

RECOMENDACIÓN 1

Del Consejo Ciudadano de Radio UNAM y Televisión Universitaria

TEMA DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

Según consta en el documento, **LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN DEL DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS DE LAS DIRECCIONES GENERALES DE RADIO UNAM Y TELEVISIÓN UNIVERSITARIA**, para cumplir con su responsabilidad social como medios públicos y al mismo tiempo cumplir con lo establecido en La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y en los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias, Radio y TV UNAM requieren dotarse de los marcos normativos en que se estipulen los valores y principios que guiarán la actuación de su personal y colaboradores en relación con los derechos de expresión y los derechos que tienen con sus audiencias.¹ Por ello cualquier propuesta en el sentido de Criterios Editoriales debe partir de este que es el documento existente en la materia.

“El contenido de estas normatividades y sus procedimientos, darán certidumbre de cuáles son los valores que estos medios universitarios se comprometen a cumplir en su desempeño y a los periodistas y conductores la base para el pleno ejercicio de su labor y libertad de expresión”.

El documento señala también que la sociedad mexicana necesita “que los medios de comunicación y en especial de los medios públicos cumplan la función de impulsar la formación de una opinión pública informada y conocedora de los problemas sociales de la ciudad y del país, que involucre la discusión de alternativas de solución” y agrega, “La construcción de una ciudadanía activa y crítica indispensable para mejorar la calidad de la democracia mexicana ... no es solo responsabilidad de los medios de comunicación pero sin la participación de ellos el cambio será más lento y difícil de lograr”.

En ese contexto “la justificación central para contar con estos instrumentos normativos es incrementar y mantener la calidad y la utilidad social de Radio y TV UNAM”.

EL CÓDIGO DE ÉTICA

El Código de Ética fue una obligación legal hasta antes de las reformas del 31 de octubre del 2017, que hoy se discuten en la SCJN, y cuya resolución es aún de pronóstico reservado. Sin embargo, los medios universitarios se han caracterizado por estar a la vanguardia de las buenas prácticas en materia de derechos de las audiencias, sobre todo porque estos derechos están en la constitución y son vigentes a pesar de las reformas.

¹ Disponible en http://defensordelaaudiencia.unam.mx/wp-content/uploads/2017/10/Lineamientos-Defensor-Radio-y-TV-UNAM_2017.pdf

Así aunque el Código de Ética no es obligatorio legalmente, hasta saber que sucederá en la corte, si es el documento en el que estén expresados los principios y valores a los que se compromete la institución.

El Código es un marco de referencia indispensable pues contiene los indicadores para que la audiencia misma pueda juzgar la actuación del medio de comunicación.

Los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias que no llegaron a entrar en vigor por la discusión alrededor de ellos, pero cuya resolución está aún en la corte señalan en sus “Disposiciones Generales” que los Códigos de Ética deberán contener,

“conjunto de principios, reglas, valores y fundamentos basados en las Audiencias y sus derechos, los cuales deberán asegurar el cumplimiento de los derechos de información, de expresión y de recepción de contenidos en términos de lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución”.

Los códigos de ética deberán contener mínimamente entre otros:

- **Procedimientos mínimos a seguir para garantizar la Veracidad y Oportunidad de la información.**
- **Lineamientos generales de actuación del o los concesionarios respectivos,** los cuales deberán versar, al menos, **sobre:**

a) Atención a las Audiencias, incluyendo a las Audiencias Infantiles y a las Audiencias con Discapacidad;

b) Líneas editoriales noticiosas;

c) Discriminación;

d) Interés superior de la niñez, y

e) Igualdad de Género.

