento titulado: Bases estratégicas para la construcción de un sistema nacional de comunicación social.	Luis Javier Solana (Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República) Ejecutivo, José López Portillo.	Se omitió la propuesta debido a los ataques de los medios, quienes calificaban la propuesta de: fascista, totalitaria, comunista y ley mordaza. Había elecciones próximas, por lo que se prefirió dejar el debate.
1983	Consulta popular sobre comunicación social.	Ciudadanía convocada por el gobierno.	Sólo se hicieron ajustes administrativos.

Momentos en los que se ha intentado modificar la Ley Federal de Radio y Televisión			
Fecha	Mecanismo de acción	Actores involucrados	Resultado
8 de junio al 11 de julio de 1995	Foro de Consulta Popular sobre Estados Democracia y Medios de Comunicación. Audiencias públicas.	Ciudadanos convocados por la Cámara de diputados. Empresarios y profesionales de los medios.	Se presentaron el 22 de abril de 1997 dos iniciativas de ley: la Ley Federal de Comunicación Social, y un proyecto de decreto que reformaba y adicionaba diversos artículos a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Entidades Paraestatales. No prosperaron porque en una acción concertada, los medios difundieron la idea de una “ley mordaza” y control de los medios. Ante la llegada de elecciones, los partidos políticos decidieron dejar la discusión.
5 de marzo de 2001 (inicia)	Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos.	Empresarios, legisladores, medios permisionados, partidos políticos, universidades y organizaciones sociales.	El 10 de octubre de 2002 el diálogo se rompe debido al decreto que emite Vicente Fox, en el que reduce el tiempo fiscal que las industrias otorgaban al Estado como pago de un impuesto. También crea un nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión. Esta acción es calificada de traición.
12 de diciembre de 2002	Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos.	Iniciativa ciudadana de la Ley Federal de Radio y Televisión.	Se apresura la redacción de la iniciativa de ley. Legisladores retoman la propuesta y la turnan a comisiones. En los tres años siguientes la propuesta es aplazada, y transformada.

Momentos en los que se ha intentado modificar la Ley Federal de Radio y Televisión			
Fecha	Mecanismo de acción	Actores involucrados	Resultado
8 de abril de 2010	Iniciativa de Ley de Telecomunicaciones y contenidos audiovisuales	Senador Javier Corral Jurado, Diputado Gustavo Madero Muñoz Organizaciones de la sociedad civil.	El 28 de abril de 2010 el Partido Acción Nacional no aprueba el dictamen aún cuando la propuesta había sido realizada entre legisladores de este partido y del Partido de la Revolución Democrática. El gobierno federal cede a las presiones de los concesionarios y no respalda la propuesta.

Elaborado con datos de Solis, 2010 en Esteinou y Alva de la Selva, 2010.

En medio de estos dos últimos intentos se encuentra la llamada *Ley Televisa*, un proyecto de reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley Federal de Telecomunicaciones, que favorecía a los concesionarios. Entre los beneficios que contenía se encontraban los siguientes: el ofrecimiento de servicios de telecomunicaciones adicionales a los de radiodifusión, sin licitación o concurso; el otorgamiento de concesiones sin requisitos que beneficiaran a la sociedad; 5 por ciento más del tiempo de publicidad que la ley les permite a cambio de que destinasen el 20 por ciento de producción independiente (ésta no era definida, por lo que podría subcontratarse una empresa de su propiedad); no establecía límites a la concentración mediática; imponía más obligaciones a los medios públicos y los dejaba fuera de los beneficios de los servicios de telecomunicaciones (Trejo, 2006)³⁴.

Con todas estas ventajas para los concesionarios, el proyecto fue aprobado por la Cámara de diputados el 1 de diciembre de 2005, y luego, a pesar de distintas oposiciones expresadas por diversos actores sociales (asociaciones, medios públicos, académicos) la Cámara de senadores aprobó la ley el 11 de abril de 2006 (Alva de la Selva, 2010:18). Afortunadamente, la discusión no terminó ahí y el 4 de mayo de 2006, cuarenta y siete senadores interpusieron ante la Suprema Corte de Justicia un recurso de inconstitucionalidad (Trejo, 2006). De este modo, el 7 de julio de 2007 dicha institución anuló los aspectos centrales de la *Ley Televisa* (Alva de la Selva, 2010:18).

³⁴ <http://www.fesmex.org/common/Documentos/Ponencias/Paper%20Ley%20Medios%202006.pdf> Recuperado junio de 2010.

Como podemos ver, los intentos de reformas de leyes en materia de medios de comunicación se han visto truncados casi siempre por las presiones que interponen las industrias mediáticas a los políticos, así como también por la poca disposición de éstos. La manera en que las empresas de comunicación pueden negociar con los legisladores, se relaciona de algún modo, con la concentración mediática que hemos relatado en apartados anteriores. Al ser pocas empresas las que tienen la mayoría de las concesiones y por lo tanto, la mayor cobertura a nivel nacional, los políticos se someten a los intereses de los industriales a cambio de tener espacios de difusión a través de estos medios. Al mismo tiempo, los políticos basan sus estrategias de comunicación en un sistema mediático que, también hemos visto, es el más consumido por las audiencias mexicanas.

De este modo, parece que nos encontramos inmersos en un círculo vicioso en el que tanto unos como otros se alimentan de inoperancia. Lo grave del asunto es que en medio están las audiencias limitadas a unos cuantos derechos y con modalidades de participación que no operan de manera eficaz. A pesar de que los medios se la hayan pasado pregonando que son los defensores de la libertad de expresión, y que por esa razón no aprueban las reformas a la ley, en realidad la única libertad de expresión que las industrias mediáticas han defendido a lo largo de estos años es la suya.

“De nada sirve un derecho a la libertad de expresión y a la información, o un derecho de réplica enmarcados en nuestra Constitución como derechos fundamentales, si para ejercerlo es necesario contar con la autorización de la autoridad, o si carecen de su materialización en las normas secundarias o si se dispone de instrumentos legales ambiguos y parciales que generalmente son aplicados para esconder la verdad o la opinión divergente de los intereses de la autoridad. O bien, si para su ejercicio se nos reservan los espacios privados, pues el espacio público ya es ocupado por los menos para emitir sus opiniones a los más” (Solís, 2009:33).

En este sentido, el estado de los derechos de las audiencias en México es muy precario. Apenas en años recientes se empiezan a incorporar como iniciativa de los medios públicos y algunos medios privados, figuras como las del defensor de las audiencias, los cuales representan un

ejercicio que apunta al reconocimiento de los derechos de éstas. Desde nuestra perspectiva, mecanismos como estos son el inicio de un reto que aspira a exaltar a las audiencias como sujetos participes de los sistemas de comunicación mediáticos. Sin embargo, para ello hay aún un camino largo por recorrer que desde nuestro punto de vista habrá de pasar por la firme convicción de que todas las personas tenemos un derecho humano a comunicar.

Bajo esta lógica, las formas, modos y mecanismos que habremos de desarrollar para consolidar la libertad de comunicación en México se desarrollan y promueven en distintos espacios. Por ello, a través del siguiente capítulo abordaremos la manera en que, según nuestra visión, el derecho humano a comunicar nos encamina a formular estrategias y mecanismos concretos que nos ayuden a consolidar los derechos de las audiencias de nuestro país.

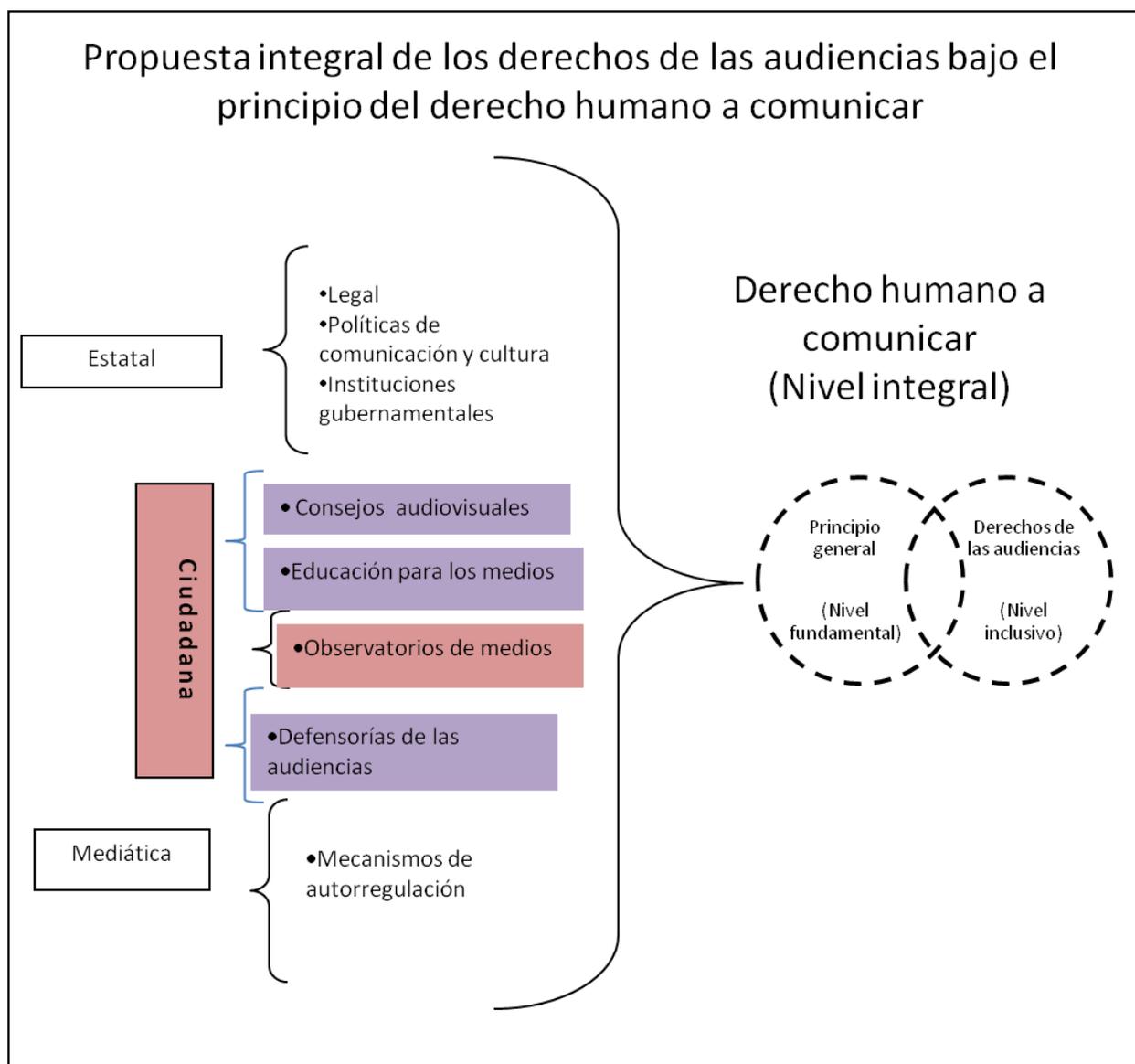
*Capítulo 4. La propuesta de un modelo estratégico
para abordar los derechos
de las audiencias
bajo la perspectiva del derecho humano a comunicar*

Capítulo 4. La propuesta de un modelo estratégico para abordar los derechos de las audiencias bajo la perspectiva del derecho humano a comunicar

4.1 El modelo estratégico.

A partir de la revisión que hemos hecho en los capítulos anteriores, hemos podido dar cuenta de cómo las audiencias mexicanas conviven en un sistema mediático que limita sus posibilidades de acción e interacción. En este contexto y según la perspectiva que hemos trabajado, podemos decir que dichas audiencias no tienen garantizado su derecho humano a comunicar. Es por ello, que en este capítulo retomamos ese principio y tratamos de articular una propuesta que haga hincapié en el reconocimiento de los derechos de las audiencias, pero que al mismo tiempo aspire a lograr que todas las personas puedan gozar libremente de un derecho humano a comunicar.

Tal propuesta la formulamos tomando en cuenta los principios desde los que se articula el derecho humano a comunicar. Si recordamos, éste se constituye a partir de tres dimensiones: fundamental, inclusiva e integral. La primera de ellas hace referencia al derecho humano a comunicar como un principio general; la segunda se refiere a los derechos específicos que son necesarios para complementar tal derecho; y la tercera aspira a conjuntar las dos anteriores para comprender al derecho humano a comunicar de manera amplia. De este modo, la propuesta que formulamos en este capítulo integra una serie de acciones y mecanismos que, bajo la perspectiva del derecho humano a comunicar en un sentido amplio y complejo, repercutan en el reconocimiento de los derechos de las audiencias. Para ello, construimos la propuesta a partir de tres dimensiones fundamentalmente: la estatal, la ciudadana y la mediática.



La primera dimensión desde la que abordamos el tema es la estatal, con ésta nos referimos aquella que contiene a las acciones que el Estado puede llevar a cabo para garantizar la incorporación y respeto del derecho humano a comunicar y de los derechos de las audiencias. En ésta identificamos tres mecanismos principalmente a través de los cuales lo anterior debería suceder: el del ámbito legal, el de las políticas culturales y de comunicación, y el que toca a las instituciones gubernamentales.

Una segunda dimensión, que funge además como el centro de la propuesta, es la social. En ésta articulamos una serie de mecanismos a través de los cuales consideramos que las audiencias pueden incorporarse para formular, aprehender y exigir el respeto de sus derechos. Esta

dimensión cobra relevancia pues es en ésta donde la sociedad defiende su derecho humano a comunicar, además de ser el puente que vincula sus propuestas con las del Estado y los medios. Por ello, los mecanismos que consideramos pueden ayudar y potencializar ese vínculo son: los consejos audiovisuales, la educación para los medios, los observatorios de medios y las defensorías de las audiencias. Nótese que en el modelo que construimos, los consejos audiovisuales y la educación para los medios se ubican en medio de la dimensión estatal y ciudadana, pues como veremos más adelante, ésta requiere de la participación de ambas para poder fungir como una herramienta que empodere a las audiencias. Por otro lado, las defensorías de las audiencias los colocamos en medio de la dimensión social y mediática, pues son un mecanismo que necesita de esas dos instancias para funcionar como un espacio promotor y defensor de los derechos de las audiencias.

La tercera dimensión es la mediática, con la cual hacemos referencia a los mecanismos que los medios de comunicación deberían adoptar para respetar a las audiencias y sus derechos, así como para vincularse con éstas y construir un modelo de comunicación mediático más incluyente y participativo. Dentro de esta dimensión ubicamos dos mecanismos a través de los cuales los medios podrían hacer valer los derechos de las audiencias: los códigos de ética y los manuales de contenido. Al mismo tiempo, como ya hemos hecho referencia, las defensorías de las audiencias son instrumentos fundamentales para lograr llevar a cabo el vínculo entre los medios y sus audiencias.

En síntesis, la propuesta se centra en retomar el derecho humano a comunicar en su expresión más amplia, es decir, conjuntando sus distintos niveles de entendimiento e incorporando bajo esta mirada una serie de mecanismos, acciones e instituciones que agrupados constituyan un marco que fomente el respeto por los derechos de las audiencias. Hay que destacar que esta propuesta surge de nuestra perspectiva de las audiencias como sujetos que tienen el derecho a comunicarse, es decir, a construir y practicar la comunicación a través de sus diversas interacciones mediáticas y las que se derivan de éstas.

4.2 Las tareas del Estado para garantizar el derecho humano a comunicar de las audiencias mediáticas.

4.2.1 El ámbito jurídico

El primer apunte del que partimos para articular esta propuesta es el del reconocimiento del derecho humano a comunicar como un principio general que guíe el modelo de comunicación mediático en nuestro país. Sabemos que tal proposición se enfrenta a una serie de intereses y dinámicas que determinan las condiciones para que el panorama mediático se modifique en beneficio de las audiencias, ya hemos revisado a lo largo de este trabajo algunas de éstas (las relaciones entre medios, gobierno y audiencias). Sin embargo, consideramos que el reconocimiento del derecho humano a comunicar puede ser el ancla a partir de la cual se deriven una serie de acciones que redunden en la transformación del sistema de comunicación en nuestro país. Estamos conscientes de que para que eso suceda son necesarias varias transformaciones en México. En este primer momento delinearemos algunas que hacen referencia al ámbito jurídico.

