

**RECOMENDACIÓN DEL CONSEJO CONSULTIVO DEL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES SOBRE EL PROYECTO DE LINEAMIENTOS DE DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS.**

El Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones con base en el análisis del marco jurídico y la experiencia comparada en la materia, realiza las siguientes observaciones al Proyecto de Lineamientos Generales sobre los Derechos de las Audiencias (en lo sucesivo referido como el "Proyecto de Lineamientos"), así como recomienda lo que se detalla a continuación.

**Consideración preliminar.** Los derechos humanos son reconocidos por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución) donde además se establece la obligación de las autoridades de adoptar la interpretación que sea más favorable a la persona (principio *pro persona*). Los derechos de las audiencias reconocidos también en la Constitución se rigen por el principio *pro persona* y de ninguna manera pueden limitarse bajo una interpretación de que deben estar sujetos al principio de reserva de ley que rige en materia penal y tributaria. De ahí que los derechos de las audiencias deben interpretarse siempre en lo que sea más favorable a la persona y no limitarse únicamente al texto "letra por letra" de la ley.

**Observación 1.** El Proyecto de Lineamientos se limita en su gran mayoría a compilar los derechos de las audiencias que están en la Constitución y en la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFTR), omitiendo desarrollar las características que la propia Constitución señala en cuanto a los servicios públicos de radiodifusión y telecomunicaciones. En otros países sí existe un desarrollo de este tipo de características lo que da certeza tanto a las audiencias como a los concesionarios.

**Recomendación 1.** Se recomienda desarrollar en los Lineamientos para los servicios de radiodifusión las características de pluralidad, identidad nacional y calidad. A manera de ejemplo y con base en la experiencia comparada, se proponen las siguientes descripciones:

- *Pluralidad:* es el derecho de las audiencias respecto a que los contenidos audiovisuales que se difundan a través de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión reflejen la diversidad ideológica, política y cultural de la sociedad, así como los distintos intereses de ésta. La pluralidad exige que se difundan diferentes puntos de vista en lo político y social, así como programar géneros narrativos diversos y dirigidos a diferentes grupos etareos. Los programas informativos y de noticias deberán buscar la veracidad de la información y las opiniones de las diferentes partes de la noticia para que el espectador tenga elementos para establecer su propio punto de vista de manera libre e informada.
- *Identidad nacional:* es la característica que deben tener los contenidos audiovisuales radiodifundidos consistentes en reflejar la diversidad cultural de México y responder a los intereses y contextos de la sociedad mexicana a nivel nacional, regional y local. La identidad nacional reconoce que la nación mexicana es pluricultural y ello se sustenta originalmente en sus pueblos indígenas, siendo las lenguas indígenas parte del patrimonio cultural y una de las principales expresiones de la composición pluricultural.
- *Calidad:* es la característica de los contenidos audiovisuales respecto a un canal de programación en el cual se respeta la dignidad de las personas, el pluralismo, se presentan diversidad de contenidos y los contenidos son relevantes para la sociedad.



- *Calidad para Audiencias Infantiles:* es un derecho de las audiencias infantiles que los programas difundidos a través de radio y televisión sean creados específicamente para atender a las audiencias infantiles, proporcionen experiencias enriquecedoras, relevantes y entretenidas, considerando el contexto nacional y buscando ampliar la comprensión de su entorno, además de observar lo señalado en el artículo 227 de la LFTR. Las audiencias infantiles tienen derecho a mirar su realidad en las pantallas y a no ser discriminados.

**Observación 2.** El Proyecto de Lineamientos pretende desarrollar el procedimiento que debiera seguir una queja de un televidente o radioescucha; sin embargo, lo hace estableciendo cargas innecesarias y obstáculos para que se busque defender los derechos de las audiencias. Debe reconocerse que existe una relación asimétrica entre las audiencias y los concesionarios de radio y televisión, donde las audiencias merecen protección porque no son peritos en la materia, sino que son en su inmensa mayoría ciudadanos de a pie. (Art. 36 y 37 del Proyecto de Lineamientos)