Además deberán establecerse las reglas para la expresión de diversidades **ideológicas**, étnicas y culturales, **así como los elementos y/o directrices con las que garantizará su independencia editorial;**

El código de ética que rige los medios universitarios es demasiado vago, no hay procedimientos **mínimos** como señalan los lineamientos, tampoco lineamientos de actuación de la institución, ni se determina **como se garantizará la independencia editorial.**

El código señala a la letra en cuanto a estos temas:

2. *Libertad de expresión. Libertad para expresar y difundir ideas, opiniones y mensajes a través de los diversos soportes mediáticos ya sea en audio, imagen, prensa o formatos multimedia. La información y los puntos de vista se manifestarán sin restricción alguna siempre en un marco de respeto y tolerancia.*

3. *Informar objetivamente. Es una tarea que los medios universitarios deben cumplir siempre con profesionalismo, oportunidad y veracidad. La credibilidad es el pilar fundamental de un medio de comunicación y ésta depende de la veracidad e imparcialidad en la información, de la precisión de los datos, de la seriedad en el abordaje de los hechos y de la legitimidad de las fuentes.*

Debe quedar claro cuándo se presenta una información y cuándo se expone una opinión.

Cumplir con el derecho de informar implica recurrir a los diversos géneros periodísticos, la investigación de los hechos, la información de los datos duros. Los análisis y las opiniones diferentes permiten a la sociedad adoptar una postura informada y sólida para tomar sus propias decisiones.

4. Imparcialidad. Para garantizar la imparcialidad en la información y el necesario equilibrio en la presentación de las distintas posturas se mantendrá una posición neutral. No se dará ningún trato especial ni privilegiado por motivos económicos, políticos, partidistas, o personales.

Las decisiones siempre se tomarán en función del interés público, con criterios profesionales y respetando las normas y los valores de la UNAM.

5. Pluralidad. El espíritu universitario se expresa al presentar a la audiencia las distintas perspectivas de la realidad para que la sociedad las conozca y sea ella quien decida cuál es el punto de vista más adecuado a las necesidades del país.

La pluralidad política, cultural y social es una condición que enriquece a la sociedad mexicana. El dialogo racional y respetuoso entre las distintas visiones constituye un factor de cambio y de mejora de las condiciones de vida de los mexicanos. La programación debe reflejar ese arcoiris de perspectivas que nace de la diversidad política, sexual, social, ideológica, étnica y cultural. Radio UNAM y TV UNAM son un espacio de encuentro y diálogo de la diversidad.

Así aunque el documento de los lineamientos de operación del defensor de las audiencias de las direcciones generales de radio Unam y Televisión Universitaria señala que:

El presente reglamento es de observancia obligatoria para todo el personal que labora en las Direcciones Generales de Radio UNAM y Televisión Universitaria, y tiene por objeto garantizar el pleno ejercicio, respeto, protección y promoción de los derechos de la audiencia, realmente no encontramos los procedimientos mínimos, ni los lineamientos de actuación de la institución, ni como se garantizará la independencia editorial.

Por eso proponemos crear como anexos a este código de ética y a los lineamientos con los procedimientos para hacerlo.

En realidad en esta misión existen 2 grupos de derechos a proteger, los de expresión y los de las audiencias, que van de la mano.

Lo primero que hay que considerar solo a manera de recordatorio, los derechos de las audiencias como criterios orientadores de la calidad informativa de los contenidos.

De acuerdo a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, son derechos de la audiencia:

- I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;*
- II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;*
- III. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;*
- IV. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;*
- V. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;*
- VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;*
- VII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;*
- VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;*

IX. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y

Adicionalmente son derechos de las audiencias del Servicio de Radiodifusión y del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos:

- I. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez y la Igualdad de Género;*
- II. Recibir contenidos libres de Discriminación;*
- III. Ejercicio libre de los derechos humanos de información, libertad de expresión y recepción de contenidos;*
- IV. Que la programación que se difunda, en el marco de la libertad de expresión y recepción de ideas e información, propicie:*
 - a) La integración de las familias;*
 - b) El desarrollo armónico de la niñez;*
 - c) El mejoramiento de los sistemas educativos;*
 - d) La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales;*
 - e) El desarrollo sustentable;*
 - f) La difusión de las ideas que afirmen nuestra unidad nacional;*
 - g) La Igualdad de Género entre mujeres y hombres;*
 - h) La divulgación del conocimiento científico y técnico, y*
 - i) El uso correcto del lenguaje.*