Por muchos años se han llevado a cabo diversas propuestas para regular a las industrias mediáticas, éstas no han redundado en leyes aprobadas y aplicables debido a los cabildeos e intereses que existen entre gobernantes y medios. Sin embargo, el principal objetivo de estos esfuerzos ha estado centrado en la regulación mediática, ámbito por su puesto de importancia sustancial, pero se ha dejado de lado el reconocimiento de los derechos a las audiencias. Es por ello, que retomamos el derecho humano a comunicar para colocar en el centro de esta propuesta a las audiencias como sujetos con derechos. Por tal motivo, consideramos que si lográramos ubicar al derecho humano a comunicar como un derecho reconocido en las leyes mexicanas, este principio tomaría fuerza y sustento, y por lo tanto, estaría abierta la posibilidad para que éste adquiriera sustento jurídico.

En este sentido, consideramos que en primer lugar el reconocimiento del derecho humano a comunicar debería ubicarse dentro de los principios fundamentales que el Estado mexicano reconoce explícitamente como derechos humanos de los ciudadanos. Es decir, el derecho humano a comunicar tendría que estar reconocido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. No es materia de este trabajo hacer una propuesta de reforma constitucional, sino

simplemente apuntar las posibilidades que tal reconocimiento brindaría a la ciudadanía, pues al convertirse este derecho en un derecho constitucional éste puede ser exigido.

Desde nuestra perspectiva, si el derecho humano a comunicar formara parte de uno de los que el Estado reconoce y garantiza, también tendría que expresarse en distintas políticas e instituciones. Este es el caso, por ejemplo, del derecho a la educación, pues al ser éste un derecho que el Estado debe garantizar, éste tiene que llevar a cabo una serie de acciones que le permitan asegurar que la ciudadanía cuente con educación, con todo lo que ello implica (infraestructura, calidad, actualización, etc.). En este sentido, si el derecho humano a comunicar alcanzara el rango constitucional el Estado adquiriría el compromiso de garantizarlo y la ciudadanía tendría la posibilidad de exigirlo. Sin embargo, sabemos que podría suceder lo mismo que pasa con otros derechos a los que los gobiernos consideran, de alguna manera, inferiores, como por ejemplo el derecho de réplica, pues aunque está reconocido constitucionalmente no cuenta con un reglamento que le brinde certeza y viabilidad para todos los ciudadanos. Por ello, el impulso al derecho humano a comunicar tendrá que ser constante, como lo ha sido el reconocimiento de todos los derechos con los cuales contamos hasta ahora.

Reconocemos que en el ámbito jurídico de los derechos humanos, México comienza a ponerse al corriente con una legislación más acorde con la realidad, pues este 2011 se aprobó por parte de los congresos estatales la reforma a la Constitución que llevó a cabo el Congreso de la Unión en el 2010, en la cual se añaden conceptos básicos y reconocimiento de derechos humanos que hasta ahora no se tenían, por ejemplo, la educación en derechos humanos. Para que esto sucediera, diversas organizaciones de la sociedad civil y académicos trabajaron sus propuestas por muchos años, aún así hay varios ámbitos de acción que se quedaron fuera y que seguro continuarán impulsando. Traemos a colación esta experiencia reciente, pues nos parece que no queda descartada la posibilidad de impulsar un derecho humano a comunicar reconocido tajantemente en la Constitución. Tal logro deberá ser el resultado, seguramente, del trabajo de muchos actores.

Ahora bien, para que un derecho reconocido en la constitución comience a ser puesto en práctica necesita de instrumentos jurídicos que lo doten de un carácter vinculante, es decir, que pueda ser en efecto exigible ante el Estado. En este sentido, el derecho humano a comunicar debería incorporarse a uno o varios documentos jurídicos que obliguen al Estado y sus instituciones a

cumplirlo, vigilarlo y difundirlo. Un ejemplo que nos permite comprender lo anterior es la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia. Al generarse dicha ley se establecieron los principios, mecanismos, reglas e instituciones que deberán garantizar que las mujeres vivan en un ambiente libre de violencia, lo que obliga a los gobiernos a trabajar para homologar sus procesos e instancias y cumplir con lo que dicta la ley. Del mismo modo, el derecho humano a comunicar puede estar reglamentado en una ley que permita que dicho principio sea transversal en varios de los procesos e instituciones desde los cuales puede ser puesto en práctica.

Otro espacio jurídico en el que ya se vislumbra el reconocimiento del derecho humano a comunicar son los instrumentos de derechos humanos internacionales. Hemos dado cuenta cómo a pesar de que no existe un reconocimiento explícito de este derecho, el derecho humano a comunicar se sustenta, expresa y reconoce en varios documentos de derechos humanos internacionales, por ejemplo la Convención Americana de Derechos Humanos en su artículo trece, o la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la Organización Estados Americanos en su punto seis, la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, la Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, entre otros. Al mismo tiempo, según las reformas a la Constitución mexicana, los tratados internacionales tienen la misma importancia en materia de derechos humanos que la carta magna, por lo que el Estado se encuentra ya de por sí obligado a garantizar y respetar el derecho humano a comunicar. Por supuesto, también ubicamos que existe una indefinición explícita de este derecho en el ámbito internacional. Sin embargo, ya hemos analizado cómo su interrelación con los derechos culturales ha hecho que el derecho humano a comunicar esté presente en varios de los documentos internacionales de derecho humanos.

En este sentido, a partir de la revisión que hemos hecho en esta investigación, podemos decir el derecho humano a comunicar deberá entenderse como un derecho social y cultural, necesario para la convivencia entre individuos y comunidades, que aspira al entendimiento y comprensión de las ideas, pensamientos, posiciones, actitudes y diferencias entre éstos. Este derecho se garantiza a partir de un ambiente propicio para comunicarse, es decir, en el que se respete y fomente la comunicación, entendida ésta como un proceso de ida y vuelta entre los diversos actores involucrados. De este modo, todas las personas deberán tener el derecho humano a comunicar.

Ahora bien, para trasladar la importancia de este concepto al sistema de comunicación mediático en México, este derecho tendría que estar explícitamente reconocido en una ley que regule a los medios y otorgue derechos a las audiencias. Al estar formulada bajo este principio, la ley tendría que tomar en cuenta las responsabilidades del Estado, las obligaciones de los medios, y el reconocimiento de derechos a las audiencias. En el siguiente apartado sólo nos centraremos en los derechos de las audiencias que consideramos complementan y configuran el derecho humano a comunicar.

4.2.1.1 Los derechos de las audiencias

Tal como hemos definido anteriormente, el derecho humano a comunicar se conforma de una serie de derechos particulares que le permiten complementarse y concretarse. Desde esta perspectiva, retomamos una serie de derechos, algunos de ellos reconocidos en los instrumentos internacionales de derechos humanos y otros que han sido planteados por académicos y organizaciones de la sociedad civil. En este trabajo los conjuntamos en una propuesta que pueda ser reflexionada y que fomente la posibilidad de un instrumento jurídico que dote a las audiencias de herramientas para ejercer su derecho a comunicar.

De este modo, a lo largo de este apartado, ahondaremos en la forma en que se comprende cada uno de los derechos que, desde esta perspectiva, complementa y conforma al derecho humano a comunicar. Los derechos que contemplamos son los siguientes:

Derechos de acceso y participación mediática.	Derechos que competen a los contenidos mediáticos.	Derechos en términos de toma de decisiones
<ul style="list-style-type: none"> • Libertad de expresión • Derecho a la información • Derecho de réplica • Acceso a las tecnologías de la información y la comunicación • Acceso a los medios como productores de mensajes y contenidos • Interacción con los medios. • Educación para los medios 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la diversidad cultural • Reconocimiento de la diversidad de audiencias • Contenidos de calidad • Derechos de autor 	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia y evaluación continua de los medios • Participación en los procesos de toma de decisiones de las políticas en comunicación

Como podemos observar en el cuadro anterior, hemos propuesto una serie de derechos que competen principalmente a tres ámbitos: los de acceso y participación de las audiencias en los medios, los de los contenidos mediáticos y los que se refieren a la toma de decisiones por parte de las audiencias. A continuación ahondaremos en cada uno de los derechos mencionados en la tabla anterior.

a) Derechos de acceso y participación mediática.

1) Libertad de expresión:

Tal como lo hemos mencionado en apartados anteriores, la libertad de expresión es un derecho humano reconocido a nivel internacional en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. En ésta, se menciona en su artículo 19 que:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Ya hemos aclarado por qué este derecho no se equipara al derecho humano a comunicar. Sin embargo, consideramos que sí lo configura y lo complementa, pues para poder comunicarnos es necesario poder expresar nuestros pensamientos. De este modo, la libertad de expresión es sin duda uno de los puntos de partida de la comunicación, por lo que es un derecho transversal y necesario para consolidar el derecho humano a comunicar.

En este sentido, la libertad de expresión debería ser considerada un derecho de las audiencias, entendido este como un derecho que puede ejercer cualquier ciudadano en los distintos medios de comunicación. Esto implicaría que las audiencias tuvieran los medios y las oportunidades para poder emitir sus ideas y opiniones en cualquiera de los medios disponibles en el espectro mediático, pues tal como versa el artículo 19 de la Declaración Universal, la libertad de expresión deberá estar garantizada para llevarse a cabo a través de cualquier medio de expresión. Lo

anterior implica que **la libertad de expresión de las audiencias a través de los medios de comunicación** es un derecho que el Estado debe garantizar y que los medios deberían estar obligados a respetar.

Retomando a Villanueva (2006) *“la libertad de expresión es uno de los derechos fundamentales del [ser humano] porque representa la prolongación de la garantía individual de pensar, ejercicio sin el cual no es posible aventurar la posibilidad del desarrollo del [ser humano] en sociedad”* (23). A la par de este derecho se vincula el derecho a la información, pues la expresión nos brinda la posibilidad de transmitir información con la cual vamos reconfigurando la manera en que entendemos el mundo, y por lo tanto, en que nos comunicamos y constituimos nuestra cultura.

2) **Derecho a la información**

El derecho a la información también se encuentra contemplado en la Declaración Universal de Derechos Humanos en su artículo 19, pues éste menciona que *“todo individuo tiene derecho a... investigar, y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas”* (1948).

Para definirlo más concretamente, retomamos a Jorge Carpizo y Ernesto Villanueva (2006), quienes sostienen que *“el derecho a la información (en un sentido amplio)... es una garantía fundamental que toda persona posee a: atraerse información, a informar y a ser informada”* (Villanueva, 2006:65). Desde esta perspectiva, Villanueva define cada uno de los ámbitos que comprende el derecho a la información del siguiente modo:

- a) *“El derecho a atraerse información incluye las facultades de 1. acceso a los archivos, registros y documentos públicos, y 2. la decisión de qué medio se lee, se escucha o se contempla.*
- b) *El derecho a informar incluye las 1. libertades de expresión y de imprenta, y 2. el de construcción de sociedades y empresas informativas.*
- c) *El derecho a ser informado incluye las facultades de 1. recibir información objetiva y oportuna, 2. la cual debe ser completa, es decir, el derecho a enterarse de todas las*

noticias, y 3. con carácter universal, o sea, que la información es para todas las personas sin exclusión alguna” (2006: 65).

Nuevamente recordamos que este derecho tampoco se equipara al derecho humano a comunicar. Su naturaleza es distinta, pues su énfasis está colocado en el objeto, es decir en la información. La preocupación de este derecho es que los sujetos puedan tener fuentes de información, informar y ser informados. En el caso del derecho humano a comunicar, su énfasis está puesto en el sujeto, pues su principal interés es el proceso comunicativo, es decir, lo que le importa a este derecho es que dicho proceso se lleve a cabo. La información y la comunicación son dos procesos diferentes. Sin embargo, para que éste último sea posible es necesario contar con el primero. Por lo tanto, el derecho a la información es otro de los derechos necesarios para las audiencias.

3) **Derecho de réplica**

El derecho de réplica se encuentra reconocido en la Convención Americana sobre Derechos Humanos de 1969. En su artículo 14 menciona que:

“Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley”.

Tal como habíamos mencionado, el derecho de réplica se encuentra reconocido en el artículo 6º de la Constitución de México, pero no cuenta con una ley o reglamento que establezca los lineamientos que este derecho tendría que seguir. Por lo tanto, la manera en que se lleva a cabo está determinada por la voluntad del medio, es decir, de si éste se encuentra dispuesto a conceder la réplica y bajo los criterios que dicho medio establezca. Por otro lado, las personas públicas son las únicas que ejercen su derecho de réplica, pues difícilmente un ciudadano de a pie puede solicitar un espacio para rectificar alguna información que se haya dado sobre éste.

Como hemos analizado en otro apartado, el derecho de réplica se encuentra vinculado con el derecho a la información, la libertad de expresión y el derecho humano a comunicar, pues la

rectificación que una persona puede hacer sobre sí, asegura no sólo el reconocimiento de su voz, sino que brinda la posibilidad de que otras personas puedan informarse acerca de la versión que ésta ofrece. Lo anterior, permite que puedan establecerse vínculos de comunicación verdaderos al generarse el entendimiento y la comprensión de lo que se está informando.

De este modo, el derecho de réplica se ubica dentro de varios ámbitos de acción, pues tiene como objetivos principales:

“a) otorgar a la persona afectada por una información inexacta o agravante un remedio adicional y ágil para asumir la defensa de sus derechos; b) permitir el acceso a los medios de comunicación a personas que quieren publicar sus ideas sin censura previa; c) resaltar la función social de los medios como instrumentos de transmisión de informaciones veraces; y d) ofrecer a la opinión pública las diversas interpretaciones que se pueden extraer de un hecho público por medio de la participación directa de sus protagonistas” (Badeni en Carbonell, 2009:442).

Desde nuestra perspectiva, el derecho de réplica es fundamental para llevar a cabo el derecho humano a comunicar de las audiencias porque representa la posibilidad de que éstas puedan cuestionar las representaciones que los medios generan acerca de ellas. Por lo general, los medios caracterizan a sus audiencias de una manera estereotipada o equivocada, ya hemos dado muestra de ello anteriormente, por lo que nos parece que es necesario que las audiencias puedan contar con un derecho de réplica. Como hemos acotado antes, el derecho humano a comunicar aspira al entendimiento de las diferencias, por lo tanto, consideramos que tener la posibilidad de replicar es otro derecho complementario del ya mencionado.

4) Acceso a las nuevas tecnologías de la información y comunicación

Ante el constante crecimiento de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), es necesario reconocer el derecho de todos los individuos de acceder a éstas. De hecho, ya en algunos documentos internacionales se ha comenzado a hacer visible este reconocimiento, ejemplo de ello es la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, la cual menciona en su artículo 6° que:

“la igualdad de acceso a las expresiones artísticas, al saber científico y tecnológico - comprendida su forma electrónica- y la posibilidad para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural”.

A pesar de que no hay una expresión directa en la se mencione que todas las personas tienen derecho al acceso de las TICs, se reconoce que esto es fundamental para el desarrollo de las sociedades. Como hemos analizado en otros apartados, la cultura es el espacio conformador de los sujetos y sus formas de organización. En este caso, las TICs son un desarrollo humano que cambia y modifica las relaciones humanas, y por lo tanto, son a la vez promotoras y resultado de las culturas. Al tener este doble papel, las TICs son herramientas fundamentales para las audiencias, pues éstas contribuyen a la constante transformación del espacio cultural, por lo que sería violatorio de los derechos humanos el dejar fuera de estos cambios a una parte de la población.

Puesto que hay un reconocimiento sobre la importancia que tienen las TICs en la vida actual, en la Declaración se establecen algunas orientaciones para el desarrollo de un plan que permita la aplicación los derechos reconocidos por este documento. Dentro de éstas se pone hincapié en *“fomentar la alfabetización electrónica y acrecentar el dominio de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, así como luchar contra las desigualdades en materia electrónica”* (Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural), pues está claro que el acceso a las TICs brinda herramientas para el desenvolvimiento de los seres humanos en el mundo actual.

A pesar de lo anterior, se reconoce la existencia de una brecha digital que distancia a las personas en materia de acceso y uso de las TICs. Por ello, la Unión Internacional de Telecomunicaciones de la Organización de Naciones Unidas promovió la creación de una Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. De ésta se derivó la Declaración de Principios de Ginebra, el Plan de Acción de Ginebra y los Compromisos de Túnez. En ellos se reconoce la importancia de que todos los individuos puedan acceder al desarrollo de las TICs.

Ejemplo de lo anterior es el compromiso número 9:

“Reafirmamos la decisión de proseguir nuestra búsqueda para garantizar que todos se beneficien de las oportunidades que puedan brindar las TIC, recordando que los gobiernos y también el sector privado, la sociedad civil, las Naciones Unidas y otras organizaciones internacionales deben colaborar para acrecentar el acceso a la infraestructura y las tecnologías de la información y la comunicación, así como a la información y al conocimiento, crear capacidades, incrementar la confianza y la seguridad en cuanto a la utilización de las TIC, crear un entorno habilitador a todos los niveles, desarrollar y ampliar las aplicaciones TIC, promover y respetar la diversidad cultural, reconocer el cometido de los medios de comunicación, abordar las dimensiones éticas de la Sociedad de la Información y alentar la cooperación internacional y regional”.

