



Las defensorías de las audiencias en Latinoamérica

• Adriana Solórzano Fuentes

En México, los derechos de las audiencias fueron reconocidos constitucionalmente en 2013 y reglamentados en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014; mientras en Colombia, las defensorías de las audiencias ya cumplieron dos décadas. Lamentablemente, en América Latina lo usual no es el caso colombiano, en comparación con otros países de la región nuestra protección tardía de los derechos de las audiencias es la norma. Es más, varias naciones se rigen aún por leyes de medios que datan de los años 50 o 60 del siglo pasado.

Actualmente, los derechos de las audiencias están protegidos por ley sólo en seis naciones latinoamericanas.

El modelo en cada una de ellas tiene sus particularidades y, a propósito del Tercer Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias, celebrado en México el 7 y 8 de noviembre, convocado por la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las Audiencias y coordinado por la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, presentamos en el siguiente texto un panorama general del estatus que guardan los derechos de las audiencias en ese grupo de países.

Argentina

El 10 de octubre de 2009 se promulgó en Argentina la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 que en sus artículos 19 y 20 estableció la

creación de la Defensoría del Público. La ley, considerada de avanzada por académicos y activistas, creó una figura nacional para defender los derechos de las audiencias, con atribuciones de diálogo y sin capacidad sancionatoria. En Argentina, esta defensoría tiene autonomía de gestión e independencia con respecto del Poder Ejecutivo (rinde cuentas al Congreso).

Si bien, como ya se señaló, la ley de medios argentina data de 2009, no fue sino hasta el 2012 cuando, tras un proceso de consulta abierto a la participación ciudadana, la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual dio posesión a la primera titular de la Defensoría del Público, Cynthia Ottaviano.

Los resultados de la gestión del primer equipo de trabajo de la Defensoría del Público son alentadores: 20 audiencias públicas, 50 mil ejemplares de la ley de medios repartidos (incluye copias en braille y en lenguas originarias); 5 mil 185 estudiantes escuchados a través del programa *La Defensoría va a la escuela*. Cuatrocientas horas de taller mediante el plan *La Defensorías va al barrio*. Se publicaron ocho guías para periodistas con directrices éticas para diferentes tipos de cobertura. Crearon una Defensoría Móvil que se traslada a todas las provincias de Argentina. Generaron un programa de acompañamiento para proyectos de comunicación indígena y comunitaria.

Actualmente, los derechos de las audiencias están protegidos por ley sólo en seis naciones latinoamericanas.

Además, Cynthia Ottaviano fue artífice y promotora del trabajo articulado regional mediante la Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de las Audiencias (OID) creada en 2014.

Finalmente, es relevante señalar que la Defensoría fue reconocida por la Organización de Estados Americanos con el *Premio Interamericano a la Innovación para la Gestión Pública Efectiva*.

A pesar de los buenos resultados y del cúmulo de casos satisfactoriamente resueltos, el panorama para la Defensoría del Público se ve ensombrecido por la coyuntura política. El presidente Macri, días después de llegar a la Presidencia de Argentina, a fines de 2015, expidió decretos de necesidad y urgencia para modificar la Ley Audiovisual y eliminar, tanto a la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) como a la Autoridad Federal de Tecnologías de la Comunicación (AFTIC). En este

clima de incertidumbre, el pasado 14 de noviembre se cumplió el mandato de cuatro años de Cynthia Ottaviano y, aunque es posible la reelección por un periodo más, el Congreso aún no emite convocatoria alguna para garantizar la continuidad del trabajo en la Defensoría.

Organizaciones sociales argentinas y extranjeras, sindicatos, coaliciones, personalidades, se pronuncian por la reelección de Cynthia Ottaviano, pero el Congreso no se pronuncia ni hay noticias claras sobre el destino de la Defensoría.

Brasil

En Brasil, la *Ouvidoria* es la figura que defiende los derechos de las audiencias. La obligación de contar con ésta sólo es para los medios públicos de carácter federal, como lo es la *Empresa Brasil de Comunicación (EBC)*, la cual fue creada en 2008 con el objetivo de que se constituyera en el sistema público de radiodifusión brasileño.

En estos años, la *EBC* se fortaleció poco a poco. La *Ouvidoria* y un Consejo Curador (integrado mayormente por ciudadanos) se cuentan entre los elementos que pretenden alejarse de la comunicación gubernamental típica de los organismos que dependen presupuestal y jerárquicamente del Ejecutivo.

EBC está vinculada con la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia de la República, lo que compromete seriamente su independencia editorial, a grado tal que el presidente Michel Temer destituyó al director de *EBC*, Ricardo Melo, como una de sus primeras acciones de gobierno, sin preocuparse siquiera por saber si tenía atribuciones para ello. Al ser el Consejo Curador el único facultado para un acto así, la Suprema Corte de Brasil ordenó la reinstalación de su director legítimo; no obstante, en los escasos 15 días que el sustituto estuvo al mando se tomaron decisiones arbitrarias que incluyeron despidos,

cambios en la programación, editorialización de las coberturas. Esto no hizo más que mostrar la fragilidad del organismo público y la necesidad de fortalecer su independencia, así como garantizar los derechos de las audiencias.