Asimismo los lineamientos generales sobre derechos de las audiencias señalan;

- VIII. Recibir contenidos diarios que incluyan información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales o internacionales;*
- IX. Recibir contenidos que reflejen la pluralidad ideológica, política, social y cultural y lingüística de la Nación;*
- X. Recibir información con Veracidad y Oportunidad;*
- XI. Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;*
- XII. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;*
- XIII. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;*
- XVIII. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a los mismos y se incluyan avisos parentales;*
- XIX. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la Ley Reglamentaria del artículo 6o., párrafo primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia del Derecho de Réplica;*
- XXI. Que los Concesionarios de Radiodifusión, los Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos y Programadores a través de Multiprogramación cuenten con un Código de Ética y den cabal cumplimiento a las disposiciones contenidas en éste”.*

Son derechos exclusivos de las Audiencias del Servicio de Radiodifusión:

- I. Que los contenidos de audio o audiovisuales se transmitan en alguna lengua nacional;*
- II. Que en los contenidos audiovisuales transmitidos en algún idioma extranjero se realice el subtítulo o traducción a alguna lengua nacional, salvo autorización expresa de la Secretaría de Gobernación;*
- III. A la existencia de un Defensor que reciba, documente, procese y dé seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos en relación con derechos de las Audiencias, con base en la Ley, los Lineamientos y los Códigos de Ética correspondientes;*
- IV. A la existencia de mecanismos para la presentación de observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos ante el Defensor en relación con derechos de las Audiencias;*
- V. A la debida y oportuna atención por parte del Defensor a sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos en relación con derechos de las Audiencias...*

Por otro lado, es vital considerar que la Ley Telecom señala; Los lineamientos que emita el Instituto deberán garantizar que ***“los concesionarios de uso comercial, público y social***

cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos”.

Por lo que en la protección de los derechos de la audiencia, en ningún caso, procederá acción alguna que inhiba, restrinja o limite parcial o totalmente la libertad de expresión, la libertad de información, la libertad programática o la libertad editorial. Esto es primero el ejercicio de la libertad de expresión y en un segundo momento las con secuencias en caso de violación de los derechos de las audiencias.

El Código vigente especifica y complementa, para el caso de los integrantes y colaboradores de Radio UNAM y TV UNAM, los valores establecidos por el Código de Ética de la Universidad Nacional Autónoma de México, los cuales son aplicables tanto a la producción propia de este medio universitario como a la realizada con entidades externas, así como a todas las modalidades técnicas, formatos y lenguajes que se utilicen para enviar mensajes.

En el contexto de las Elecciones presidenciales de 2018, y con el fin de continuar construyendo normatividades y sus procedimientos para dar certidumbre a todos el Consejo Ciudadano de Radio UNAM y TVUNAM presentaría dos recomendaciones.

ANEXO DE ACTUACIÓN INSTITUCIONAL EN TORNO A LA ACTUACION DE PERIODISTAS, CONDUCTORES, OPINADORES Y OTROS COLABORADORES DE RADIO UNAM Y TELEVISION UNIVERSITARIA PARA GARANTIZAR LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS.

y

ANEXO DE ACTUACIÓN INTITUCIONAL EN TORNO A LÍNEAS EDITORIALES Y NOTICIOSAS, ASI COMO PROCEDIMIENTOS PARA GARANTIZAR LA VERACIDAD Y OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN Y LA INDEPENDENCIA EDITORIAL.

Acá trabajaremos primeramente la propuesta para garantizar los derechos de las audiencias que es una propuesta que se enfoca a determinados espacios programáticos y a la actuación de personas en específico.

La segunda propuesta es más compleja pues involucra un diseño institucional y la presentaremos en la próxima reunión de este Consejo.

ANEXO DE ACTUACIÓN INSTITUCIONAL EN TORNO A LA ACTUACION DE PERIODISTAS, CONDUCTORES, OPINADORES Y OTROS COLABORADORES DE RADIO UNAM Y TELEVISION UNIVERSITARIA PARA GARANTIZAR LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS.