Como podemos observar, el acceso a las TIC lleva en sí un enorme número de responsabilidades del Estado, pues es éste el que debe fomentar la infraestructura y garantizar que dicho acceso esté cubierto.

Con respecto a la importancia que tiene para las audiencias debemos mencionar que el derecho a usar estas tecnologías se sustenta a su vez, en los derechos de libertad de expresión, el derecho a la información, y por supuesto, el derecho humano a comunicar, ya que a través de dichas tecnologías los sujetos pueden difundir sus intereses, obtener la información que requieran y establecer vínculos comunicativos.

Por otro lado, las audiencias pueden construir mecanismos de participación en los medios de comunicación, ya que a través del uso de estas tecnologías los sujetos pueden interactuar con los medios, realizar nuevas propuestas de contenidos o producir programas que les permitan construir su propia identidad como audiencias, es decir, elaborar sus auto-representaciones. En síntesis, este derecho, lleva consigo la posibilidad de acceder a las tecnologías *no asumiendo a la técnica sólo en su parte instrumental* sino logrando que los sujetos sean capaces de ser receptores y creadores críticos de estas tecnologías (Vega y Orozco, 2009:529).

5) Acceso a los medios como productores de mensajes y contenidos

La reflexión anterior nos lleva ahora a plantear el derecho que deberían tener las audiencias mexicanas para acceder a los medios de comunicación como productores de mensajes y contenidos. Este derecho encuentra sustento en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural, en la cual se menciona en su artículo 6º que:

“Al tiempo que se garantiza la libre circulación de las ideas mediante la palabra y la imagen, hay que procurar que todas las culturas puedan expresarse y darse a conocer”.

Para lograr la expresión y el reconocimiento de la diversidad de culturas que habitan en el mundo, y en este caso particular en México, la posibilidad de que las propias audiencias sean quienes se representen y difundan a través de los diferentes medios de comunicación, cobra primordial relevancia. Hemos dado cuenta párrafos arriba cómo nuestro país se encuentra conformado por sujetos con referentes culturales distintos. Sabemos que en México hay una gran diversidad cultural. Ante esta realidad y el pleno derecho que tiene toda persona humana *a participar en la vida cultural* (Artículo 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales), consideramos que el acceso a los medios como productores y creadores es un derecho básico para consolidar el derecho humano a comunicar de todas las audiencias.

Hacemos hincapié en el reconocimiento explícito de que las audiencias accedan a los medios como productoras porque, sobre todo los grupos minoritarios de México, no se visibilizan y mucho menos se representan en los medios de comunicación tradicionales. Si revisáramos los contenidos de los medios, veríamos cómo se estereotipa o niega la existencia de audiencias particulares. Paradójicamente *“los medios de comunicación deben su existencia a las audiencias, por lo cual no pueden ni deben ignorar la fuente de su vida...valdría la pena preguntarse si debe privilegiarse el derecho de empresa por encima del derecho de las audiencias pese a que estamos frente a un servicio público que entraña una función social”*(Pineda, 2009:126).

En síntesis, el reconocimiento de este derecho debe garantizar *“el acceso, en condiciones de igualdad, de todos los grupos sociales a la comunicación y la información”* (Propuesta de AMEDI al Senado de la República, 7 de noviembre de 2007).

Dicha igualdad nos permite garantizar dos principios que desde la perspectiva de Dorcé (2011) deberían ser derechos de las audiencias: “organizarse para producir auto-representaciones individuales o grupales para ser difundidas por los medios que se consideren apropiados” y “tener acceso a la crítica cultural en distintos formatos y géneros” (156-157). Al tener la posibilidad de que audiencias y creadores independientes puedan producir y transmitir sus contenidos en los diversos medios, se abre la posibilidad de contar con una mayor diversificación de representaciones y críticas culturales.

6) **Interacción con los medios de comunicación**

Hacemos hincapié en el reconocimiento de garantizar que las audiencias puedan interactuar con los medios de comunicación. Este derecho va a la par de los últimos tres derechos que hemos definido: acceso a los medios como productores, acceso a las TIC y derecho de réplica. Del mismo modo, podemos decir que se sustenta en la libertad de expresión. Sin embargo, reconocemos en este derecho un pequeño matiz que nos permite abogar por reconocerlo como un derecho particular de las audiencias.

En la investigación que realizamos con respecto a cómo los jóvenes interactuaban con los reality shows (Becerril, 2007), surgieron algunas preocupaciones con respecto a la forma en que se relacionan estas audiencias con los medios de comunicación. Uno de los problemas que encontraban estos jóvenes, era que la participación que ellos podían tener con los programas televisivos era demasiado limitada.

Para estos jóvenes existen algunas formas de interacción con los medios que pueden identificar claramente. Sin embargo, consideran que éstas no están pensadas en torno a los intereses de las audiencias sino de las propias empresas de medios. Por tal motivo, su exigencia va dirigida a promover la interacción de éstas con los medios, la cual debe:

- *“Estar basada en el interés mutuo de los actores*
- *Permitirles obtener respuestas por parte de las televisoras;*
- *Llevarse a cabo en condiciones de igualdad, en el sentido de que las opiniones tengan la misma relevancia;*

- *Y realizarse con un interés meramente comunicativo y no con un fin económico”* (Becerril, 2007:188).

Estas propuestas van encaminadas a la participación de las audiencias con los medios de comunicación a través de sus programas, medios tecnológicos y la creación de mecanismos que permitan el acercamiento de las audiencias a los medios. Es decir, lo importante es encontrar las formas en las que las audiencias puedan interactuar de verdad con los medios y que las opiniones de éstas sean tomadas en cuenta.

7) **Educación para los medios**

Para que todos los derechos que hemos mencionados puedan llevarse a cabo, hace falta que vayan acompañados de una educación para los medios. Ésta debe ser una garantía que el Estado otorgue a todos los ciudadanos mexicanos.

Desde nuestra perspectiva, es a través de la educación para los medios que podremos comprender cómo se estructuran los mensajes y programas que recibimos de las industrias mediáticas; los procesos que llevamos a cabo al interactuar con ellas; y el uso de las tecnologías que emplean, no sólo para reconocerlas sino también para utilizarlas. Lo anterior, resulta elemental para todas las audiencias, puesto que en la medida en que podamos entender y manejar el lenguaje de los medios podremos establecer mejores relaciones comunicativas entre estos, audiencias y sociedad en general. Desde la perspectiva de la comunicación, dos actores no pueden entenderse sino comparten el mismo código.

Por otro lado, a través de la educación para los medios podemos dotar de herramientas a las audiencias para que éstas exijan a los medios lo que desean encontrar en ellos. Como ya hemos mencionado, los programas que existen en las barras programáticas de la radio y la televisión mexicana no abarcan la enorme y diversa variedad de audiencias. No se trata de confrontar a la sociedad con las empresas mediáticas, sino de que ésta sea una sociedad más participativa y democrática.

Para poder lograr este objetivo, la educación para los medios deberá estar basada en la enseñanza de una lectura crítica, que:

“no se puede pensar sin una práctica creativa; el alumno debe ser capaz de leer el mundo desde diversas perspectivas, de ver y pensar más allá de los presupuestos racionales que gobiernan la existencia cotidiana. La lectura crítica debería hacer consciente la relación entre experiencia y pensamiento, no dar por supuesto que las cosas son como son... se debe fijar como objetivo alterar la experiencia de lo conocido a favor del aumento de las posibilidades de la acción humana. Desde esta perspectiva, queda claro que toda lectura crítica tienen una dimensión política” (Fecé, 2000:142).

Como lo muestra Fecé, la educación para los medios no es simplemente un instrumento dirigido a un individuo, sino una herramienta pensada para incidir en las sociedades. Esa dimensión política de la que habla es la que puede hacer de la sociedad y del sistema de medios de comunicación, espacios mucho más democráticos y participativos. En este sentido, la educación para los medios cobra más importancia, ya que se trata de un asunto colectivo que tiene la intención de mejorar, no sólo las relaciones que las audiencias puedan establecer con los medios, sino las condiciones sociales de una comunidad.

Por otro lado, para poder llevar a cabo esta educación para los medios me gustaría retomar la propuesta de Luz Eugenia Aguilar González, quien menciona que para fomentar una recepción crítica es necesario tomar en cuenta la diversidad de textos que influyen en un sujeto. Estos deberán estar presentes al momento de formular una estrategia pedagógica que persiga educar receptores críticos. En este sentido, destaca la importancia que tiene la participación de padres y maestros, pues si este proyecto no surge de los principales ámbitos del sujeto y al mismo tiempo los hace partícipes, los resultados tal vez no serán fructíferos (en Orozco, 2007).

Destaco esta propuesta porque me parece que si se plantea una estrategia de educación para los medios en nuestro país, deberán tomarse en cuenta los contextos particulares de las diferentes regiones de México, lo cual implica que la educación para los medios no sólo es un proyecto político, sino cultural.

b) Derechos que competen a los contenidos mediáticos

8) Promoción de la diversidad cultural

“En nuestras sociedades cada vez más diversificadas, resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales a un tiempo plurales, variadas y dinámicas” (Artículo 2, Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural)

Debido a las distancias geográficas y las condiciones sociales y económicas de los mexicanos, la posibilidad de establecer interacciones directas con otros sujetos no siempre es posible. Son los medios los que acercan a muchos ciudadanos al reconocimiento de la diversidad social que habita en nuestro país. Por ello, la obligación de que éstos promuevan la diversidad cultural no es un asunto de necesidad, sino más bien de desarrollo social.

“La diversidad cultural amplía las posibilidades de elección que se brindan a todos; es una de las fuentes de desarrollo, entendido no solamente en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceso a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria” (Artículo 3, Declaración Universal de la UNESCO sobre Diversidad Cultural).

Tal como lo reconoce la Declaración la diversidad cultural permite fortalecer el desarrollo de las sociedades. Al ser los medios de comunicación, transmisores, creadores e instancias de interacción deben responder no sólo a uno o unos cuantos grupos sociales, sino visibilizar la diversidad de éstos y promover el fortalecimiento del respeto a todos. Por lo tanto, el papel que juegan los medios en este asunto no es menor y la promoción de la diversidad cultural debe ser un compromiso claro y explícito por parte de ellos.

En este sentido, la promoción de la diversidad cultural promueve y configura el derecho humano a comunicar, pues además de darle representatividad y voz a las diversas identidades, contribuye a la difusión de otras maneras de ver el mundo, lo cual puede redundar en la comprensión y entendimiento entre diferentes.

Ahora bien, la responsabilidad de los medios sobre la difusión y promoción de la diversidad cultural, debe plasmarse a través de diferentes formatos, contenidos y mensajes, es decir, con el pleno conocimiento de que existen distintas maneras de ser audiencias, por lo que ello implica reconocer un derecho más específico que establezca las características que asegurarían la diversidad cultural. Es así, que este planteamiento nos lleva a la necesidad de sugerir el siguiente derecho.

9) **Reconocimiento de la diversidad de audiencias**

Existe una gran diversidad de audiencias. Por lo tanto, los medios de comunicación deben reconocerlas. Tal como hemos analizado en otros espacios, las audiencias son seres humanos diversos y complejos. Hemos visto cómo no existe un solo modo de ser audiencias y cómo puede estudiárseles de distinto modo. En este sentido, los medios tienen que reconocer esta realidad, pues nos parece que de este modo se podrían modificar varias de las conductas que encasillan a las audiencias.

Desde nuestro punto de vista, este reconocimiento debería llevar consigo la obligación de ofrecer una pluralidad programática y de contenidos; la promoción de redes de productores independientes; y el aseguramiento del acceso a producciones regionales, nacionales e internacionales.

Para definir este derecho retomamos la propuesta de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información, en la cual se menciona que:

La legislación deberá garantizar los principios democráticos de pluralidad y libertad de expresión y derecho a la información, así mismo debe promover la producción, edición y difusión de contenidos diversos que proyecten la pluralidad y diversidad culturales para todo tipo de audiencias, destinados a satisfacer sus necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento; que impulsen la sociedad de la información y el conocimiento; que promuevan la pluralidad, participación y valores democráticos; y que garanticen el acceso, en condiciones de igualdad, de todos los grupos sociales a la

comunicación y la información. (Propuesta de AMEDI al Senado de la República, 2007:4)

Como podemos observar el reconocimiento de la diversidad de audiencias va estrechamente ligado a la diversidad cultural. Sin embargo, hacemos hincapié en reconocerlo como un derecho explícito ya que dentro de una misma comunidad existe un universo de grupos que pueden ser caracterizados como audiencias. Por otro lado, este reconocimiento va dirigido a brindarnos la posibilidad de genera variedad y creatividad en las propuestas de los medios.

Con respecto a las redes de productores independientes se contemplan con la misma intención. La propuesta es que éstos sean espacios en los que se puedan abordar temas, formatos y discursos olvidados por los grandes medios, es decir que se permita a estas organizaciones innovar y visibilizar a las audiencias ignoradas. Hemos hablado del acceso de las audiencias a los medios de comunicación con la intención de que éstas se autorepresenten. Sin embargo, hacemos hincapié en los productores independientes porque no todas las audiencias se encuentran interesadas en producir contenidos, pero nos parece que es importante mantener la puerta abierta para quienes así lo deseen, Por lo tanto, los productores independientes tienen un papel importante en la difusión de contenidos, pues representan espacios en los que se generan representaciones alternativas a las difundidas por las industrias mediáticas establecidas.

En cuanto al acceso a producciones regionales, nacionales e internacionales, consideramos que éste permitiría a las audiencias tener un concepto mucho más amplio de la diversidad cultural del mundo; así como nutrirse de las experiencias sociales, creativas y tecnológicas de otras identidades y naciones.

Todos estos planteamientos se encuentran estrechamente ligados con el reconocimiento explícito de la diversidad de audiencias, y por lo tanto, del derecho humano a comunicar de cada una de éstas. La finalidad es poner en el centro a los sujetos y sus procesos comunicativos, pues como hemos visto, las legislaciones de medios se han olvidado de las audiencias y se han concentrado en las industrias mediáticas. Desde nuestra perspectiva, al reconocer que hay un sin número de audiencias, estamos de algún modo reconociendo que hay una diversidad de voces a las que hay que escuchar, dar cabida en los medios, y sobre todo, comprender.

10) Contenidos de calidad

Otro de los derechos que las audiencias deberían tener es el de contar con contenidos de calidad. Si retomamos las propuestas de Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón encontramos que los programas de calidad son aquellos que “*responden a una concepción multidimensional de la competitividad: profesionalidad, innovación y relevancia social de su producción*” (Revista Gaceta No. 47, 2000)³⁵. En este mismo sentido, los autores destacan que los contenidos de calidad desarrollan la propia capacidad del medio de comunicación, que es “*la de captar la vida, sus rutinas y sus sorpresas, sus inercias y sus "milagros", al mismo tiempo la que expresa una estética propia mediante la permanente experimentación de sus lenguajes y expresividades*” (Martín Barbero, Rey y Rincón, 2000)

De este modo, podemos decir que al referirnos a los contenidos de calidad estamos aludiendo a propuestas innovadoras tanto en los discursos, temáticas, formatos y modo de utilización de las tecnologías, es decir, a que los productores se aventuren a experimentar y hacer propuestas que amplíen el panorama textual y audiovisual. La calidad también tiene que ver con la relevancia de los contenidos en el ámbito social, cultural e idiosincrático de las audiencias, pues existen una infinidad de temas que pueden ser abordados y que resultan importantes para éstas, los cuales muchas veces quedan fuera de la programación cotidiana que ofertan los medios.

Retomando a García Canclini, la calidad también depende de las innovaciones tecnológicas, los recursos con los que cuentan las audiencias y la forma en que se están transformando las maneras de consumir medios, pues actualmente los siguientes aspectos configuran la calidad de los productos mediáticos: “*inmediatez de la información, acceso descentralizado, simultaneidad, comparabilidad internacional y arraigos locales flexibles*” (2011:37), entre otros.

Nuevamente, consideramos que este derecho complementa el derecho humano a comunicar porque privilegia los intereses de las audiencias y con ello fomenta la difusión, interacción y comunicación de los seres humanos. En síntesis, la calidad “*no es un problema peculiar de los productores, ni de los contenidos ni de las audiencias, sino de las articulaciones que se establecen entre todos*” (García Canclini, 2011:32).

³⁵ http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin_barbero_tvpublicacalidad.htm
Recuperado abril de 2011.

11) **Derechos de autor**

Este derecho está encaminado a respetar la autoría de cualquier individuo, en este caso el de las audiencias, cuando éstas sean quienes realicen alguna producción audiovisual.