Días aciagos siguen al acecho del sistema público de Brasil ante las amenazas de Temer, quien declaró que habrá cambios en la ley para adelgazar la estructura de la *EBC*. Todo esto en un país donde la alta concentración en la propiedad de los medios y el predominio de grandes conglomerados no dejan lugar a la pluralidad.

Colombia

La Ley 335 de 1996 estableció en su artículo 11 la obligatoriedad para todos los canales de televisión comerciales de contar con un defensor del televidente que el mismo concesionario puede elegir. En 2006 la obligación se extendió a los operadores públicos de televisión abierta con cobertura nacional o regional.

En Colombia, los defensores deben contar con un espacio semanal al aire de 30 minutos, el cual debe ser promocionado en un horario de alta audiencia.

Sin duda, Colombia es el único país de América Latina donde están consolidadas las defensorías de las audiencias; no obstante, aún existen áreas de oportunidad para fortalecer, sobre todo, la independencia de actuación. Hoy en día los defensores son designados por el propio concesionario y pueden durar indefinidamente en el cargo.

Ecuador

En 2013 se promulgó la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador. En su artículo 73 señala que los medios de comunicación de alcance nacional deben contar con un defensor designado mediante concurso público organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.



Adriana Solórzano, Gabriel Contreras, Perla Gómez y Gerardo Albarrán.

A poco más de tres años de promulgada la ley, las audiencias siguen sin ejercer a cabalidad sus derechos. Se dieron avances en la reglamentación, al generarse instrumentos jurídicos como los reglamentos de Defensores de Audiencias y para su designación, pero seguirán como letra muerta mientras las audiencias continúen sin su derecho a contar con una defensoría.

Si bien el modelo es loable, resulta decepcionante el lento avance en su implantación. La razón pública que se da desde el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) sobre este retraso es que no se puede llegar a un acuerdo sobre la remuneración que deben recibir los defensores y si ésta debe ser igual o diferenciada, según el tamaño y las posibilidades financieras del medio.

México

Los derechos de las audiencias son reconocidos a partir de la reforma constitucional al artículo sexto, en 2013.

Un año después, en julio de 2014, los derechos de las audiencias fueron reglamentados en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y el principal mecanismo para su protección es la defensoría de las audiencias, figura obligatoria para la radio y la televisión abierta.

A dos años de promulgada la ley, las defensorías de las audiencias aún son una excepción. Éstas existen en *Canal 22, Canal 11, IMER, Radio Edu-*

cación, Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, Radio Anáhuac, Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión, Instituto Morelense de Radio y Televisión, Ibero 90.9, Canal del Congreso y Radio Universidad Autónoma de Querétaro, además de que la Cámara de la Industria

de la Radio y la Televisión estableció una defensoría a la que sus agremiados pueden adherirse. En todos los casos no hay registro oficial ante el órgano regulador porque éste, es decir el Instituto Federal de Telecomunicaciones, aún no publica los lineamientos que deberán regular a las defensorías y asegurar la protección de los derechos de las audiencias. Mientras estos lineamientos no se publiquen, los derechos de las audiencias continúan en el limbo y los medios de comunicación aplazarán más el cumplimiento de la obligación de poner a disposición de sus audiencias una defensoría.

América Latina comparte, en materia de medios de comunicación, un panorama altamente concentrado y el predominio de la radiodifusión comercial que, al enarbolar falazmente la bandera de la libertad de expresión, exige regulación mínima.

Uruguay

En diciembre de 2014 se aprobó en Uruguay la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En ésta se estableció que la Institución Nacional de Derechos Humanos debe designar un defensor de los derechos de las audiencias uruguayas, así como un relator de los servicios de comunicación audiovisual.

A dos años de promulgada la ley, la implantación es nula debido a que el presidente Tabaré Vázquez declaró que, en tanto la Suprema Corte no desahogue el torrente de recursos de inconstitucionalidad (la mayoría interpuestos por empresarios de medios de comunicación), no se procederá a la reglamentación.

Conclusiones

América Latina comparte, en materia de medios de comunicación, un panorama altamente concentrado y el predominio de la radiodifusión comercial que, al enarbolar falazmente la bandera de la libertad de expresión, exige regulación mínima. Las nuevas leyes en material de medios promulgadas en la región dan un sano viraje hacia la conceptualización de la comunicación como un servicio público. Lamentablemente, la implantación de tales leyes se ve obstaculizada ya sea por una judicialización extrema por los recursos de inconstitucionalidad que la industria de la radio y la televisión interpone, o por falta de voluntad política para que se cumpla la Ley.

Los derechos de las audiencias están vinculados a las garantías individuales y en esta medida decimos que no se crean, en realidad se reconocen; pero este reconocimiento es una mera aspiración si las defensorías de las audiencias no se fortalecen como mecanismo para su ejercicio. Lamentablemente vemos que en América Latina se repite la misma situación: leyes que no se implantan y que corren el riesgo de ser abrogadas antes de ser probadas en la realidad. Tal parece que la batalla ya no sólo debe darse en los congresos; las leyes no son el techo, sino el piso; la verdadera batalla está en su establecimiento y real ejercicio. 🍷