El Código de Ética de la institución es el marco de referencia indispensable pues contiene los indicadores para que la audiencia misma pueda juzgar la actuación del medio de comunicación.

Los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias al referirse a cómo deben ser los Códigos de Ética en sus “Disposiciones Generales” señala que deben contener ***conjunto de principios, reglas, valores y fundamentos basados en las Audiencias y sus derechos, los cuales deberán asegurar el cumplimiento de los derechos de información, de expresión y de recepción de contenidos en términos de lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución***”.

Los códigos de ética deberán contener mínimamente entre otros:

- ***Lineamientos generales de actuación del o los concesionarios respectivos***, los cuales deberán versar, al menos, ***sobre:***
 - a) Atención a las Audiencias, incluyendo a las Audiencias Infantiles y a las Audiencias con Discapacidad;
 - c) Discriminación;
 - d) Interés superior de la niñez, y
 - e) Igualdad de Género.

Además deberán establecerse las reglas para la expresión de diversidades ***ideológicas, étnicas y culturales, así como los elementos y/o directrices con las que garantizará su independencia editorial;***

Por su parte los lineamientos de Radio UNAM y televisión universitaria señalan que “El presente reglamento es de observancia obligatoria para todo el personal que labora en las Direcciones Generales de Radio UNAM y Televisión Universitaria” proponemos diseñar un procedimiento en 2 pasos para dar cumplimiento a estos huecos en la reglamentación vigente.

Muchos medios de comunicación a la firma del contrato de prestación de servicios profesionales o de otro tipo de contratación de base, incluyen en este la obligatoriedad de cumplir con el código de ética de la estación, y esto es lo deseable, y se propone el incluirlo en las nuevas contrataciones.

Sin embargo, sabedores que los medios de contratación de las estaciones universitarias son muy diversos, que muchos de los colaboradores no son empleados de las estaciones sino de dependencias universitarias y de que los modos de contratación dentro de las mismas son diversos, decidimos diseñar un mecanismo que se adapte a esta diversidad de realidades.

Para los responsables de todos los espacios en medios universitarios cuyo contrato no contenga la firma y compromiso de cumplimiento del código de ética.

PASO 1

FIRMA DEL CODIGO DE ETICA Y LOS LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN DEL DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS DE LAS DIRECCIONES GENERALES DE RADIO UNAM Y TELEVISIÓN UNIVERSITARIA por parte de todos los responsables de espacios programados, opinadores, periodistas y colaboradores de ambas instituciones. la firma incluirá un machote abajo propuesto para recordarles los derechos de las audiencias y el procedimiento en caso de alguna queja.

PASO 2

PROCESO POR VIOLACION DEL COMPROMISO A ALGUNO DE LOS DOCUMENTOS Y CONSECUENCIAS.

DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO

PASO 1

Ningún medio concesionario y menos la Universidad puede ejercer censura dado que los medios de comunicación y en especial de los medios públicos cumplen la función de impulsar la formación de una opinión pública informada y conocedora de los problemas sociales y la discusión de alternativas para la construcción de una ciudadanía activa y critica indispensable para mejorar la calidad de la democracia mexicana.

Tampoco es éticamente correcto revisar los contenidos antes de su salida al aire en el estricto respeto a las libertades de los responsables de espacios programados, colaboradores, periodistas, opinadores, sin embargo, ninguna libertad puede estar sustentada en la violación de derechos de los otros, por ello, en la búsqueda de cumplir con la ley y equilibrar intereses proponemos que todos los opinadores, colaboradores y periodistas que tengan un espacio programado en cualquiera de las estaciones radiodifusoras deberán firmar el código de ética y los lineamientos, así como un machote informativo que les recuerda los derechos de las audiencias y advierte de las consecuencias en caso de alguna queja.

PASO 2

Si algún miembro de la audiencia, o integrantes de la institución sintieran que algún derecho está siendo violado, se establecerán también los mecanismos para llevar a cabo un procedimiento.

