

# **Propuesta metodológica para indagar los derechos de las audiencias de medios de comunicación en México.**

Walys Becerril Martínez<sup>1</sup>

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

UNAM

## **Resumen.**

En este trabajo se presenta la estrategia teórica metodológica con la cual se pretende llevar a cabo una investigación en la que se aborden los derechos de las audiencias de México. Dicha investigación tiene como sustento teórico el derecho humano a comunicar y su principal objetivo es visibilizar las opiniones de los propios sujetos. La propuesta se enfoca en un estudio con diversos grupos que nos permitan acercarnos a los ejes fundamentales que ellos identifican como sus derechos.

Palabras clave: audiencias, derecho humano a comunicar, derechos de las audiencias.

## **Introducción.**

Una de las perspectivas más importantes para el fortalecimiento de la ciudadanía es sin duda la de los derechos humanos. Ellos nos permiten construir espacios sociales dignos en los que podamos convivir sin importar nuestras diferencias. Sin

---

<sup>1</sup> Lic. en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Ha colaborado en proyectos de investigación con la Dra. Aimée Vega Montiel y con el Dr. André Dorcé Ramos. Fue becaria del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades y asistente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Actualmente es estudiante de la Maestría en comunicación del Programa de Posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

embargo, en el caso de México, el tema de los derechos humanos no ha sido abordado en los ámbitos de gobierno con la debida atención, por lo que existen grandes problemas en esta materia.

En este sentido, es importante continuar aportando herramientas que nos ayuden a construir un país en el que se respeten los derechos de todos. Por ello, es pertinente desde el terreno de la comunicación hacer un esfuerzo por abordar dicha problemática y no sólo desde una perspectiva conceptual, sino también desde la visión de los propios sujetos a los que afecta.

Uno de los ámbitos desde los cuales la comunicación puede contribuir en materia de derechos humanos es a través del análisis del derecho fundamental que tenemos para poder convivir en el día a día: el derecho humano a comunicar. Desde mi perspectiva, este derecho toca varios ámbitos de la comunicación y es justamente un conjunto de ellos el que motiva a este trabajo: los derechos que los sujetos tiene como audiencias de medios de comunicación.

En el caso de México, no existen derechos reconocidos a los ciudadanos que les aseguren la comunicación a través de los medios. Por el contrario la concentración de éstos en unas cuantas manos limita que los ciudadanos puedan usarlos.

Ante este panorama, decidimos llevar a cabo un estudio de caso con sectores de la población del Distrito Federal que nos permita indagar la perspectiva que ellos

tienen sobre el tema. El objetivo de la investigación es visibilizar las propuestas de los propios ciudadanos.

Para llevar a cabo esta investigación hemos planteado una estrategia metodológica, que tiene dos ejes teóricos: el de los derechos humanos, particularmente en el derecho humano a comunicar; y el de las audiencias vistas desde la perspectiva de los estudios culturales y el análisis crítico de las audiencias.

### **El derecho humano a comunicar**

La primera vez que se habla de un derecho humano a comunicar es en 1969, cuando Jean d'Arcy, director de los servicios radiales y visuales de la Oficina de Información Pública de las Naciones Unidas, escribió:

*“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 Manual para la evaluación de los derechos a la comunicación, 2005:17).*

Desde este momento Jean D'Arcy vislumbraba que el desarrollo tecnológico cambiaría la manera en que las personas se comunican, y que de la forma en que el mundo conciliara el uso de dichas tecnologías determinaría el acceso a éstas.

Otra obra importante que destaca a la comunicación como un derecho fundamental, es el Informe Mc Bride de 1980. En éste se plantea, después de una investigación internacional en la que aportaron diversas personalidades, una propuesta muy amplia y clara de lo que debería ser el derecho humano a comunicar.

*“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” (1993:150).*

Como observamos, la comunicación es un proceso que toca muchos ámbitos de la vida de los seres humanos, por lo que no podemos decir que el derecho humano a comunicar se restrinja al uso de los medios de comunicación. Sin embargo, sí podemos afirmar que ante los cambios que los desarrollos tecnológicos traen es

que comienza a plantearse la necesidad de reconocer un derecho humano a comunicar.

Por esta razón, es que considero que los derechos que los sujetos deben tener como audiencias de medios de comunicación son sólo un ámbito del derecho humano a comunicar.