**Recomendación 2.** Se recomienda (1) eliminar el que la persona que presenta la queja deba señalar el derecho de la audiencia que considere violado, así como que deba exhibir pruebas (art. 36 numeral 7 del Proyecto de Lineamientos); (2) que la audiencia pueda presentar una queja por violación a sus derechos de audiencia como la ausencia de pluralidad o de calidad en general de un canal de programación; (3) que no sea causa de desechamiento de la queja el que no señale el derecho de la audiencia que estima violado, o que no describa claramente el contenido audiovisual, o que no ofrezca pruebas (art. 37 inciso c); (4) que el defensor pueda suplir las deficiencias de las quejas presentadas por las audiencias; y (5) que el defensor también pueda actuar de oficio, sin necesidad de la presentación de una queja, cuando advierta que se están violentando derechos de las audiencias.

**Observación 3.** El Proyecto de Lineamientos establece un procedimiento burocrático y lento para decretar la suspensión precautoria a que se refiere el artículo 15 fracción LXI de la LFTR (casos en que exista violación a derechos de las audiencias infantiles o quebranto a normas en materia de salud). (Art. 57-67 del Proyecto de Lineamientos)

**Recomendación 3.** Se recomienda que sea un procedimiento sumario, en el cual la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales presente su reporte al Comité *ad hoc* de los tres comisionados designados para tratar este tema. Que el Comité tenga un plazo de máximo 48 horas para resolver.

**Observación 4.** Las audiencias con discapacidad tienen derecho a acceder a los mecanismos para expresar sus reclamaciones y sugerencias a los defensores en igualdad de condiciones y oportunidad que el resto de las audiencias (artículo 258 fracción III de la LFTR). El Proyecto de Lineamientos refiere a que si un concesionario pide se le exente de esa obligación, el IFT resolverá si es una carga desproporcionada o no, sin consultar a las audiencias con discapacidad. El respeto a las personas con discapacidad comienza por tomar en cuenta sus puntos de vista, de ahí el lema "Nada de nosotros, sin nosotros". Por lo cual se sugiere consultar a las audiencias con discapacidad previo a cualquier decisión por parte del IFT. Las audiencias con discapacidad pueden incluso proponer



mecanismos alternativos de solución en lugar de privarlas de su derecho a expresarse como audiencias. (Art. 10 del Proyecto de Lineamientos)

**Recomendación 4.** Se sugiere establecer que el IFT consultará a las audiencias con discapacidad de donde preste servicios el concesionario solicitante de la exención, previamente a resolver si se otorga la exención a los concesionarios de proporcionar mecanismos para que las audiencias con discapacidad expresen sus reclamaciones y sugerencias.

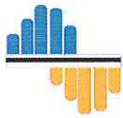
**Observación 5.** El Proyecto de Lineamientos refiere al derecho establecido en el artículo 258 fracción IV de la LFTR respecto a que las audiencias con discapacidad tienen derecho a acceder a guías electrónicas de programación en formatos accesibles. Sin embargo, agrega que dicho derecho de las audiencias con discapacidad lo deberán cumplir los concesionarios una vez que se establezca la normatividad por el IFT, lo cual es injustificado y regresivo en perjuicio de las audiencias con discapacidad. (Art. 11 del Proyecto de Lineamientos)

**Recomendación 5.** Se sugiere suprimir el texto “de conformidad con la normativa que emita el Instituto en la materia” para que la obligación de la LFTR -que debió haberse cumplido desde que entró en vigor ésta-, no se postergue más.

**Observación 6.** En el mundo contemporáneo los grupos corporativos pueden adoptar diferentes formas y tener estructuras complejas. La imparcialidad del defensor de la audiencia es fundamental, por lo cual es importante que el defensor no haya laborado ni haya prestado sus servicios profesionales al concesionario de radiodifusión, ni a sus empresas controladoras, subsidiarias o afiliadas. Si bien el Proyecto de Lineamientos refieren a un plazo de dos años previos al nombramiento, falta la precisión en cuanto los servicios profesionales e incluir también a las controladoras, subsidiarias o afiliadas. Asimismo, es importante que para asegurar la imparcialidad e independencia del defensor, éste no tenga los conflictos de interés listados en el artículo 26 del Proyecto de Lineamientos respecto de los socios o accionistas, así como tampoco respecto de los directivos y miembros del consejo de administración. (Art. 25 y 26 del Proyecto de Lineamientos)