El sustento de este derecho está claramente expresado en la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural en su artículo 8º, en el cual dice:

“Frente a los cambios económicos y tecnológicos actuales, que abren vastas perspectivas para la creación y la innovación, se debe prestar una atención particular a la diversidad de la oferta creativa, a la justa consideración de los derechos de los autores y de los artistas, así como al carácter específico de los bienes y servicios culturales que, en la medida en que son portadores de identidad, de valores y sentido, no deben ser considerados como mercancías o bienes de consumo como los demás”.

Como podemos ver, los contenidos mediáticos son sin duda portadores de identidad y principios. Esto les imprime un valor importante tanto en términos económicos como intelectuales, por lo que uno de los pagos justos que reciben las personas por sus creaciones es el reconocimiento autoral. Es por esta razón que abogamos porque las producciones audiovisuales realizadas por las audiencias, grupos sociales y productores independientes no tengan por qué ceder sus derechos a las grandes empresas de medios para que éstas comercialicen con sus creaciones. Sino que más bien sean reconocidos autoralmente y, por lo tanto, económicamente, ya que las cuotas de recuperación son necesarias para que estos grupos puedan seguir generando nuevos productos.

c) Derechos en términos de toma de decisiones

12) **Vigilancia y evaluación continua a los medios de comunicación**

Para poder certificar que los derechos de las audiencias serán respetados, es necesario implementar mecanismos que permitan la vigilancia constante de los medios y sus relaciones con sus públicos.

Una propuesta interesante es la creación de una instancia que funja como:

“Defensoría de Radioescuchas, Televidentes y Lectores integrada por un consejo ciudadano nombrado por la Cámara de Diputados con candidaturas propuestas por organizaciones ciudadanas o por ciudadanos en particular, con la exclusión de propietarios, concesionarios y permisionarios, y con un representante de éstos y otro del Poder Legislativo, ambos con voz pero sin voto” (Cazés, 2009:49).

Esta figura podría fungir como el espacio a través del cual las audiencias pudieran tener la seguridad de que sus derechos serán vigilados, exigidos y respetados. Un espacio como este puede brindarnos la posibilidad de una participación efectiva de las audiencias en la defensa de sus derechos, ya que podría fungir como el lugar idóneo para involucrar a las audiencias en un ejercicio ciudadano e interactivo más constante. Una propuesta que nos gustaría retomar es la que pone sobre la mesa Dorcé (2011), ya que él considera necesario que la figura de la defensoría sea una instancia que todos los medios, tanto públicos como privados deban tener. Nos parece que en efecto, los defensores de las audiencias nos podrían ayudar a fortalecer tanto la difusión como la defensa de los derechos de éstas. Por el momento, sólo damos cuenta de la intención que tiene el reconocimiento del derecho a la vigilancia continua de los medios, pues más adelante ahondaremos sobre esta figura de las defensorías.

Otro mecanismo que puede fungir como vigilante de los derechos es el de los observatorios de medios. Desde el punto de vista de Vega y Orozco, *“es imperativo promover el desarrollo de observatorios mediáticos que evalúen, con base en metodologías sólidas y criterios de calidad y pertinencia, la relevancia, la ética y la oportunidad de los contenidos y formatos” (2009:529).* Por su puesto, los observatorios son otra manera de presionar para que los derechos de las audiencias sean respetados. De igual manera, ahondaremos sobre el tema más adelante.

13) **Participación en los procesos de toma de decisiones de las políticas en comunicación y cultura**

Aunado al derecho anterior, será necesario considerar que no es posible ignorar a las audiencias en los momentos en que se hacen modificaciones o construcciones de políticas públicas en materia de comunicación y cultura. Tal como versa el artículo 25 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos en su inciso A, todos los ciudadanos tienen derecho a:

“Participar en la dirección de los asuntos públicos, directamente o por medio de representantes libremente elegidos”.

En este caso, el Estado mexicano ha sido omiso de las opiniones de las audiencias para establecer los mecanismos legales que les afectan directamente. Como revisamos anteriormente, muchas veces distintos actores sociales han tratado de incorporar sus propuestas para una reforma a la ley de medios, pero ésta no ha sido posible. Por ello, es importante que los ciudadanos tengan un reconocimiento explícito para participar en las políticas públicas de comunicación, pues ello da voz a las audiencias y promueve procesos comunicativos entre los distintos actores del sistema de comunicación mediático.

Como ya está claro, el derecho humano a comunicar no pretende imponer puntos de vista, sino promover el diálogo y entendimiento. En este sentido, la incorporación de las audiencias en el debate sobre políticas públicas en materia de comunicación y cultura propone ponerlas como uno de los sujetos primordiales en el proceso, las cuales no pueden quedar fuera de una discusión que habrá de beneficiarlas o afectarlas directamente.

En este sentido, es importante el impulso de redes a través de las cuales las audiencias puedan interactuar y hacer visibles sus propuestas. El fortalecimiento de dichas redes por su puesto pasa por el impulso y reconocimiento que desde el ámbito jurídico se dé a éstas.

4.2.2 Las políticas culturales y de comunicación

A lo largo de esta investigación hemos revisado cómo la comunicación y la cultura son dos ámbitos que se trastocan. Hemos identificado cómo el derecho humano a comunicar está ligado a los derechos culturales, ya que en éstos se expresa y se configura. Por ello, proponemos que a través de políticas culturales y de comunicación el Estado impulse el derecho humano a comunicar. Desde nuestro punto de vista, el espacio de las políticas culturales es el espacio idóneo para promover el derecho humano a comunicar como un derecho elemental para el sistema de comunicación mediático.

Hasta ahora, el modelo de comunicación en el que se mueven los medios se basa en la lógica mercantil y tecnológica, y deja de lado los procesos sociales de producción simbólica, es decir, los procesos comunicativos. Sin embargo, en apartados anteriores hemos visto cómo las audiencias se interrelacionan con los medios y cómo los incorporan a su vida cotidiana a nivel individual, comunitario, social, entre otros. Por ello, consideramos que es necesaria una transformación del sistema de comunicación mediático, el cual desde la perspectiva del derecho humano a comunicar, estaría centrado en las personas y sus procesos comunicativos.

Actualmente, somos testigos de cómo el uso de las herramientas tecnológicas trae consigo una serie de transformaciones en los ámbitos sociales y culturales. Sin embargo, ello no significa que la mera implementación de tecnologías vaya a modificar por sí solo el sistema de comunicación. Para que esto suceda, dicho modelo tiene que ser pensado en torno a una nueva manera de entender y abordar la comunicación. En este sentido, la transformación del modelo comunicativo actual pasa:

“más que por unas <<políticas de comunicación>>, por una renovación de la cultura política capaz de asumir lo que hoy está en juego en las políticas culturales. En las que no se trata tanto de la administración de las instituciones o la distribución de unos bienes culturales, sino de <<un principio de organización de la cultura, algo interno a la constitución de lo político, al espacio de producción de un sentido del orden en la sociedad, a los principios de reconocimiento mutuo>>” (Martín Barbero, 2010:244).

Es justamente este sentido del orden en la sociedad y el reconocimiento mutuo, donde el derecho humano a comunicar cobra relevancia, por lo que consideramos que la inclusión de éste en la política cultural habrá de ayudar a conformar una visión más incluyente y participativa tanto de la “organización” de la cultura, como en la renovación del sistema de comunicación mediático. En este sentido, nos parece que es importante entender la introducción del derecho humano a comunicar en una política cultural y de comunicación que promueva la *democracia participativa*, la cual:

“Defiende la coexistencia de múltiples culturas en una misma sociedad, propicia su desarrollo autónomo y relaciones igualitarias de participación de cada individuo en cada cultura y de cada cultura respecto de las demás. Puesto que no hay una sola cultura legítima, la política cultural no debe dedicarse a difundir sólo la hegemónica sino a promover el desarrollo de todas las que sean representativas de los grupos que componen una sociedad” (García Canclini, 1987:50).

Según García Canclini (1987), las políticas culturales han tenido un recorrido que va a la par de los modelos de organización social y económica. Sin embargo, con las reflexiones y nuevas comprensiones del significado de la cultura, el ámbito de las políticas en esta materia se ha cuestionado y modificado. En este mismo sentido, Nivón (S.f. Posgrado Virtual en Políticas Culturales y Gestión Cultural) afirma que la Unesco ha fungido como el espacio privilegiado a través del cual el tema de la cultura se ha ido definiendo. De este modo la cultura ha sido conceptualizada desde: la democratización de la cultura, la democracia cultural, la cultura y el desarrollo, la diversidad cultural, la excepción cultural, el derecho a la cultura y los derechos culturales. Todo ello ha permitido que se piense en una manera distinta de abordar las políticas culturales en cada país, pues se ha reconocido que éstos se conforman culturalmente de diferente modo. Por lo tanto, se considera que la constitución cultural de cada nación es la que debería definir las políticas de cada Estado.

En otro apartado hemos dado cuenta de la manera en que nuestro país está conformado, es decir, a partir de distintas identidades culturales. Por lo tanto, si retomamos la perspectiva planteada en el párrafo anterior, la construcción de las políticas culturales de México tendría que tomar en cuenta dichas diferencias. Del mismo modo, puesto que la comunicación y la cultura van de la

mano, no podemos pensar en el establecimiento de una política cultural que deje de lado o que no considere los procesos comunicativos tanto interpersonales, como aquellos atravesados por las industrias mediáticas. De este modo, la formulación de una política cultural que aspire a conformarse a partir del reconocimiento de los otros y sus diferencias, habrá de pasar por la aceptación de un derecho humano a comunicar que funja como, además de eje articulador, herramienta que posibilite de manera efectiva y real el intercambio cultural. Una política cultural y de comunicación vista desde esta perspectiva se formularía a partir del propio cotidiano de las comunidades y su interacción.

“Una buena política cultural no es la que asume en forma exclusiva la organización del desarrollo cultural en relación con las necesidades utilitarias de las mayorías –condición indispensable para que sea democrática–, sino que abarca también los movimientos de juego y de experimentación, promueve las búsquedas conceptuales y creativas a través de las cuales cada sociedad se renueva” (García Canclini, 1987:60).

Las transformaciones culturales pasan, en nuestros tiempos, por las interacciones que las personas tienen con los medios de comunicación. Como hemos observado en otro apartado, las industrias mediáticas son referentes culturales importantes para las audiencias. Por lo tanto, considerarlos dentro de una política cultural es de suma importancia. Ello ha sido reconocido por los gobiernos de México, por ejemplo en el Programa Nacional de Cultura 2007-2012 del gobierno federal se contempla como uno de los ejes de la política cultural el de las industrias culturales, dentro de las cuales están los medios de comunicación. Sin embargo, la actuación que hasta ahora tiene el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, que es el encargado de la política cultural en nuestro país, se concentra en la administración y fomento de los medios de comunicación públicos. Desde nuestra perspectiva las instituciones encargadas de las políticas culturales en México deben tener mayor actuación en materia de medios de comunicación.

“Lo que ya no tendrá sentido es seguir diseñando políticas que escindan lo que pasa en la Cultura –con mayúsculas- de lo que pasa en las masas –en la industria y los medios masivos de comunicación. No pueden ser políticas aparte, puesto que lo que pasa culturalmente a las masas es fundamental para la democracia, si es que la democracia tiene aún algo que ver con el pueblo” (Martín-Barbero, 2010:246).

En este sentido, la formulación de una política cultural y de comunicación que tenga en cuenta el derecho humano a comunicar, deberá fomentarlo y construirlo a partir de su puesta en práctica. Por ello, pensar en este derecho como parte de una política de Estado hace referencia no sólo a su cumplimiento o difusión, sino a pensarlo como un derecho que se aborda en distintos espacios de gobierno.

4.2.3 Las instituciones gubernamentales.

Tal como está organizado el gobierno mexicano en la actualidad, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), y la Secretaría de Educación Pública (SEP) serían las encargadas de poner en práctica el derecho humano a comunicar. La primera de éstas tendría que promoverlo y hacerlo presente en cada uno de los espacios en los que tiene intervención. La segunda, tendría la tarea fundamental de incorporarlo a los planes educativos, no sólo como un contenido a abordar, sino como una práctica escolar y pedagógica de la que hablaremos más adelante. Al mismo tiempo, el derecho humano a comunicar se tendría que ver relegado en las actuaciones de la Secretaría de Gobernación, a través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, la cual vigilaría que de que dicho principio se respetara en los medios de comunicación; a la par que le correspondería la vigilancia de los derechos de las audiencias. Por su parte, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y la Comisión Federal de Telecomunicaciones tendrían que vigilar que el funcionamiento operativo de los medios estuviera acorde con este derecho, es decir, que las concesiones fueran otorgadas con base en principios que promuevan y pongan en práctica el derecho humano a comunicar. En este mismo sentido, la competitividad e infraestructura tendrían que estar en constante vigilancia para poder garantizar de igual manera el derecho humano a comunicar.

Sin embargo, nos parece que es necesario pensar en la creación de instituciones y reconfiguración de las funciones que desempeñan las actuales. En este sentido, consideramos que sería importante contar con una institución que tenga mayor capacidad de incidencia en materia de políticas culturales y de comunicación. Este podría ser el caso de una Secretaría de cultura y comunicación, cuyo objetivo principal sea el de impulsar políticas públicas que contribuyan en el fortalecimiento de mecanismos que permitan gozar a los ciudadanos de sus derechos culturales y

comunicativos. De este modo, la Secretaría de cultura y comunicación podría ser la impulsora del derecho humano a comunicar.

Puesto que la política actual bajo la que se rige el sistema de medios de comunicación no tiene como centro de atención a las audiencias, no existe una instancia que vele por los derechos de éstas. Si se incorpora una política en la que el derecho humano a comunicar de las audiencias sea el eje articulador, tendría que crearse un organismo autónomo encargado de vigilar los principios y derechos antes relatados. En varios países la instancia que cumple dicha función es la de los consejos audiovisuales. Destacamos dos ejemplos que nos parecen importantes: el Consejo Superior del Audiovisual de Francia y el futuro Consejo Federal de Comunicación Audiovisual de Argentina (éste se encuentra en proceso de conformación). Estas instancias en ambos casos, están enfocadas a la vigilancia y promoción de los derechos de las audiencias en materia de comunicación audiovisual. Cada una tiene sus particularidades. Sin embargo, nos parece que podría rescatarse esta figura para el caso de México.

Ahora bien, al existir una Secretaría de cultura y comunicación, ésta podría colaborar, acorde con los principios del derecho humano a comunicar, con la Secretaría de comunicaciones y transportes. De este modo, mientras que la Cofetel continuaría fungiendo como el órgano desconcentrado de la SCT, cuya función principal se enfoca en la regulación y vigilancia de los términos operativos de los medios; un Consejo audiovisual podría ser el encargado de la vigilancia, promoción y protección de los derechos de las audiencias, lo cual lo llevaría a ser una institución que se concentre en el monitoreo de contenidos y prácticas comunicativas de los medios y sus audiencias. Esta propuesta nos lleva a la incorporación de las proposiciones que haremos en el siguiente apartado.

4.3 La dimensión ciudadana: la construcción del derecho humano a comunicar desde la participación social

Hasta ahora las propuestas que hemos formulado se han concentrado en el papel del Estado. Sin embargo, reconocemos que tales aspiraciones resultan complicadas de implementar mientras continúe predominando el modelo de relaciones e intereses que hay entre gobernantes y medios de comunicación. Para que esto cambie son necesarias las exigencias ciudadanas. Por ello, hemos

puesto el énfasis de esta propuesta en aquéllos mecanismos que consideramos pueden dotar de herramientas a las audiencias para que éstas construyan y exijan sus derechos en la práctica cotidiana.

En éste sentido, ¿cómo podríamos dotar a las audiencias de herramientas de poder y exigencia? Nos parece que hay cuatro mecanismos principalmente a través de los cuales se puede contribuir a que eso suceda: la educación para los medios, los observatorios de medios, los defensores de las audiencias y los consejos audiovisuales. El énfasis que ponemos en estos cuatro mecanismos tiene que ver con la posibilidad de que éstos pueden ser operados por instancias meramente ciudadanas. No obstante, que para tener mayor incidencia el Estado debería promoverlos y apoyarlos. A pesar de ello, consideramos que estos mecanismos sí pueden ser herramientas fundamentales en la construcción de audiencias críticas. De este modo, ahondaremos sobre estos espacios de acción, puesto que creemos que al mismo tiempo que se alojan en los principios del derecho humano a comunicar, lo construyen en la práctica y fungen como instrumentos específicos que lo fomentan.