EL MACHOTE INFORMATIVO

Ciudad de México a _____ de _____ -

Yo _____ titular o participante del programa _____ que se transmite los días _____ a las _____ a través de _____ desde el _____ y hasta el _____ declaro que he leído y comprendido tanto el Código de Ética de Radio UNAM y Televisión Universitaria así como los LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN DEL DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS DE LAS DIRECCIONES GENERALES DE RADIO UNAM Y TELEVISIÓN UNIVERSITARIA.

También estoy informado de las líneas institucionales en torno a la defensa de los derechos de las audiencias por lo que me aseguraré de que;

1. Los contenidos planeados en la integralidad de la serie de la que soy responsable reflejen *el pluralismo ideológico, político, social y cultural*.
2. En el pleno ejercicio de mis derechos de expresión podre plantear todas mis opiniones sin limitación alguna siempre y cuando, quede claro para la audiencia que ese comentario, o el espacio completo, es una opinión personal y no información periodística sustentada en datos. El uso de los adjetivos en el programa se enmarcará en esta lógica.
3. Cuando nuestra información o comentario aluda a otras personas, están tendrán derecho de réplica y si es solicitado, estaré obligado a darles el espacio para este fin en los términos que la producción del programa o la institución acuerde conmigo.
4. La información que presente en el espacio estará sustentada en datos, periodismo o investigaciones para garantizarle a las audiencias la calidad informativa y evitaré cualquier comentario motivado *por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas*.
5. Estoy consciente de que el ejercicio de las libertades de expresión no puede estar sustentada en la violación de los derechos de los demás.

Estoy informado(a) de que en caso de que las audiencias, el defensor de las audiencias en el cumplimiento de su trabajo, o las autoridades administrativas de las radiodifusoras piensen que en el espacio del que soy responsable se están violando los derechos de las audiencias se podría abrir un procedimiento ante el Consejo Ciudadano.

NOMBRE Y FIRMA

EL PROCESO

Si algún miembro de la audiencia, o integrantes de la institución sintieran que algún derecho está siendo violado, se iniciara un proceso. El proceso general entre el escrito libre con el caso y la terminación no podrá pasar de 6 semanas.

El procedimiento podrá ser iniciado por:

- El defensor de las audiencias a petición de parte.
 - Algún miembro del Consejo Ciudadano a petición de parte.
 - El defensor de las audiencias ante una certeza que parte de su trabajo de monitoreo de las pautas programadas.
 - Las direcciones de Radio UNAM o Televisión Universitaria.
1. Se presentará un escrito libre al Consejo Ciudadano que señale los hechos y las pruebas que se puedan recabar para sustentarlo.
 2. El consejo ciudadano compartirá estos documentos con todos sus miembros y decidirá virtualmente si no tiene reunión próxima, el comité que analizará el caso.
 3. Se le notificará al responsable del espacio por parte de este comité y se le compartirá los documentos.
 4. El responsable del espacio presentara en escrito libre su posición al respecto y la defensa de su posición.
 5. En un máximo de 2 semanas a partir de que asume el caso, el comité dará un informe con propuestas de solución que deberá estar avalado por la mayoría de los consejeros.

El informe del Consejo incluirá una recomendación al director del medio en cuestión que podrá:

- Determinar que no procede la queja, pero avalado por una propuesta que en el futuro evite la confusión frente a las audiencias. Esta propuesta podría incluir la recomendación de un acuerdo privado con el responsable del espacio o un comentario público o aclaración institucional o del comunicador en un programa siguiente.
- Determinar que hubo violación a los derechos de las audiencias y recomendar la aceptación publica por parte del comunicador de este hecho en el siguiente programa o en una producción futura para garantizar a los afectados la restitución del derecho, más un llamado de atención al comunicador para tener más cuidado en casos subsecuentes.
- Si la dimensión de la violación es importante, recomendar la restitución del derecho de las audiencias mediante participación directa en el espacio aludido más la disculpa pública de la institución. Ello podría implicar un espacio de producción para la víctima.