**Recomendación 6.** Se sugiere incluir que el defensor no haya laborado, ni prestado sus servicios profesionales al concesionario de radiodifusión, ni a sus empresas controladoras, subsidiarias o afiliadas, en los dos años previos al nombramiento. Asimismo, se sugiere que para efectos de los conflictos de intereses, tampoco tengan esa relación con directivos y miembros del consejo de administración del concesionario, su empresa controladora, subsidiarias o afiliadas.

**Observación 7.** El Proyecto de Lineamientos excluye el que las audiencias puedan presentar una queja o reclamación respecto a publicidad radiodifundida, sin que exista una justificación para ello. Asimismo, el defensor de las audiencias debe tener facultad para actuar de oficio cuando advierta algún quebranto a los derechos de las audiencias. (Art. 35 del Proyecto de Lineamientos)



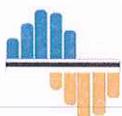
Este Consejo destaca que también que pueden darse casos en los cuales una publicidad radiodifundida detone la necesidad de actuar tanto del IFT como de la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor (Profeco). A manera de ejemplo, considérese un anuncio difundido en televisión o radio abierta en el cual se presente publicidad falsa o engañosa y al mismo tiempo en dicha publicidad se está presentando como información periodística o noticiosa. En este caso, la Profeco ciertamente tendrá facultades para combatir la publicidad falsa o engañosa, y el IFT por su parte tendrá facultades en cuanto a la violación al artículo 238 de la Ley. Por lo cual se sugiere que el IFT y Profeco puedan establecer la colaboración necesaria para que cada una, en su respectivo ámbito de competencia, puedan ejercer sus facultades en publicidad a través de radiodifusión.

**Recomendación 7.** (1) Se sugiere que se refiera expresamente a que las audiencias pueden presentar observaciones, quejas y demás, respecto de contenidos, programación y publicidad radiodifundida. Asimismo, se sugiere que se establezca expresamente que los defensores de las audiencias podrán actuar de oficio y emitir recomendaciones y propuestas de acción al concesionario de radiodifusión. (2) Se sugiere que el IFT y Profeco establezcan los mecanismos de colaboración con la finalidad de que cada una, en sus respectivos ámbitos de competencia, pueda ejercer sus facultades en publicidad radiodifundida.

**Observación 8.** El artículo 298 apartado B fracción IV de la LFTR establece que se sancionará con multa de entre el 1% y el 3% de los ingresos de los concesionarios o autorizados, por violaciones a disposiciones emitidas por el IFT. Asimismo, el artículo 15 fracción XXX faculta expresamente al Pleno del IFT para imponer sanciones por infracciones o incumplimientos a los lineamientos emitidos por el IFT. El Proyecto de Lineamientos es confuso en cuanto a qué artículo de la ley es la base para la imposición de sanciones. Por lo cual es importante que al expedir los Lineamientos se establezcan expresamente tanto el fundamento de las sanciones (artículo 298 apartado B fracción IV de la LFTR) como los supuestos normativos que generan sanciones por violación a los derechos de las audiencias conforme a los lineamientos. Esto dará certidumbre a concesionarios, audiencia y autoridades. (Artículo 68 del Proyecto de Lineamientos).

**Recomendación 8.** Se sugiere la siguiente redacción para dar certidumbre a las audiencias y concesionarios: "Con base en el artículo 298 apartado B fracción IV de la Ley, el Instituto sancionará las violaciones en materia de derechos de las audiencias reconocidos en estos Lineamientos, para lo cual podrá sancionar, en el ámbito de su competencia, las infracciones a lo dispuesto por estos Lineamientos con multa equivalente de 1% hasta 3% de los ingresos del concesionario por violación a cualesquiera de los derechos de las audiencias referidos en los artículos 5, 6, 7, 8, 9, 13 al 16, así como por cualquier infracción a los presentes Lineamientos que no tengan una sanción distinta expresamente establecida en la Ley."