4.3.1 Los consejos audiovisuales

Comenzamos con los consejos audiovisuales, puesto que, éstos son una figura que puede estar conformada por ciudadanos reconocidos en los ámbitos de la comunicación audiovisual, sin vínculos con los gobiernos. Pero también son instituciones que tienen sustento jurídico, es decir, han sido reconocidas por el Estado, y que por lo tanto, éste tiene una participación activa en su creación, conformación y mantenimiento. De este modo, los consejos audiovisuales pueden definirse:

“Como instancias efectivamente independientes (...) que posean personalidad jurídica propia y [que] tengan una composición plural al estar conformados por expertos, profesionales o personalidades sin vinculación con el poder político y, de igual manera, sin intereses directos o indirectos en empresas o grupos del sector audiovisual. Se trata, en esencia, de la creación de instancias que promuevan la conciliación de los intereses de

los distintos agentes económicos, socioculturales e industriales y de los intereses generales de la ciudadanía” (Ramírez Alvarado, 2010:2)³⁶.

En este sentido, los consejos audiovisuales funcionan como organismos autónomos que distintos gobiernos han creado con la intención de vigilar los derechos de los ciudadanos. Por su puesto, la creación de estos consejos viene acompañada de una ley que le da sustento.

Existen distintos consejos audiovisuales, entre ellos podemos mencionar algunos de gobiernos locales como los de Cataluña, Navarra y Andalucía, regiones pertenecientes a España. Por otro lado, como ya hemos mencionado anteriormente, también hay consejos federales como los de Francia y próximamente el de Argentina. En general la manera en que se conforma su estructura está determinada por asignaciones de los poderes ejecutivos y legislativos. Sus principales funciones se centran en la vigilancia de los contenidos de los medios con la intención de hacer valer y respetar los principios, valores y derechos que sus legislaciones promueven (dentro de éstas se encuentran las constituciones, leyes en la materia y reglamentos). Al mismo tiempo, su actividad repercute en el quehacer de las políticas de comunicación, ya que los consejos funcionan como asesores del gobierno en materia de comunicación.

En el caso de México, consideramos que la creación de un consejo audiovisual podría ser una instancia promotora de los derechos de las audiencias, ya que hasta el momento los organismos que existen están más enfocados en la resolución de conflictos tecnológicos y de competencia. Aún en el Instituto Federal de Telecomunicaciones y Contenidos Audiovisuales, formulado en la iniciativa de ley que impulsó la Asociación Mexicana del Derecho a la Información, está delineado a partir de una actuación mucho más concentrada en la operatividad de los medios. Sin embargo, no hay una instancia propuesta en la que el centro de atención sean las audiencias y sus derechos. Frente a este panorama nos parece que una posibilidad es la de crear un consejo audiovisual, el cual funcione como organismo público autónomo y que cumpla dicha función.

³⁶ <http://abelsing.files.wordpress.com/2010/02/maria-del-mar-martinez-alvarado-copia-2.pdf> Consultado el 14 de julio de 2011.

Retomando las experiencias de otros consejos audiovisuales, proponemos que México cuente en un principio con un consejo federal que tenga las siguientes características básicas:

- Que tenga independencia del gobierno y de los operadores.
- Que cuente con consejeros cuya experiencia en la materia sea comprobable, propuestos por la sociedad civil y ratificados por las cámaras del Congreso de la unión.
- Que su principal función sea la de garantizar el respeto de los derechos de las audiencias.

Bajo estos tres principios, el consejo audiovisual deberá vigilar los contenidos de los medios para asegurarse de que éstos cumplen con el principio del derecho humano a comunicar. Desde nuestra perspectiva, el planteamiento de una ley que contenga derechos de las audiencias, como los que hemos detallado anteriormente, es lo que dará funcionalidad a un consejo audiovisual, pues mientras no exista qué defender, la actuación de un consejo es ambigua.

Ya la AMEDI (2007) ha propuesto que la Cofetel se convierta en un organismo público autónomo, pues considera que esta figura es la única que puede dotar de herramientas a dicha instancia para vigilar objetivamente a las industrias mediáticas. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, la Cofetel debe mantener su margen de acción en los ámbitos tecnológicos y de competitividad de los medios. Por otro lado, creemos que los consejos audiovisuales son figuras idóneas para defender los derechos de las audiencias, pues su conformación ciudadana es la que sustenta la credibilidad y confianza de las personas. En algunos de los casos que hemos revisado, Consejo Superior Audiovisual de Francia, Consejo Federal de Comunicación Audiovisual de Argentina y Consejo de Andalucía, entre otros, los miembros que los conforman son nombrados por las cámaras o parlamentos. Desde nuestra perspectiva la ciudadanía tiene que ser participe en la elección de los consejeros, a través de propuestas que emerjan de la sociedad civil y que sean ratificadas después por las cámaras.

Otros ámbitos de acción importantes que ejercen los consejos audiovisuales son los siguientes:

“En primer lugar, en que suelen tomar parte activa, en mayor o menor medida, dentro del proceso de adjudicación y revocación de licencias de radio y televisión. En segundo término, en la potestad de emitir informes no vinculantes que se elevan a las autoridades ejecutoras de sanciones cuando se ha cometido una vulneración de las leyes vigentes en materia audiovisual (aunque en algunos se estudia la posibilidad de disponer de capacidad sancionadora directa)” (Ramírez Alvarado, 2010:3).

La facultad que tienen los consejos audiovisuales para revisar y dar su aprobación en materia de concesiones es una función que para el caso de México resulta elemental y necesaria. Dicha atribución permite que las concesiones sean otorgadas bajo otros criterios, es decir, no sólo tomando en cuenta los requisitos económicos y tecnológicos (de los cuales se ocupa la Cofetel), sino en los contenidos y propuestas innovadoras de los participantes. Esta atribución del consejo podría ser una herramienta para que la concentración mediática y la poca diversidad de contenidos vaya disminuyendo en nuestro país. Por ello, el que un consejo audiovisual ciudadano se encuentre involucrado en el tema de las concesiones, promueve una vigilancia constante sobre varios de los derechos de las audiencias.

Con respecto a la capacidad sancionadora habría que discutir y establecer los mecanismos idóneos para sancionar a las industrias mediáticas, pues bien pueden los consejos llevarla a cabo o transferirla a otra instancia que tenga como base los informes, quejas, observaciones e investigaciones del consejo.

Finalmente, nos queda decir que la particularidad de los consejos audiovisuales es que han sido creados para defender los derechos de las audiencias bajo determinados marcos culturales, es decir, cada nación o región en la que se ha optado por la creación de estas instancias, ha establecido sus valores, principios y reglas, según su visión y forma de ver el mundo. Por lo que no hay reglas generales para determinar qué es o no correcto en términos de propuestas y contenidos mediáticos, pues “los aspectos relativos al contenido son esencialmente nacionales por naturaleza, puesto que están directa y estrechamente relacionados con las necesidades culturales, sociales y democráticas de una sociedad determinada” (García, 2003:13). En este

sentido, enfatizamos la importancia del derecho humano a comunicar para formular los principios y derechos que este consejo habrá de defender.

4.3.2 La defensoría de las audiencias

Otra figura ciudadana que hemos revisado es la del ombudsman o defensor de las audiencias. Sabemos que este mecanismo surge principalmente de la disposición del medio para recibir los comentarios de sus audiencias y entablar una mayor interacción con éstas. Sin embargo, el quehacer de las defensorías se ha vuelto cada vez más compleja y necesaria.

La principal función del defensor de las audiencias “se orienta a recibir e investigar las quejas de los consumidores sobre la exactitud, la imparcialidad, el equilibrio y el buen gusto en la cobertura de las informaciones. Una vez recibidas e investigadas las quejas, el defensor recomienda respuestas adecuadas para corregirlas o aclararlas” (Herrera, 2005)³⁷. De este modo, el defensor funge como un intermediario entre las audiencias y el medio.

En general, las principales características de los defensores de las audiencias en todo el mundo, según Aznar (1999) son las siguientes:

1. Reciben, investigan y dan respuesta a las quejas del público
2. No tienen capacidad sancionadora
3. Llevan a cabo una labor interna y externa
4. Gozan de una trayectoria profesional solvente y de gran credibilidad
5. En cuanto a su competencia, no suelen ocuparse ni juzgar las páginas de opinión, a menos que alguna haya resultado ofensiva o incurrido en algún error grave (Aznar, 1999: 182 en Herrera, 2005).

Este mecanismo de participación ha sido utilizado de manera particular, es decir, cada medio ha decidido por su propia cuenta designar un defensor de sus audiencias. Por ejemplo, en el caso de México Canal 11, Canal 22, el Instituto Mexicano de la Radio, Notimex, Milenio Público, Radio Educación y MVS radio cuentan con un defensor. En este sentido, las defensorías funcionan

³⁷ <http://www.saladeprensa.org/art586.htm> Consultado el 12 de Noviembre de 2011.

como mecanismos de autorregulación. Sin embargo, consideramos que el ombudsman de las audiencias puede llegar a ser una instancia que vigile, defienda, promueva y difunda los derechos de todas las audiencias de nuestro país. Aclaramos que esta instancia no anularía a las defensorías de cada medio.

Desde nuestra perspectiva, en México podría existir una defensoría de las audiencias que vigile el respeto de los derechos de éstas. Un primer acercamiento a esta figura la encontramos en la Ley de Servicios de comunicación audiovisual de Argentina. En su capítulo IV la ley propone la creación de una Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual a la que le otorga la capacidad de recibir quejas de las audiencias, llevar a cabo investigaciones, emitir recomendaciones, levantar denuncias ante las autoridades correspondientes, realizar informes sobre la materia, convocar a audiencias públicas para evaluar el funcionamiento de los medios, entre otras.

Nos parece que las funciones que hemos destacado, podrían ser parte del marco que sustentara el actuar de una defensoría en México. Hemos destacado que al poner hincapié en el derecho humano a comunicar, se puede re direccionar el funcionamiento del sistema de comunicación mediático. Una defensoría de los derechos de las audiencias es un mecanismo que centra su atención en los sujetos y sus derechos, y no en las industrias mediáticas. Por lo tanto, nos parece fundamental que las audiencias puedan contar con instancias que comiencen a demandar a los medios una transformación en la manera en que ésta interpelan a sus audiencias.

Finalmente, nos gustaría apuntar que en el caso de México, la defensoría podría estar comprendida en el Consejo audiovisual, pues al ser el consejo una institución con un reconocimiento autónomo y vigilante de los derechos de las audiencias, la defensoría puede alojarse y trabajar estrechamente con ésta. De este mismo modo funciona el Consejo Audiovisual de Andalucía.

4.3.3 La educación para los medios, herramienta y mecanismo integrador del derecho humano a comunicar.

Hemos abordado el tema de las audiencias a partir de su complejidad y de una serie de procesos que nos han permitido definir las como audiencias activas. Sin embargo, también hemos reconocido que existen ciertos sistemas de estructuración que median dichos procesos, por lo cual resulta importante dotarlas de herramientas que les permitan distinguir los factores que intervienen en sus dinámicas de interacción mediáticas. También hemos observado cómo las audiencias mexicanas han aprendido a relacionarse con los medios a partir de las dinámicas que el sistema de medios comercial y concentrado ha difundido, lo cual implica que las audiencias no se encuentran en una relación equitativa, pues “Por más activas y hasta hiperactivas que se nos muestren, por el solo hecho de su actividad las audiencias no acumulan poder. En todo caso tienen un potencial que es necesario hacer realidad” (Orozco en Comunicación y Sociedad 1998:173). Por ello, a pesar de las distintas habilidades que las audiencias tienen para interactuar a dichos medios, es necesario construir nuevas formas de comprensión e interacción con los medios, las cuales pueden ser desarrolladas a partir de la educación para los medios.

Existen diversas experiencias en el mundo en las que se han desarrollado programas de educación para los medios, pues se ha reconocido la importancia que tiene dotar a los ciudadanos del conocimiento de contenidos y desarrollo de habilidades que les permitan enfrentarse a los discursos mediáticos con destreza y de los cuales puedan obtener la mayor utilidad para comprender la realidad.

“Una Educación para los Medios trata del mundo y sus representaciones, de la manera en que los medios construyen sus significados, del modo en que los discursos sobre cuestiones y problemas sociales que afectan a la comunidad son representados y legitimados por los medios. Una educación para los medios es comprender lo que los medios dicen, muestran y escriben y analizar la manera en que presentan sus mensajes para la sociedad; es descubrir la forma en que el universo cobra sentido y la manera en que lo resignificamos, como receptores que participamos en esta construcción de la realidad” (Morduchowicz, 1999:119).

En este sentido, la educación para los medios aspira a ser una estrategia que emancipe a las audiencias (Orozco 1991 en *Tecnología y comunicación educativas*, 1996:47). Sin embargo, en México no se ha logrado que la educación para los medios forme parte de los planes de estudio oficiales, pues como vemos supone una acción política que puede mermar los intereses de las industrias mediáticas. A pesar del hecho de que la educación para los medios no se ubique como una práctica auspiciada por el Estado, el desarrollo de propuestas de académicos en este rubro no se ha limitado. Dos de los investigadores que más han trabajado sobre el tema son Guillermo Orzoco y Mercedes Charles (1992), quienes han propuesto una metodología que se basa en el modelo de mediaciones múltiples del primer autor.

Su propuesta se enfoca en *una educación para la recepción*, entendida ésta como una “propuesta pedagógica múltiple que busca transformar la negociación de sentidos y significados abordándola en sus diferentes escenarios, en donde transcurre el largo, complejo y contradictorio proceso de la recepción de mensajes” (Charles y Orozco, 1992 en *Tecnología y comunicación educativas*, 1999:49). De este modo, los autores le apuestan a una educación enfocada a comprender el proceso de recepción a través y dentro de sus distintas mediaciones. Esto quiere decir, que es necesario promover la reflexión de las audiencias sobre la manera en que interactúan con los medios, tomando en cuenta los factores que influyen en dicha interacción y llevando a cabo tal educación en esos mismos espacios. Por ejemplo, la escuela es una mediación institucional que interviene en los procesos de recepción, por lo que la reflexión que habrá de hacer un sujeto sobre este proceso, debería llevarse a cabo tomando en cuenta a la instancia escolar. Por lo tanto, sensibilizar al maestro y luego introducir planes de estudio que efectúen este tipo de educación tendría una mayor injerencia en los resultados de la educación para la recepción (Orozco en *Tecnología y comunicación educativas*, 1999:49).

Retomando esta propuesta los espacios donde podría llevarse a cabo la educación para la recepción son distintos. En este sentido, el trabajo que puede realizarse en este ámbito no depende únicamente de la voluntad del Estado, en efecto sería importante institucionalizar esta educación, pero ya que ello no ha sido posible hasta el momento, se vuelve trabajo arduo de la sociedad civil. En síntesis, nuestra propuesta es que, al igual como ha sucedido en estos años, se impulse la educación para los medios desde los académicos, las organizaciones de la sociedad civil, las comunidades y las audiencias. Sabemos que para ello se necesitan recursos y

metodologías. Éstas ya han sido trabajadas por diversos especialistas, por lo que el retomarlas y complementarlas a partir de las experiencias comunitarias puede ser una buena herramienta de trabajo.

4.3.4 Los observatorios de medios como fuentes promotoras y formadoras de los derechos de las audiencias

Otro de los mecanismos que surge de la sociedad civil son los observatorios de medios. Éstos se han ido conformando por la necesidad de vigilar, documentar e incidir en la actuación de las instancias que tienen responsabilidades públicas. En la actualidad, existen diversos tipos de observatorios que se dedican a temas específicos como la educación, la salud, el empleo, la migración, entre otros. De este modo, dicho mecanismo ayuda a que la ciudadanía pueda informarse sobre el estado actual de esos temas. Al mismo tiempo es una herramienta para exigir que se cumpla la ley, se establezcan medidas que cambien las condiciones o se generen nuevas formas de enfrentar los problemas.

“El observatorio se dedica al estudio, reflexión y divulgación del conocimiento sobre la realidad del fenómeno observado o campo de observación y su perfil es el de un centro humanista, científico y cultural. Por lo tanto, se concibe como un organismo autónomo, independiente, pluralista, con capacidad crítica, que contribuye a mayor racionalidad en el debate” (Caribenet.info, 2006 en Angulo, Innovación educativa, 2009:7).

En este sentido, los observatorios no sólo fungen como meros observadores, pues se conforman a partir de una problemática y con la intención de incidir en la realidad. Desde la perspectiva de Angulo, ésta es una de las principales características de los observatorios en América Latina, pues “todos pretenden reformar algo” (en Innovación educativa, 2009:8). Por ello, los observatorios se convierten en espacios de investigación, divulgación, enseñanza y generadores de conocimiento.

En el caso de los observatorios de medios tienen como principal misión la vigilancia de los medios de comunicación, en el entendido de que éstos son un espacio privilegiado que forma parte importante de la vida de los ciudadanos.