**Observación 9.** El Proyecto de Lineamientos en cuanto a defensores de audiencias permitiría que una sola persona física fuera defensor de un número ilimitado de concesionarios y de estaciones de radiodifusión. Ello tendría como efecto reducir la eficacia y profundidad en la atención debida a las audiencias y la defensa de sus derechos, haciendo nugatoria la defensa de las audiencias. Se considera que las personas que sean designadas como defensor tengan vínculo con las audiencias de las estaciones de radio y televisión abierta de las que sean defensores de audiencia. Asimismo,



es importante que el defensor conozca no sólo el código de ética del (de los) concesionario(s), sino que también debe conocer la barra programática y la programación del (de los) canal(es) en los cuales funja como defensor de la audiencia.

**Recomendación 9.** Se sugiere exigir que las personas que sean designadas defensor de la audiencia: (1) tenga vínculo con las audiencias de las estaciones de radio y televisión abierta de las que sean defensores; (2) conozca el código de ética del (de los) concesionario(s); y (3) conozca la barra programática y la programación del (de los) canal(es) en los cuales funja como defensor de la audiencia.

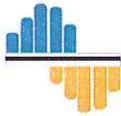
**Observación 10.** El Proyecto de Lineamientos propone agregar una "P" al inicio y al final de un programa, así como cuando reinicie después de corte. Al finalizar el programa se pondrían las marcas que hayan pagado espacios dentro de la programación. De acuerdo con el Proyecto de Lineamientos se pretende que la audiencia sepa que esa "P" refiere a que la televisora incluyó publicidad dentro de la programación; sin embargo, una "P" a la inmensa mayoría de las audiencias no les dirá cosa alguna, mucho menos sabrán que se trata de publicidad incorporada dentro del programa. Por lo cual se considera que la inclusión de la "P" y de las marcas al finalizar el programa son insuficientes para garantizar que las audiencias estén debidamente informadas. (Art. 13 del Proyecto de Lineamientos).

**Recomendación 10.** Se recomienda incluir una pleca de un tamaño que permita a la audiencia saber que se han comercializado espacios dentro del programa al inicio y final y cuando reinicie de corte programático. La pleca tendría un texto como "Los productos, servicios y marcas en este programa son publicidad" y deberá aparecer al menos 10 segundos para que los televidentes puedan leerlo. Se debe conservar el requisito de que al final se muestren los logotipos de marcas que hayan contratado espacios comercializados dentro de la programación.

**Observación 11.** El Proyecto de Lineamientos es confuso en cuanto a si la comercialización de espacios de publicidad dentro de la programación debiera o no contar contra el límite máximo de publicidad permitida a los Concesionarios. (Art. 2 frac. XVII, XXIII y XXIX en relación con el 5 frac. XV y 13 del Proyecto de Lineamientos)

**Recomendación 11.** Se recomienda dar certidumbre a las audiencias y concesionarios explicitando que los espacios comercializados dentro de los programas cuentan contra el límite máximo de publicidad.

**Observación 12.** El Proyecto de Lineamientos carece de referencia a la regulación aplicable al uso de figuras públicas y de testimoniales en la publicidad que se difunde en radio y televisión. En la experiencia comparada, se regula el uso de figuras públicas y de testimoniales en publicidad, toda vez que la ciudadanía da mayor credibilidad a los dichos y expresiones de figuras públicas o de personas que dicen haber utilizado tal o cual producto. El uso de figuras públicas se vuelve especialmente sensible cuando se trata de publicidad dirigida a infancias.



**Recomendación 12.** Se recomienda establecer las reglas a seguir –con base en las mejores prácticas internacionales- por el uso de figuras públicas o el uso de testimoniales en los mensajes comerciales y publicidad, considerando que las audiencias tienen derecho a no ser engañadas.

**Observación 13.** Para las audiencias es importante saber quiénes son los concesionarios y sus accionistas. Esta información la presentan anualmente los concesionarios conforme al artículo 112 de la LFTR, por lo cual se deberá transparentar la identidad del concesionario y la relación de sus accionistas en congruencia con el derecho a la información y por la necesidad de que las audiencias sepan la línea editorial del medio, en su caso.

**Recomendación 13.** Se haga pública la información a que se refiere el artículo 112 de la LFTR en respeto al derecho a la información de las audiencias.

**Observación 14.** México es el país que tiene el mayor índice de obesidad infantil. Una de las medidas que ha adoptado México en la Estrategia Nacional para la Prevención y el Control del Sobrepeso, la Obesidad y la Diabetes, es que en ciertos horarios no se difunda publicidad de alimentos que no cumplen con los criterios nutricionales, estableciendo excepciones a los horarios cuando se tratara por ejemplo de telenovelas. Dicha Estrategia fue adoptada previamente a que el IFT hiciera su estudio sobre audiencias infantiles en 2015 y se evidenciara que los niños en México ven más telenovelas, reality shows y dramatizaciones unitarias que caricaturas. Por todo lo anterior y considerando el principio de interés superior de la niñez, el IFT debe reflejar la regulación de publicidad correspondiente. (Art. 8 fracción III del Proyecto de Lineamientos)

**Recomendación 14.** Se recomienda incluir que la publicidad destinada a audiencias infantiles no deberá publicitar productos que incumplan con los criterios nutricionales, estableciendo para tales efectos los horarios de audiencia infantil de lunes a viernes de 14:30 a 19:30 horas y sábados y domingos de 7:00 a 19:30 horas.

**Observación 15.** El IFT en su estudio de 2015 sobre audiencias infantiles mostró que existen muy pocos contenidos dirigidos a audiencias infantiles y de dichos pocos contenidos, la mayoría era proveniente del extranjero (9 de 10 son extranjeros en televisoras comerciales y 7 de 10 en televisores gestionadas por entes públicos). Lo anterior conlleva a que la exigencia constitucional respecto a la promoción de la identidad nacional en radiodifusión esté vulnerada. La experiencia comparada de diversos países muestra que se han establecido como derechos de las audiencias infantiles y obligación de los concesionarios de televisión, incluir cierto mínimo de horas dedicadas a niños tanto en edad preescolar como escolar (p. ej., en Australia en promedio son 390 horas al año y en EUA son 3 horas semanales como mínimo). Asimismo, las mejores prácticas tienen un estándar de calidad en cuanto se refiere a programación dirigida a audiencias infantiles.

**Recomendación 15.** (1) Establecer un mínimo de horas por semana de programas dirigidos a niños menores de 6 años y un mínimo de horas por semana de programas dirigidos a niños menores de 12 años. (2) Establecer que los programas que se difundan para audiencias infantiles deben ser creados específicamente para ellas, proporcionando experiencias





relevantes y entretenidas, debiendo permitir que los niños amplíen la comprensión de su entorno y la diversidad cultural.

**Observación 16.** El Proyecto de Lineamientos refiere de manera genérica a la obligación del artículo 231 de la LFTR respecto a que los concesionarios deben incluir en su programación diaria información sobre acontecimientos políticos, sociales, culturales, deportivos y otros de interés general, nacional e internacionales. Sin embargo, omite desarrollar que esa obligación también es respecto a las audiencias infantiles que también gozan del derecho a la información en la Convención sobre los Derechos del Niño.

**Recomendación 16.** Incluir expresamente en el artículo 8 fracción II de los Lineamientos que los concesionarios deben incluir ese tipo de información en su programación diaria para sus audiencias infantiles.

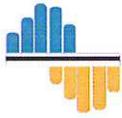
**Observación 17.** La experiencia comparada de países como Alemania, Bélgica, Francia, Reino Unido y Suiza, entre otros, es realizar encuestas de satisfacción como un instrumento para evaluar la calidad de los contenidos audiovisuales.

**Recomendación 17.** Con base en la definición de calidad propuesta en la Observación 1, se propone que el IFT lleve a cabo anualmente encuestas para evaluar la calidad de los contenidos de los canales de programación radiodifundidos. Dichas encuestas deberán realizarse a través de instituciones académicas y organizaciones de la sociedad civil especialistas en medios que carezcan de conflicto de interés con los sujetos obligados.