Por lo tanto,

“Los observatorios nacen de la convicción primera de que el poder que tienen hoy los medios en nuestras sociedades democráticas no se corresponden con un ejercicio siempre responsable de su misión. Los medios, como cualquier otro actor, también cometen errores. La diferencia es que mientras ellos se dedican a criticar los errores de otros, nadie cuestiona los suyos” (Herrera, 2006)³⁸

Ante ello y los complejos panoramas mediáticos que las sociedades latinoamericanas tienen, los observatorios de medios se desarrollan a partir de diversas funciones que aspiran a modificar de algún modo dichas realidades. En este sentido, los observatorios no funcionan como un ente aislado de especialistas que supervisen la actividad de los medios, sino que aspiran a involucrar a las audiencias para que sean éstas quienes exijan sus derechos.

Según Martínez de Toda (2002) el poder que deben tener las audiencias surge de la necesidad de empoderarlas ante la ausencia de una regulación y autorregulación. Desde su perspectiva, el tránsito que nos ha llevado a esto se puede explicar de la siguiente manera:

- 1) *“Así, -se ha dicho- los problemas de los medios quedarían solucionados si sus dueños administradores y comunicadores cumplieran los criterios éticos. Pero éstos no se cumple*
- 2) *y –siguiendo a Camus- Cuando la ética no es suficiente se necesitan reglas. Pero éstas no se cumplen*
- 3) *también se han hecho autorreglas. Por desgracia, éstas tampoco se cumplen*
- 4) *se ha acudido también al Defensor del telespectador, importante ante un problema tan grave, pero inoperante a pesar de su buena voluntad*
- 5) *y así la última solución es la responsabilidad de los ciudadanos en el uso de los medios, lo que exige su formación y educación en ellos” (en Herrera, 2006).*

De este modo, los observatorios de medios funcionan como espacios de vigilancia, formación e interacción de audiencias, por lo que nos parece son lugares idóneos para fomentar el surgimiento

³⁸ <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200621HerreraS.htm> Recuperado 31 de mayo de 2011.

y exigencia de los derechos de las audiencias. Sabemos bien que habremos de realizar esfuerzos conjuntos, para que éstos puedan ser verdaderamente influyentes en términos cuantitativos, pues los recursos que se les destinen deberán venir de la propia sociedad civil. Organizaciones, universidades, ciudadanos, la iniciativa privada, medios de comunicación, entre otros tendrán que formar parte de este esfuerzo.

4.4 La dimensión mediática: El compromiso de los medios de comunicación

Hasta ahora hemos revisado distintos mecanismos que se ubican en la actuación de las audiencias y el Estado. Sin embargo, consideramos que el otro actor fundamental dentro de este proceso son los medios de comunicación. Como ya hemos mencionado, los medios han adquirido mucha importancia y poder en las sociedades actuales. Por lo tanto, es un espacio que debe incorporarse a las discusiones, los derechos y las obligaciones que le corresponden,

4.4.1 Los mecanismos de autorregulación

Durante muchos años la lucha por la libertad de los medios ha sido constante. Sin embargo, hemos observado cómo esto no ha repercutido en el respeto por las audiencias mediáticas. Al contrario, los medios han adquirido tanto poder que se han olvidado de representar a la ciudadanía y le han apostado a beneficiar a los industriales de la comunicación. Las problemáticas derivadas de esta realidad nos obligan a pensar en la obligación que tienen los medios de ser respetuosos con la ciudadanía.

“Los medios, por una parte, disfrutaban en algunos lugares de un margen de libertad amplio, conquistado contra cualquier forma de injerencia y control externos; pero, por otra, ellos mismos se han hecho poderosos, haciendo uso en demasiadas ocasiones de esa libertad tan sólo en beneficio de unos pocos” (Aznar, 2000:145).

Frente a este poder adquirido, los medios necesitan de una serie de mecanismos que permita a los ciudadanos tener la certeza de que éstos se encuentran respetando sus derechos. Por su puesto existen distintas maneras de vigilar la actuación de los medios, pero la aceptación de la responsabilidad que estos tiene es una actitud que puede partir sólo de ellos. En este sentido, podríamos decir que los medios de comunicación deberían de incorporar a sus acciones la

plataforma del derecho humano a comunicar, pues ello les permitiría entender de diferente manera a sus audiencias.

Los mecanismos a través de los cuales los medios muestran su disposición a ser responsables con las audiencias son los mecanismos de autorregulación. Existen distintas herramientas que los medios pueden utilizar para autorregularse. Sin embargo, la finalidad de éstos siempre será la misma. “Aunque cada mecanismo de autorregulación tiene unas peculiaridades y funciones propias, todos ellos comparten el objetivo común de mejorar la comunicación” (Aznar, 2005:25).

Ahora bien, la autorregulación se conforma de una serie de mecanismos que en conjunto habrán de funcionar como herramientas que permitan conducirse a los medios. De este modo:

“la autorregulación se relaciona directamente con la deontología y la ética de la comunicación, si bien no son lo mismo. La deontología se encarga de reflexionar sobre la dimensión moral de una actividad profesional, como la información y la comunicación y de precisar las normas éticas que la deben guiar...Es a la autorregulación, en cambio, a la que corresponde establecer mecanismos que hagan efectiva la deontología, convirtiéndola en una exigencia que la sociedad proyecta sobre una determinada actividad social más allá de las opciones personales que puedan darse” (Aznar, 2005:15).

Esta autorregulación intenta ser un mecanismo que los medios decidan apropiarse, pues si éste fuera impuesto perdería por completo su sentido, pues de lo que se trata es de que los medios incorporen una serie de principios éticos que le permitan guiar su ejercicio profesional. De ser impuesto, se prestaría para pensar que se está coartando de la libertad de expresión y dando línea de acción al medio.

Por ello, es importante que sea el medio el que decida aquellos mecanismos a través de los cuales puede regular su acción. Algunos de los mecanismos que existen para ello son: los códigos deontológicos, estatutos de redacción, libros de estilo, consejos y defensores de audiencias. En el caso de México, cada medio habrá de decidir qué mecanismo incorpora. Sin embargo, es importante destacar que éstos son planteados en conjunto para tener un mejor funcionamiento de autorregulación.

Algunas respuestas, pero los retos continúan.

Algunas respuestas, pero los retos continúan

A lo largo de esta investigación hemos intentado destacar la importancia que tienen el derecho humano a comunicar como principio guiador en las relaciones humanas. Hemos reflexionado sobre cómo éste tiene un sentido más amplio y profundo que otros derechos reconocidos, ya que trata de abarcar los distintos elementos y procesos que están presentes en la comunicación. Puesto que las interacciones de las audiencias son sin duda un proceso comunicativo, adoptamos el derecho humano a comunicar como la perspectiva que nos permitiría estudiar sus derechos. Así, fuimos articulando un trabajo en el que se vislumbrara cómo cada uno de los elementos que conformaba nuestro objeto de estudio podía abordarse desde el punto de vista del derecho humano a comunicar.

El análisis que hemos hecho en cada uno de los apartados de esta tesis nos ha permitido tener claridad en algunos temas, pero también nos ha dejado inquietudes e interrogantes para futuras investigaciones. Por ello, en estas conclusiones comenzaremos haciendo un breve recuento sobre las aportaciones y cuestionamientos que ubicamos en cada uno de los capítulos presentados. Después ahondaremos en una conclusión general que nos ayude a clarificar para los lectores la importancia de este trabajo.

En el primer capítulo, comenzamos abordando las reflexiones que nos dejó el estudio del derecho humano a comunicar. Tratar de comprenderlo y después hacerlo entendible no fue tarea fácil, pues es un concepto novedoso que aún no se incorpora al conjunto de los derechos reconocidos. Por ello, para llevar a cabo su análisis era necesario revisar la perspectiva de los derechos humanos, ya que hasta ahora ésta se configura como el sistema de organización social internacional más importante.

De este modo, definimos a los derechos humanos como un conjunto de principios, instituciones, reglas, personas y mecanismos que aspiran a organizar la convivencia de las personas. Al mismo tiempo, observamos que éstos se derivan de acontecimientos históricos, sociales y culturales que han resultado en la formulación de principios que definen la manera de ver al ser humano y, por lo tanto, a sus interacciones sociales. En este sentido, puesto que los derechos humanos son resultado de las transformaciones humanas, planteamos que el derecho humano a comunicar es un principio fundamental en nuestra sociedad actual. La realidad nos permite observar cómo las

dinámicas de comunicación ya no sólo se ubican en el espacio y tiempo real, ahora los sujetos se encuentran conviviendo en espacios mediáticos diversos a través de los cuales pueden llevarse a cabo diversos procesos comunicativos. A pesar de estas posibilidades, nos preguntamos si realmente los medios propician y permiten la comunicación, pues éstos se han desarrollado bajo un modelo vertical y comercial que limita su uso a una pequeña parte de la población. Frente a esta realidad, nos queda claro que el derecho humano a comunicar surge de la necesidad de contar con un referente que permita el acceso de las personas a todas las herramientas con las que cuenta la humanidad en estos momentos. En este sentido, el planteamiento del derecho humano a comunicar se lleva a cabo precisamente en los momentos en que se vislumbraba cómo el desarrollo tecnológico en materia de comunicaciones sería vertiginoso. Es por ello, que Jean d'Arcy no dudó en lanzar la idea de la necesidad de reconocer el derecho humano a comunicar como un derecho universal.

Por otro lado, la revisión de la perspectiva de los derechos humanos nos permitió analizar los principios básicos que la sustentan y retomarlos para justificar por qué el derecho humano a comunicar debía estar comprendido dentro del marco de esta perspectiva. En principio recordemos que el derecho humano a comunicar fija su atención en el sujeto y sus procesos comunicativos, es decir, tienen como principal razón de ser a los seres humanos. Por otro lado, su principal objetivo se centra en el reconocimiento y respeto de las distintas maneras de pensar, ser y expresarse de los seres humanos, con el objetivo del generar un entendimiento mutuo que se consiga a través de un proceso de comunicación real. En este sentido, los principios que fomentan los derechos humanos, la igualdad, dignidad, libertad, respeto y autonomía, son ejes fundamentales para el desarrollo de la comunicación, por lo que el derecho humano a comunicar se sustenta sin duda en éstos.

La necesidad del reconocimiento de este derecho ha sido ubicada en distintos momentos y a través de diversos actores sociales. Éstos han planteado algunas contribuciones y disyuntivas a través de las cuales se ha ido dando forma al concepto del derecho humano a comunicar. Un espacio particular en el que se ha llevado a cabo la discusión, es el de la UNESCO. De hecho, a través de esta organización se han generado debates, investigaciones e informes que dan cuenta del estado actual de las comunicaciones en el mundo, un documento muy reconocido es el Informe Mac Bride de 1981. Otros espacios en los que se ha abordado el tema son los

académicos y los de las organizaciones de la sociedad civil. Ambos han impulsado e intentado dar claridad sobre los aspectos que implica este derecho y la manera en que éstos pueden hacerse aplicables. A pesar de estos esfuerzos, la revisión histórica nos permite destacar que el derecho humano a comunicar ha sido frenado por intereses políticos y económicos; pues las dos ocasiones en que éste se discutió internacionalmente (Discusión del Informe MacBride y Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información) no se logró su reconocimiento. Las diferencias ideológicas han marcado fuertemente la posición de unos y otros países y actores sociales. Para los dueños de los medios, éstos representan empresas que les generan ganancias sustanciosas que no están dispuestos a perder tan fácilmente. Para quienes hacen uso de éstos como espacios de poder privilegiado, por ejemplo los gobernantes, no se encuentran abiertos a la posibilidad de que los medios funjan como lugares abiertos a diversas posiciones políticas. Estas confrontaciones han impedido que el derecho humano a comunicar se reconozca como un principio que puede guiar las relaciones comunicativas mediáticas.

Aunado a lo anterior, las dificultades conceptuales a las que se ha enfrentado el derecho humano a comunicar han sido utilizadas para limitar el reconocimiento de este derecho. Sin embargo, éstas han detonado en diversas aportaciones académicas de personalidades que han visto en el derecho humano a comunicar una opción aplicable y benéfica para la vida de las personas. Muchas han sido las maneras en que se ha abordado el tema; podemos encontrar trabajos que lo explican desde los principios que lo guían, los factores que influyen en éste, los derechos que lo complementan o la manera en que debe ser definido. Todos estos análisis, lejos de encasillarlo como un derecho ambiguo, han contribuido en aclarar cada uno de los elementos que lo conforman. Al retomar las distintas maneras en que este derecho ha sido estudiado, podemos darnos cuenta que el derecho humano a comunicar se configura en distintos niveles; Harms (2002) los ubica como: fundamental, inclusivo e integral. Cada uno de éstos nos permite ver no sólo el significado que este derecho tiene en cada uno de los ámbitos de la vida de las personas, sino hacerlo aplicable a los sistemas de comunicación mediáticos. Al abordarlo de este modo, el derecho humano a comunicar puede ser entendido como un derecho abarcador y rico en propuestas prácticas y tangibles. Las aportaciones que cada uno de los autores ha realizado sobre este concepto se pueden ubicar claramente en cada uno de los niveles propuestos por Harms (2002). De ese modo, el derecho humano a comunicar puede entenderse como un principio filosófico, social y cultural fundamental para la convivencia y entendimiento de las personas,

cuyas entrañas contiene a una serie de derechos que a la vez que lo conforman también lo complementan.

Otro factor importante que hemos destacado para comprender el principio del que estamos hablando, son los derechos culturales. Su definición y aplicación representan un giro en la manera en que se miran y aplican los derechos humanos, pues la dimensión cultural toma relevancia y se constituye en un eje primordial para comprender y aprender a respetar las dinámicas sociales e individuales. Por ello, los derechos culturales son un espacio en el que el derecho humano a comunicar está latente, pues además de que a través de éstos se practica, también constituye un motor para el pleno disfrute de los derechos culturales. En este sentido, el derecho humano a comunicar es a su vez un derecho cultural, puesto que se expresa a través de las prácticas culturales, y un derecho que culturaliza porque éste se encuentra presente en la constante construcción de la cultura.

Hasta aquí dejamos los comentarios con respecto al primer capítulo. Ahora nos toca abordar el otro eje teórico a través del cual se sustenta nuestro trabajo. Éste se refiere a la construcción que hacemos de los sujetos a los que nos referimos a lo largo de nuestra investigación, las audiencias. Éstas han sido definidas desde diversas perspectivas teóricas –Efectos de los medios, Usos y Gratificaciones, Crítica Literaria, Estudios Culturales y Análisis de la Recepción (Jensen y Rosengren, 1990) y los Estudios Culturales de Audiencia Latinoamericanos (Repoll, 2010)–. A partir de la segunda mitad del siglo XX, los estudios en comunicación pusieron especial interés en la manera en que las personas se relacionaban con los medios de comunicación, por lo cual el interés de cada una de las corrientes que las ha estudiado ha construido una manera particular de verlas.

La manera en cada una de dichas perspectivas mira a las audiencias ha sido determinada por las condiciones sociales, los avances tecnológicos y el tipo de investigación que se realiza. Todos estos factores, entre otros, han concentrado su atención en uno o varios aspectos de los que están en juego en las interacciones de las audiencias y sus formas de serlo. Las características de las audiencias que cada una de las perspectivas ha planteado, no aniquila necesariamente a las otras, por el contrario puede complementarlas y a la vez complejizar la comprensión que tenemos sobre la manera en que estas se comportan.

Con esta revisión, hemos podido construir una concepción de las audiencias que es amplia y compleja. En principio, recordemos que al hablar de audiencias estamos hablando principalmente de seres humanos, lo cual implica reconocer que son sujetos con referentes sociales, culturales, familiares, individuales, entre muchos más. Ante tal complejidad, debemos referirnos a las audiencias como personas en constante transformación, no estáticas y cuyas interacciones mediáticas dejan huella en varios aspectos de su vida. Al mismo tiempo pensamos que las audiencias establecen sus relaciones con los medios a partir de las lógicas de éstos, por lo que consideramos que es importante dotarlas de herramientas que les permitan ser conscientes de sus prácticas de comunicación mediáticas y los entornos en que éstas repercuten. Esta concepción de audiencias la hemos construido, a partir de las investigaciones de cada perspectiva teórica que las ha estudiado, pero también de las aportaciones que el derecho humano a comunicar nos ha brindado. Tal como lo hemos mencionado este derecho tiene su razón de ser en los sujetos y sus procesos comunicativos, las audiencias todo el tiempo se encuentran inmersos en dichos procesos, por lo que habrá que reconocerles su derecho humano a comunicar y los derechos que de éste se derivan.