**Observación 18:** Los artículos 49 y 51 del Proyecto de Lineamientos establecen que el Instituto, los concesionarios de radiodifusión abierta, restringida y los programadores deberán de llevar a cabo medidas de alfabetización mediática de las audiencias, así como que el IFT revisará las campañas de los sujetos obligados para determinar si es suficiente y adecuada. El diseño e implementación de esta política de alfabetización mediática debe de estar en manos de instancias del Estado mexicano para cumplir con su obligación de promover y proteger los derechos humanos, y no dejar que sean los sujetos obligados quienes pueden tener interpretaciones menos favorables a las audiencias que terceros no relacionados.

**Recomendación 18.** Se propone que (1) la obligación de los concesionarios sea de transmitir y realizar las campañas y acciones para la alfabetización mediática que el IFT determine; (2) el IFT deba consultar con instituciones de educación superior, organizaciones de la sociedad civil y expertos en alfabetización mediática que carezcan de conflictos de interés con los concesionarios, para la elaboración del programa anual de alfabetización mediática; y (3) el IFT solicite tiempos de Estado para que a través de éstos puedan también difundir los derechos de las audiencias y los mecanismos para su protección y defensa.

**Observación 19.** El Proyecto de Lineamientos omite la referencia a las audiencias de pueblos y comunidades indígenas. Los pueblos y comunidades indígenas tienen derechos específicos en materia de comunicación, así como tienen derecho a acceder a medios no indígenas sin



discriminación. Los pueblos y comunidades indígenas tienen derecho a recibir una programación que refleje la pluralidad a la que pertenecen, a recibir contenidos audiovisuales en sus lenguas y a poder difundir sus contenidos audiovisuales en medios de comunicación. Importante también es el reconocimiento de que las radiodifusoras indígenas pueden conforme a sus usos y costumbres decidir si la figura de defensor es mejor desempeñada por un comité o por la propia asamblea de la radiodifusora de que se trate.

**Recomendación 19.** Se recomienda al IFT que (1) se reconozca el derecho de pueblos y comunidades indígenas a que se difundan programas por parte de los concesionarios de radiodifusión en las lenguas indígenas de la zona de cobertura geográfica de la estación de que se trate; (2) se promueva que los concesionarios de radiodifusión y de televisión restringida incluyan dentro de su programación, contenidos audiovisuales que sean relevantes a pueblos y comunidades indígenas; y (3) se permita que los concesionarios de estaciones de radiodifusión de pueblos y comunidades indígenas puedan determinar la mejor forma para que se ejerza la defensoría de la audiencia a través de una persona, un comité o la asamblea con base en sus propios sistemas normativos.

#### Fuentes de información

Álvarez, Clara Luz, *Derecho de los usuarios de telecomunicaciones*, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 2015 (<http://bit.ly/1LnW06q>).

Argentina, Defensoría del Público de Servicios de Contenidos Audiovisuales, [www.defensadelpublico.gob.ar](http://www.defensadelpublico.gob.ar).

Argentina, *Ley 26.522 Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina*.

Australia, Children's Television Standards 2009 (as amended on 2014) made under subsection 122(1) of the Broadcasting Services Act 1992.

Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, *Regulatory Policy Diversity of Voices*, Ottawa, 2008 (<http://bit.ly/1PCQDiq>).

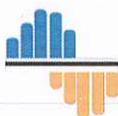
Chile, *Estándares de Calidad en TV Infantil*, Consejo Nacional de Televisión, 2014 (<http://bit.ly/1J4AT5l>).

Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión 2009.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Convención Interamericana de los Derechos Humanos.

Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.



Convención sobre los Derechos del Niño.

Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas.

Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicado en el Diario Oficial de la Federación de 11 de junio de 2013.

España, Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicadispociones desegún fue modificada el 1 de mayo de 2015).

Federal Communication Commission, *Children's Educational Television*, 2014 (<http://fcc.us/1K9Q5QI>).

Huerta, Erick, *Bases para el Desarrollo Regulatorio de la Comunicación Indígena en México 2015*, Redes por la Diversidad, Equidad y Sustentabilidad, México, 2015, (<http://bit.ly/1Kz1iWY>).

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas.