Por ello, en el tercer capítulo hicimos una revisión sobre el contexto general en el que las audiencias mexicanas se mueven. Con ello, observamos cómo la oferta mediática se encuentra concentrada en unas pocas empresas, lo cual ha estado auspiciado por las leyes y autoridades de nuestro país. Esto ha ocasionado varias problemáticas, entre ellas destacamos el modelo de comunicación mediático, el cual se ha desarrollado preponderadamente en un sentido vertical. Por otro lado, sabemos que las industrias responden también a un modelo comercial en el que el principal objetivo son las ganancias económicas, por lo que bajo este sistema las audiencias han sido vistas como monedas de cambio. Esta concepción de las audiencias se puede observar en las propias definiciones que los medios hacen de sus públicos; así como también en los contenidos que ofrecen, pues en éstos no todas las audiencias se encuentran representadas. Bajo esta lógica, las audiencias son vistas como meras consumidoras comerciales, pero se ha olvidado que ese consumo nos habla de las prácticas culturales y ciudadanas de las audiencias.

Por el contrario, al revisar los servicios de medios públicos encontramos algunas diferencias importantes, pues estos medios tienen una concepción distinta de las audiencias, ya que su principal interés no está en las ganancias económicas, sino en mantener a los públicos gustosos

de su programación. Sin embargo, estos medios tienen grandes problemáticas, entre éstas su falta de claridad en las leyes y su operación con poco presupuesto; lo cual ocasiona que no sean medios capaces de competir con los medios comerciales. Otra problemática en este ámbito es que, muchos de los pocos espacios mediáticos públicos están acaparados por instancias del gobierno y son pocas las que pueden ser operadas por organizaciones de la sociedad civil. Por tales motivos, consideramos que este panorama limita el ejercicio pleno del derecho humano a comunicar de las audiencias, pues no les permite desenvolverse en los medios de comunicación, sino sólo ser simples espectadores.

Otro aspecto importante que revisamos fue la manera en que el Estado, a partir de dos instrumentos legales (la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley Federal de Radio y televisión) representa a las audiencias de medios de comunicación. A través de estos documentos indagamos cómo eran vistas las audiencias, en ambos casos éstas no figuran como los sujetos primordiales de derecho. En la constitución hay tres derechos que tocan los derechos de las audiencias. Sin embargo, sólo de uno de ellos hace referencia explícita a los sujetos de derecho. En el caso de la ley, podemos destacar que no existe un capítulo dirigido a las audiencias. Éstas son mencionadas ocasionalmente y la mayoría de las veces sólo se refiere a audiencias específicas, como por ejemplo los niños. Desde nuestro punto de vista estas omisiones nos hablan de cómo los sujetos han sido vistos como entes pasivas receptoras de derechos, pero no como personas creadoras de sus derechos. En el caso de la legislación en materia de radio y televisión el asunto se concentra en cómo regular a las industrias, pero nuevamente las audiencias están en segundo plano esperando ser protegidas. Desde la perspectiva del derecho humano a comunicar los sujetos son lo más importante, por lo tanto las leyes, instituciones, políticas y mecanismos en materia de comunicación habrán de ser pensados en torno a las audiencias.

De este modo, es que construimos un cuarto capítulo en el que proponemos una estrategia para incorporar el derecho humano a comunicar de forma transversal en varios mecanismos que, desde nuestra perspectiva, fortalecerán los derechos de las audiencias. Esta propuesta parte de la comprensión del derecho humano a comunicar como un derecho amplio (constituido por los tres niveles antes mencionados) que funge como guía en la creación de mecanismos que fortalezcan los procesos comunicativos de las audiencias. Con esta plataforma propusimos un modelo que abarca tres dimensiones de acción: estatal, ciudadana y mediática. Dentro de cada una de éstas

destacamos ciertos mecanismos que podrían funcionar como firmes impulsores de los derechos de las audiencias. De cada uno de éstos nos parece importante extraer cuáles fueron las ventajas y desventajas que pudimos ubicar:

Dimensión estatal:

- En el ámbito legal: como hemos revisado a lo largo de la exposición que hicimos de este apartado, la incorporación del derecho humano a comunicar en los instrumentos jurídicos puede contribuir a constituirlo como un derecho obligatorio y exigible. Su reconocimiento legal obliga a los gobiernos a trabajar sobre incorporación en los distintos niveles de acción de éste. Esto nos lleva a la siguiente escala de acción.
- Las políticas de comunicación y cultura: al incorporar al derecho humano a comunicar como el eje de las políticas de comunicación y cultura, éstas se transforman puesto que se construyen otras concepciones de los sujetos y por lo tanto, de las acciones que el Estado debe llevar a cabo para hacer respetar sus derechos.
- Las instituciones: como resultado de lo anterior las instituciones encargadas de la aplicación de las leyes y políticas se modifican. Éstas adquieren marcos desde los que miran sus quehaceres, en este caso, la perspectiva del derecho humano a comunicar las dotaría de una manera especial de ver a las audiencias, los procesos comunicativos y los medios de comunicación.

Por su puesto todas estos cambios deben venir acompañados de los esfuerzos y disposiciones de los gobernantes, quienes deben comprender que los procesos comunicativos humanos, entre ellos los constituidos por las relaciones mediáticas, son espacios en donde las sociedades se transforman. El convencimiento de los hacedores de leyes y políticas públicas es fundamental para poder llevar a estos niveles la perspectiva del derecho humano a comunicar. Sin embargo, sabemos que esto no ocurrirá por el simple hecho de plantearlo en estos términos, por lo que habrá de pensar en que el impulso ciudadano es fundamental. Por ello, creemos que la siguiente dimensión es sin duda una de las más importantes.

Dimensión ciudadana:

- Consejo audiovisual: la flexibilidad que esta figura aporta la convierte en un mecanismo fundamental para la coparticipación ciudadana y estatal en el ámbito de la defensa de los derechos de las audiencias. Los consejos audiovisuales son instancias ciudadanas respaldadas por el Estado, es decir, se constituyen por personalidades con un reconocimiento principalmente avalado por la sociedad y no por las élites gobernantes. Los poderes del Estado simplemente confirman la decisión ciudadana. Esta característica hace que los consejos fijen su atención en la vigilancia de los derechos ciudadanos, pues es ahí donde tiene su arraigo. Por ello, el seguimiento que hacen de los contenidos de los medios va enfocado a la vigilancia y promoción de los derechos de las audiencias. A pesar de sus aportaciones, los consejos audiovisuales son instancias con poca historia, por lo que su desarrollo es incipiente.

Desde nuestra perspectiva, al incorporar el derecho humano a comunicar como plataforma de esta figura, sus ámbitos de acción se amplían, pues ya no sólo se concentrarán en monitorear los contenidos para cuidar que los derechos de las audiencias estén representados y respetados en éstos, sino que tendrán que fungir como vigilantes y promotores de la participación de audiencias dentro de los medios.

Para el caso de México, consideramos que es necesario crear la figura de un consejo federal que atraiga todas estas responsabilidades, pues está probado que hasta ahora las instancias existentes en nuestro país no tienen injerencia en estos ámbitos.

- La defensoría de las audiencias: puesto que las audiencias son los actores principales en este proceso comunicativo, nos parece fundamental que éstas cuenten con una instancia que se dedique exclusivamente al cuidado de sus derechos. Ésta, desde nuestro punto de vista, debería fungir como una instancia autónoma cuyas injerencias no tengan influencia del poder político del Estado, sino que sea una instancia meramente ciudadana promotora, vigilante y defensora de los derechos de las audiencias. La diferencia con el consejo audiovisual es que éste funge como una instancia ciudadana pero auspiciada por el Estado con capacidad de intervención legal. La defensoría es una intermediaría cuyas injerencias son de carácter moral.

- La educación para los medios: puesto que como bien hemos analizado, las audiencias no nacen sino que se hacen, es necesario que éstas cuenten con la posibilidad de tener herramientas que les permitan analizar de manera crítica sus interacciones mediáticas. La educación para los medios aspira a formar audiencias con habilidades y capacidades analíticas y creadoras, pues para poder ejercer el derecho humano a comunicar es necesario contar con conocimientos que nos permitan estar presentes en los espacios mediáticos. Esta educación habrá que ser construida a partir de la experiencia académica, pero sobre todo de las vivencias de las audiencias, pues son éstas las que más conocen sobre su saber y hacer mediático.
- Los observatorios de medios: son instancias fundamentalmente ciudadanas, funcionan a partir del actuar de organizaciones, académicos, redes ciudadanas, entre otros actores partícipes de los procesos comunicativos de los medios, cuyo principal objetivo es analizar el panorama en que se desarrolla la comunicación mediática. Desde nuestra perspectiva, esta es una herramienta fundamental y con un respaldo ciudadano muy fuerte, pues su mayor compromiso es con la ciudadanía.

La dimensión mediática:

- Los mecanismos de autorregulación: los medios también tienen una responsabilidad mayor en la práctica y difusión de los derechos de las audiencias, pues son éstos uno de los actores principales en este proceso comunicativo. Bien hemos señalado las responsabilidades del Estado y de las audiencias, por lo tanto, los medios tienen también un papel fundamental en este actuar. La autorregulación es el mecanismo propicio a través del cual los medios pueden demostrar que están comprometidos con el respeto de las audiencias. Hemos visto cómo existen varias maneras a través de las cuales los medios pueden dar a conocer su compromiso social, ya que su ámbito de acción tiene implicaciones muy profundas en las audiencias, y por lo tanto, en la constante transformación de la sociedad. Los medios no sólo comercializan información o productos, sino que están presentes en la vida de los seres humanos que los consumen. Por lo tanto, los códigos deontológicos, estatutos de redacción, libros de estilo, organismos de autocontrol y defensores de las audiencias son mecanismos fundamentales para defender la práctica del derecho humano a comunicar.

Después de estas conclusiones en las que hemos abordado de manera particular cada uno de los aspectos con los que nos enfrentamos en la tesis, nos gustaría hacer unos breves comentarios que cierren la perspectiva que nos ha dejado este trabajo.

En primer lugar, podemos decir que la hipótesis planteada al inicio de la investigación fue rebasada. La formulación que habíamos hecho sobre las posibles aportaciones del derecho humano a comunicar a los derechos de las audiencias se quedó corta. En el inicio de la investigación planteábamos la idea de que este derecho apuntaba al libre ejercicio comunicación en los medios por parte de las audiencias. También planteábamos que este derecho contenía una serie de derechos particulares que debían ser reconocidos. Sin embargo, a pesar de que esta hipótesis queda contenida en los hallazgos de esta investigación, el análisis y sistematización de los abordajes que se han hecho sobre el derecho humano a comunicar nos deja claro que éste es mucho más amplio e incisivo de lo que en un principio imaginábamos. Por su puesto su comprensión no fue sencilla, las distintas maneras de abordarlo nos mostraban un panorama complejo. Sin embargo, al retomar la propuesta de Harms (2002) nos fue mucho más fácil comprender de qué estábamos hablando.

Esta sistematización además de permitirnos comprender y ubicar cada una de las aportaciones de los distintos autores, fue la que nos dio luz para poder mirar desde esta perspectiva cada uno de los siguientes elementos que conformaron esta tesis. Al ponernos los lentes del derecho humano a comunicar nuestra percepción sobre las audiencias también se transformó. Nos permitió entender que todas las perspectivas que las han estudiado se han enfrentado al mismo problema principalmente, el de comprender a los seres humanos. En efecto cada una de estas corrientes puso el énfasis en un aspecto particular de las audiencias, pero al fin y al cabo sólo estaban tratando de entender una parte humana. Sin duda cada una de estas aportaciones ha complejizado la manera de entender a las audiencias. Sin embargo, al poner como plataforma al derecho humano a comunicar nos fue más sencillo comprender de qué estábamos hablando.

Al conjuntar estos dos ejes teóricos el sustento de nuestro trabajo tomó mayor relevancia, pues no estábamos hablando en abstracto de conceptos aislados. Tanto el abordaje del derecho humano a comunicar como el de las audiencias nos permitieron complementar una visión de un fenómeno primordial en las sociedades actuales, el de los procesos comunicativos de las audiencias

mediáticas. Este fenómeno que sin duda ocurre en nuestro país no es lo suficientemente valorado, pues no se reconoce la incidencia que tiene tanto a nivel individual, comunal, social y cultural. Frente a esta relevancia, hablar de los derechos de las audiencias se vuelve un tema de interés público y urgente. Por ello, la formulación que debíamos hacer sobre los derechos que las audiencias de México debían tener no podía quedarse en una propuesta que enumerara una serie de derechos contenidos en una ley; la profundidad y amplitud de acción del derecho humano a comunicar nos exigía más. Por ello, nos aventuramos a formular una estrategia que, seguramente tiene muchos huecos, pero que consideramos puede ser una punta de lanza para profundizar más en la manera en que habremos de reconocer a los actores principales de estos procesos, las audiencias.

Finalmente, nos gustaría reflexionar sobre algunas preguntas e inquietudes que se abren a partir de este trabajo. En principio, nos cuestionamos si la adopción del derecho humano a comunicar tendrá aún que pasar por la revisión del Derecho para poder ser aceptado, aclarado y aplicado jurídicamente. Nuestra formación seguramente dejó limitaciones en las definiciones que en esta materia pudieran hacerse, pero creo que entrarle al tema a través de esta perspectiva podría contribuir a una aceptación mucho mayor en las instancias internacionales defensoras de derechos humanos.

Por otro lado, estamos conscientes de que la incorporación y aplicación de este derecho no es sencilla, puesto que se desconoce el sentido que tiene esta perspectiva y por todos los intereses inmersos en los sistemas de comunicación mediáticos. Ante esta realidad, surgen interrogantes sobre la manera en que podemos enfrentar a dichos intereses, nosotros hemos sugerido algunas estrategias pero éstas necesitan de una seria voluntad ciudadana y política. Desde nuestra perspectiva habrá que seguir indagando sobre las formas para lograr difundir y aplicar este derecho.

Otra interrogante fundamental es la de la incorporación de los derechos de las audiencias en México, pues en varios países del mundo esto ha comenzado a transformarse. Sin embargo, en nuestro país no hemos logrado que este sea un tema de interés público urgente, los pocos intentos de reforma han sido detenidos y poco impulsados por el grueso de la sociedad. Ante este

desinterés seguro hay mucho por hacer, por lo que impulsar las transformaciones desde nuestros propios ámbitos es una tarea urgente.

Referencias

- Alegre, A., & O'Siocrú, S. (2005). Derechos de la comunicación. En A. Ambrosi, V. Peugeot, & D. Pimineta, *Palabras en juego: Enfoques multiculturales sobre las Sociedades de la Informaición*. C&F Éditions.
- Alva de la Selva, A. R. (2010). Marco legal y TV en México. *Zócalo*(128), 15-18.
- AMEDI. (2007). *Propuesta de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información al grupo plural para la reforma demlas leyes de radio, televisión y telecomunicaicones del Senado de la República*. México: AMEDI, Alternativa ciudadada, Friedrich Ebert Stiftung.
- AMEDI. (2009). *¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?* México: AMEDI, Konrad Adenauer Stiftung.
- AMEDI. (2011). *Panorama de la comunicación en México 2011*. México: AMEDI.
- AMIPCI. (18 de mayo de 2011). Obtenido de <http://www.amipci.org.mx/temp/Habitos2011AMIPCIPrensacomprimida-0010959001305646317OB.pdf>
- Angulo Marcial, N. (abril-junio de 2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones? *Inovación educativa*, 9(47), 5-17.
- Arroyo, L. M. (2006). Los derechos culturales como derechos en desarrollo: una aproximación. *Anuario multidisciplinario para la modernización de las Administraciones Públicas*(2), 262-283.
- (2010). *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México 2010*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Aznar, H. (2000). Medios de comunicaión y esfera pública: el papel de la autorregulación. En H. y. Aznar, *Deontología y autorregulación informativa. Ensayos desde una perspectiva comparada*. (págs. 139-167). México: Fundación manuel Buendía, UNESCO, Universidad Iberoamericana.
- Aznar, H. (2005). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel, Consejo Audiovisual de Cataluña.
- Badeni. (2009). En M. Carbonell, *Los derechos fundamentales en México*. México.
- Barker, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Buenos Aires: Paidós.
- Becerril, W. (2007). *Los reality shows en México (Tesis para obtener el grado de licenicada en Ciencias de la comunicación)*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Beuchot, M. (2007). La fundamentación de los derechos humanos como problema moral. En G. Ramírez, *La educación superiors en derechos humanos: una contribución a la democracia* (págs. 41-52). México: UNAM.

- Birsall, W. (1 de Febrero de 2006). *A right to communicate as an open*. Recuperado el 2 de diciembre de 2009, de WACC Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana, revista Media Development: <http://archive.waccglobal.org/wacc/content/pdf/2779>
- Blidook, K. (2011). Elección y contenido: propiedad de los medios e ideales democráticos en Canadá. En M. Guerrero (Ed.), *Medios de comunicación y democracia: perspectivas desde México y Canadá* (págs. 57-82). México: Universidad Iberoamericana.
- Bobbio, N. (1982). Presente y futuro de los derechos del hombre. En N. Bobbio, *El problema de la guerra y las vías de la paz* (págs. 129-155). España: Gedisa.
- Callejo, J. (2001). *Investigar las acueincias. Un análisis cualitativo*. Barcelona: Paidós.
- Canal 22. (s.f.). Recuperado el 8 de mayo de 2011, de <http://www.canal22.org.mx/historia.html>
- Cazés, D. (2009). Un defensor de audiencias. En *¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?* México: AMEDI, Konrad Adenauer Stitung.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (2010). *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de México 2010*. Recuperado el 20 de enero de 2011, de CONACULTA: <http://www.conaculta.gob.mx/>
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (agosto de 2010). *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales*. Recuperado el 2011, de CONACULTA: <http://www.conaculta.gob.mx/>
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (s.f.).
- (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*.
- Cortina, A. (2004). Ciudadanía activa en una sociedad mediática. En J. Concil, & V. González, *Ética de los medios. Una propuesta por la ciudadanía audiovisual* (págs. 11-31). Barcelona: Gedisa.
- Crove, D. (2000). Los jóvenes ante la convergencia tecnológica ¿integración o exclusión? *Comunicación y sociedad*(38), 127-145.
- Curran, J. (1998). Repensar la comunicaicón de masas. En J. Curran, & D. W. Morley, *Estudios culturales y comunicaicón* (págs. 187-254). Barcelona: Paidós.
- Dakroury, A. (2010). The Baron of the Righth to Communicate: Jean d'Arcy (1913-1983). En A. Dakroury, M. Eid, & Y. R. Kamalipour, *The Right to Communicate. Historical Hopes, Global Debates, and Future Premises* (págs. 21-42). USA: Kendal Hunt.
- (2007). *Declaración de Friburgo*.
- (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*.
- Donald, J. (1996). El ciudadano y el hombre de mundo. En S. y. Hall, *Cuestiones de identidad cultural* (págs. 281-314). Buenos Aires-Madrid: Amorrortu Editores.

- Dorcé Ramos, A. (2011). Las audiencias mediáticas en México, ¿en estado de indefensión? En AMEDI, *Panorama de la comunicación en México 2011* (págs. 151-161). México: AMEDI.
- Etxeberría, X. (1994). *El reto de los derechos humanos*. Madrid: Cuadernos FyS.
- Fecé. (2000). Lectura crítica de medios audiovisuales. En J. M. Pérez Tornero, *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Barcelona: Paidós.
- Fisher, D. (1984). *El derecho a comunicar, hoy*. Paris: Unesco.
- Fisher, D. (2002). *A New Beginning*. Recuperado el 30 de noviembre de 2009, de Right to Communicate: <http://www.righttocommunicate.org/viewReference.atm?id=10>
- Galvis, L. (2005). *Comprensión de los derechos humanos. Una visión para el siglo XXI*. Bogotá: Ediciones Aurora.
- García Canclini, N. (. (1987). *Políticas culturales en América Latina*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (2011). ¿Qué queremos decir con diversidad y calidad en los medios? En R. Tejo, & A. Vega, *Diversidad y calidad para los medios de comunicación. Diagnósticos y propuestas. Un agenda ciudadana* (págs. 27-40). México: AMEDI.
- García Castillejo, Á. (2003). *El Consejo Audiovisual de España*. Recuperado el 14 de julio de 2011, de Fundación Alternativas: <http://www.falternativas.org/laboratorio/documentos/documentos-de-trabajo/el-consejo-audiovisual-de-espana>
- González, D. (2007). Aquí, allá y en todas partes: la recepción juvenil de la televisión estadounidense en la frontera norte de México. En G. Orozco, *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales* (págs. 117-131). México: ILCE.
- Grandi, R. (1995). *Texto y contexto en los medios de comunicación: análisis de la información, publicidad, entretenimiento y su consumo*. Barcelona: Bosch.
- Grossber, L. (enero-junio de 2009). El corazón de los estudios culturales: contextualidad, construccionismo y complejidad. *Tabula Rasa*(10), 13-48.
- Grupo ACIR. (s.f.). Recuperado el 8 de mayo de 2011, de http://www.acircomercial.com.mx/descarga/ACIR_COMERCIAL_FEB11.pdf
- Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. En *Cuadernos de información y comunicación* (págs. 215-236).
- Hamelink, C. J. (2003). Human Rights for the Informations Society. En S. O'Siochrú, & B. Girard, *Communicating on Information Society* (págs. 121-163). Geneva: UNRISD.

- Hamelink, C., & Hoffmann, J. (2010). Communication as a Human Right: Picking Up the Challenge. En A. Dakroury, M. Eid, & Y. R. Kamalipour, *The Right to Communicate. Historical Hopes, Global Debates, and Future Premises* (págs. 71-105). Estados Unidos de América: Kendall Hunt.
- Harms, L. S. (2002). *Some Essentials of the Right to Communicate*. Recuperado el noviembre de 2009, de Right to communicate: <http://www.righttocommunicate.org/viewReference.atm?id=35>
- Herrera, S. (febrero de 2005). *Situación del ombudsman en el mundo*. Recuperado el 12 de noviembre de 2011, de Sala de prensa: <http://www.saladeprensa.org/art586.htm>
- Herrera, S. (enero-diciembre de 2006). El por qué de los observatorios de medios latinoamericanos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9(61).
- Huhle, Rainer. (1993). *La violación de los Derechos Humanos. ¿Privilegio de los Estados?* Recuperado el septiembre de 2010, de Ko' Aga Roñe'Eta : www.derechos.org/koaga/iv/1/hule.html
- Ibarra, A. (2007). Recepción televisiva infantil y socialización política en Guadalajara: la formación del niño entre las relaciones de poder y la educación familiar. En G. Orozco, *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales* (págs. 229-245). México: ILCE.
- Ibope. (abril de 2011). IbopeTV. *Merca 2.0*(110), 88.
- INEGI. (enero de 2011). Obtenido de <http://www.inegi.gob.mx/>
- Instituto Mexicano de la Radio. (s.f.). Recuperado el 8 de mayo de 2011, de http://www.imer.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=56&Itemid=74
- Ipsos-Bimsa. (abril de 2011). Multimedia view. *Merca 2.0*(110), 92.
- Islas, J. (2002). El derecho de réplica y la vida privada. En A. Alfonzo, *Responsabilidad social, autorregulación y legislación en radio y televisión* (págs. 77-86). México: UNAM.
- Islas, O. y. (18 de mayo de 2011). *Resultados de los estudios 2009 y 2010 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas, world Internet project. Capítulo México*. Obtenido de Razón y palabra: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/00Islas_V73.pdf
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, Buenos Aires y México: Paidós.
- Jensen, K., & Rosengren, K. (1997). Cinco tradiciones en busca del público. En D. Dayan, *En busca del público* (págs. 335-370). Barcelona: Gedisa.
- Kelly, S., & Cook, S. (Edits.). (2011). *Freedom on the Net 2011. A Global Assessment of Internet and Digital Media*. Recuperado el 18 de mayo de 2011, de Freedom House: <http://www.freedomhouse.org/uploads/fotn/2011/FOTN2011.pdf>

Lee, P. (noviembre de 2008). *The right to communicate affirms and restores human dignity*. Recuperado el 22 de noviembre de 2009, de WACC: http://archive.waccglobal.org/wacc/programmes/recognising_and_building_communication_rights/the_right_to_communicate_affirms_and_restores_human_dignity

Ley Federal de Radio y Televisión. (s.f.).

López Rivera, L. (2006). La negociación: proceso clave para comprender a la recepción desde la perspectiva culturalista anglosajona. En M. A. Rebeil, *XIII Anuario de investigación de la Comunicación Coneicc* (págs. 171-192). México: Universidad Anáhuac.

Lozano Rendón, J. C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra Mexicana.

Lull, J. (1995). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge: Polity Press .

Mac Bride S, e. a. (1993). *Un solo mundo. Voces múltiples* (3a reimpresión ed.). México: FCE.

Martín Barbero, J. (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Anthropos, UAM-Azcapotzalco.

Martín Barbero, J. R. (Dic-2000). Televisión pública, cultural, de calidad. (47).

Martín Barbero, J., Rey, G., & Rincón, O. (diciembre de 2000). *Televisión pública, cultural, de calidad*. Recuperado el 2011, de http://www.comunicacionymedios.com/comunicacion/television/textos/martin_barbero_tvpublicalidad.htm

Mclver, J. W., & Birdsall, W. F. (2002). Technological Evolution and the Right to Communicate: The Implications for Electronic Democracy. *Euricom Colloquium: Electronic Networks & Democracy*, (pág. 18). Nijmegen, The Netherlands.

Mclver, J. W., Birdsall, W. F., & Rasmussen, M. (Diciembre de 2003). The Internet and the right to communicate. *First Monday*, 8(12). Obtenido de First Monday.

Moragas, M. (1986). *Sociología de la comunicación de masas* (Vol. 2). Barcelona: Gustavo Gili, mass Media.

Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrotu.

Movius, L. B. (Otoño de 2008). Global Debates on the Right to Communicate. *Global Media Journal*, 7(13).

Murduchowicz, R. (octubre de 1999). La educación para los medios es una educación para la democracia. *Comunicar*(13), 117-122.

MVS Radio. (s.f.). Recuperado el 8 de mayo de 2011, de <http://www.mvs.com.mx/>

Nightinglade, V. (1999). *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Barcelona: Paidós.

- Nikken, P. (1994). El concepto de derechos humanos. En I. I. Humanos, *Antología básica en derechos humanos*. San José: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.
- Nivón, E. (s.f.). *Posgrado virtual políticas culturales y gestión cultural*. Obtenido de <http://ibergc.org/nivon>
- Ó Siochru, Seán (Coord.). (2005). *Manual para la evaluación a los derechos de la comunicación*. Recuperado el 2 de diciembre de 2009, de www.centreforcommunicationrights.org: <http://www.centreforcommunicationrights.org/images/stories/database/tools/cris-manual-en.pdf>
- O'Siochru, Seán (Coord.). (2005). *manual para la evaluación de los derechos a la comunicación*. CRIS.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. (2 de noviembre de 2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural. París: UNESCO.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. (20 de Octubre de 2005). Convención sobre la protección y promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. París: UNESCO.
- Orozco Henríquez, J. (1987). Los derechos humanos y la polémica entre iusnaturalismo y iuspositivismo. En R. Tamayo y Salorán, & E. Cáceres Nieto, *Teoría del derecho y conceptos dogmáticos*. México: UNAM.
- Orozco, G. (1994). La autonomía relativa de la audiencia. En Cervantes, & Sánchez, *Investigar la comunicación. propuestas Iberoamericanas* (págs. 183-195). México: Universidad de Guadalajara, CEIC/Asociación Latinoamericana de la Investigación de la Comunicación.
- Orozco, G. (1994). La autonomía relativa de la audiencia. En C. y. Cervantes Barba, *Investigar la comunicación. propuestas Iberoamericanas*. México: Universidad de Guadalajara, CEIC/Asociación Latinoamericana de la Investigación de la Comunicación.
- Orozco, G. (enero-junio de 1996). Del estudio de los medios, a la incorporación de las audiencias. *Tecnología y comunicación educativa*, 45-51.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre/Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G. (1997). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*(8), 25-30.
- Pasquali. (24 de julio de 2009). Perspectivas de la Investigación Latinoamericana en Derechos del hombre y Comunicación. *Conferencia anual de la IAMCR. Human Rights and Communication*. México, Distrito Federal, México: AIERI-UNAM.
- Política de calidad. Misión, visión y valores*. (s.f.). Recuperado el 8 de mayo de 2011, de Radio centro: [http://radiocentro.com.mx/grc/grccorp.nsf/vwIMGS/CorpDocs/\\$File/Pol%C3%ADticaCalidadGRC.pdf](http://radiocentro.com.mx/grc/grccorp.nsf/vwIMGS/CorpDocs/$File/Pol%C3%ADticaCalidadGRC.pdf)
- Quintana, C., & Sabido, N. (2001). *Derechos humanos* (2a ed.). México: Porrúa.

- Rabossi, E. (1989). *El fenómeno de los derechos humanos y la posibilidad de un nuevo paradigma teórico*. rev del Centro de estudios Constitucionales.
- Ramírez Alvarado, M. d. (2010). *Los Consejos Audiovisuales como entidades reguladoras: situación actual*. Recuperado el 14 de julio de 2011, de <http://abelsuing.files.wordpress.com/2010/02/maria-del-mar-martinez-alvarado-copia-2.pdf>
- Ramírez, G. (2002). *Aproximación conceptual e historia de los derechos humanos*. México: Cátedra UNESCO/ UNAM.
- (2010). *Resumen del Informe mundial de la UNESCO. Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*.
- Romo, G. M. (1987). El nuevo orden mundial internacional de la información. *FELAFACS*, 13-18.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Silverstone, R. (1994). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.
- Solís, B. (2009). De cómo llegamos hasta aquí...Los antecedentes de la "Ley Televisa". En J. Esteinou, & A. R. Alva de la Selva, *La Ley Televisa y la lucha por el poder en México* (págs. 27-71). México: UAM Xochimilco, otras.
- Solís, B. (2009). Los derechos de las audiencias. *El cotidiano*, 24(158), 31-35.
- Sosa, M. (20 de mayo de 2010). *México, octavo en población indígena*. Recuperado el 1 de mayo de 2011, de El Universal: www.eluniversal.com.mx/notas/681948.html
- Stamers, N. (2005). La parición de los derechos humanos en el Norte: hacia una valoración histórica. En N. Caber, *Ciudadanía incluyente, significado y expresión* (págs. 57-64). México: PUEG-UNAM.
- Stavenhagen, R. (2001). Derechos culturales: el punto de vista de las ciencias sociales. En I. Niec, *¿A favor o en contra de los derechos culturales?* (págs. 19-47). París: UNESCO.
- Stavenhagen, R. (2004). Los derechos culturales y los derechos colectivos en tiempos de la globalización. En Van, & Badillo, *Derechos humanos y globalización alternativa: una perspectiva latinoamericana* (págs. 127-147). Puebla: Universidad liberoamericana Puebla.
- Symonides, J. (diciembre de 1998). Derechos Culturales: una categoría descuidada de derechos humanos. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*(158).
- Televisa*. (27 de abril de 2011). Obtenido de <http://www.televisa.com/quienes-somos/>
- Thompson, J. B. (2002). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social de la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

- Traber, M. (Noviembre de 2008). *A philosophical enquiry into the right to communicate*. Recuperado el 28 de septiembre de 2010, de WACC: http://archive.waccglobal.org/wacc/programmes/recognising_and_building_communication_rights/communication_is_inscribed_in_human_nature
- Trejo, R. (2011). Televisoras, privilegios y poder político. En M. Guerrero (Ed.), *Medios de comunicación y democracia: perspectivas desde México y Canadá* (págs. 35-56). México: Universidad Iberoamericana, .
- TV Azteca. (27 de abril de 2011). Obtenido de <https://www.irtvazteca.com/whatis/valores.aspx>
- UNESCO. (2010). *Informe Mundial de la Unesco. Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755s.pdf>
- Vassallo de Lopes, M. I. (1994). Reflexiones metodológicas sobre la investigación de recepción. En C. Cervantes Barba, & E. Sánchez Ruíz, *Investigar la comunicación. Propuestas Iberoamericanas* (págs. 171-182). México: Universidad de Guadalajara, Centro de Estudios de Información y Comunicación, ALAIC.
- Vega, A. y. (2010). Las audiencias y su derecho fundamental a la comunicación, Los contenidos y sus formatos audiovisuales, ejes claves en la democratización del sistema. En J. y. Esteinou, *La ley Televisa y su lucha por el poder en México*. México: UAM.
- Vega, M. A. (2001). Mapa para el estudio del proceso de recepción de las audiencias sobre la información electoral televisiva, durante el proceso electoral de 2000 en México. Programa de Doctorado Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Villanueva, E. (2006). *Derecho de la información*. México: Porrúa.
- Winter, J. S., & Wedemeyer, D. J. (2010). The Roots of the Right to Communicate and Emerging Participatory Policy. En A. Dakrouy, M. Eid, & Y. R. Kamalipour, *The Right to communicate. Historical Hopes, Global Debates, and Future Premises* (págs. 43-70). Estados Unidos de América: Kendall Hunt.