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Sartori, Danielle, "Mesurer la qualité des programmes audiovisuels: quel role pour le régulateur?", *La revue européenne des médias et du numérique*, Institut de recherche et d'études sur la communication (IREC), N°26-27 Printemps – été, 2013, (<http://la-rem.eu/2013/03/21/mesurer-la-qualite-des-programmes-audiovisuels-quel-role-pour-le-regulateur/>).

Suprema Corte de Justicia de la Nación e Instituto Federal de Telecomunicaciones, *Ponencias y videos del Seminario sobre Derechos de las Audiencias*, 2014 (<http://bit.ly/1JuuFz1>).

Tron Petite, Jean Claude, et al., *Derechos de las audiencias*, <http://bit.ly/1hTW3cq>.

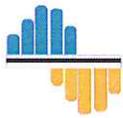
Unión Europea, *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de Regiones sobre Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital*, COM(2007) 833 final, 20 de diciembre de 2007.

----- *Council conclusions on media literacy in the digital environment*, Consejo de Europa, 2978th Education, Youth and Culture Council Meeting, Bruselas, 27 de noviembre de 2009.

----- *Recommendation of the Commission of the European Communities on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society*, C(2009) 6464 final, 20 de agosto de 2009.

UNICEF, Defensoría del Pueblo (Argentina) y AFSCA, *Por una comunicación democrática de la niñez y la adolescencia*, 2013, <http://bit.ly/1JioCMB>.

Unión Internacional de Telecomunicaciones, *ICT Accessibility Policy Report*, 2014, <http://bit.ly/1p1tXIF>.



Consejo Consultivo  
INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES

Villanueva, Ernesto, *Ética de la radio y televisión*, Unesco y Universidad Iberoamericana, México, 2000.

----- *La defensoría de la audiencia*, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM y Radio Educación, México, 2012.

**Dr. Ernesto M. Flores-Roux**  
Presidente

**Lic. Juan José Crispín Borbolla**  
Secretario del Consejo

La presente Recomendación fue aprobada por mayoría de votos de los siguientes integrantes del Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones: Clara Luz Álvarez González de Castilla, Irma Ávila Pietrasanta, Carlos Arturo Bello Hernández, Aleida Calleja Gutiérrez, Ernesto M. Flores-Roux, Gerardo Francisco González Abarca, Santiago Gutiérrez Fernández, Erick Huerta Velázquez, Salma Leticia Jalife Villalón, Elisa V. Mariscal Medina, Luis Miguel Martínez Cervantes y Carlos Alejandro Merchán Escalante, en términos del artículo 17 último párrafo de las Reglas de Operación del Consejo Consultivo, el 7 de septiembre de 2015 mediante Acuerdo CC/IFT/VotaciónElectrónica/3.

Los Consejeros Ernesto M. Flores-Roux, Gerardo Francisco González Abarca y Santiago Gutiérrez Fernández, manifestaron respecto de la Recomendación 1 estar en contra de estipular que la calidad, definida como "respeto a la dignidad de las personas, el pluralismo, diversidad de contenidos y relevancia para la sociedad", no puede ser una característica "respecto a un canal de programación" sino a la programación completa a la que tiene acceso una comunidad. En caso de que dicha programación no cumpla con los criterios de calidad, el IFT podrá imponer medidas específicas para solventar la falta de calidad en una comunidad dada.

La Consejera Irene Levy Mustri manifestó su voto en contra de que se emita la presente recomendación al Instituto, debido a que parte de su contenido ya ha sido publicado con anterioridad durante el proceso de consulta pública que al respecto se sigue en el portal del IFT. Por lo anterior y por lo que hace a las recomendaciones números 17 y 19, su voto es a favor, señalando que esto no prejuzga sobre sus consideraciones de fondo en cada una de las otras recomendaciones.

La Consejera Clara Luz Álvarez González de Castilla fue la Coordinadora del Grupo de Trabajo que desarrolló el proyecto de Recomendación y que fue integrado por los Consejeros Irma Ávila Pietrasanta, Aleida Calleja Gutiérrez, Erick Huerta Velázquez, Luis Miguel Martínez Cervantes y Carlos Alejandro Merchán Escalante.