Para acercarnos a una definición concreta de lo que implica el derecho humano a comunicar retomamos la propuesta de Cees J. Hamelink, quien menciona que *“La esencia de este derecho estaría basada sobre 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: 121).

Es justamente bajo esta perspectiva, que esta investigación encuentra un sustento claro sobre la importancia que tiene la comunicación para el desarrollo de las sociedades. Entender a la comunicación como un proceso social y como el núcleo que permite el desarrollo democrático es justamente una de los principios que motiva a este trabajo.

## **Cómo vemos a las audiencias.**

Una de las posiciones desde las que partimos para definir a las audiencias, es que éstas son sujetos activos en los procesos de comunicación que establecen con los medios, es decir, que no son meros receptores de mensajes.

Desde nuestro punto de vista, las audiencias de medios son mucho más que rating, son sujetos “*miembros de una familia, una comunidad, un barrio, una cultura, trabajadores, hombres y mujeres, jóvenes o viejos, sujetos políticos, individuos, etcétera*” (Orozco en Cervantes y Sánchez, 1994:183) en los que habita un mundo complejo.

En este mismo sentido, cuando nos referimos a las audiencias de medios lo hacemos a partir de la noción de que las audiencias se encuentran conformadas por sujetos conscientes de la actividad que llevan a cabo al interactuar con los medios y que pueden responder con argumentos a los mensajes que estos les ofrecen (Morley, 1996). Es decir, entendemos a las audiencias no como individuos manipulables, sino como sujetos con contextos que les permiten llevar a cabo interacciones particulares y emitir sus propios juicios.

Otro aspecto que nos importa destacar acerca de las audiencias es que reconocemos en ellas la capacidad de identificar los factores que determinan su interacción con los medios, y por tanto de decidir con qué medios y cómo se relacionan con ellos. Sin embargo, no dejamos de considerar que los aspectos

externos que rodean a los sujetos influyen en las relaciones que existen entre audiencias y medios.

Una de las cuestiones que también nos interesa resaltar, es el hecho de que no podemos hablar de una sola audiencia, sino de una gran diversidad de ellas, ya que no todos tenemos las mismas características y además existen diferentes factores que influyen en los procesos de interacción que tenemos con los medios (Orozco, 1996).

Por otro lado, a pesar de las diferencias que hay entre los miembros de una audiencia reconocemos que existe una *lectura preferencial* sobre los mensajes que envían los medios de comunicación, ya que los sujetos compartimos códigos culturales que determinan la interacción e interpretación que hacemos de los mensajes (Morley, 1996).

Con estas perspectivas, podemos decir que reconocemos a las audiencias de medios de comunicación como sujetos que: deciden abiertamente con qué medios, programas, textos y productos se relacionan y cómo lo hacen; identifican los factores que influyen en sus procesos de interacción con los medios; ubican perfectamente los contextos (económicos, políticos, tecnológicos) en los que se desarrollan los medios de comunicación y cómo afecta esto a sus formas de interacción con ellos; y que son capaces de participar en los procesos de reflexión y formulación de las bases que determinen una nueva forma de convivencia con los medios de comunicación (Becerril, 2007).

## **Los derechos de las audiencias**

Uno de los trabajos que nos permite partir para esta investigación, es la propuesta que Vega y Orozco (2010) hicieron sobre este tema, en la cual se plantea de manera general: el desarrollo de un sistema público que garantice y promueva la participación; marcos regulatorios que garanticen sistemas de comunicación equitativos; organismo reguladores democráticos, órganos sociales de usuarios de medios; la participación del Estado estableciendo reglas mínimas; y la participación de la sociedad a través de Observatorios y estrategias de monitoreo y vigilancia de los medios (en Esteinou y Alva de la Selva, 2010).

En lo particular Vega y Orozco sugieren: propuestas con contenido de calidad; representación de la diversidad social y visibilización de las “minorías”; redes de productores audiovisuales públicos e independientes; una oferta programática plural; amplitud en la agenda de discusión pública en los medios; educación para los medios; integrar lo educativo y lo cultural con lo lúdico; que a través de las tecnologías se potencialicen las identidades culturales; la alfabetización múltiple para leer, visionar, navegar con los nuevos lenguajes; la promoción del desarrollo de habilidades para una lectura-televidencia-escucha-navegación crítica; evaluación de la calidad televisiva; circulación de producciones internacionales, latinoamericanas y nacionales (en Esteinou y Alva de la Selva, 2010).

Desde esta perspectiva, podemos decir que los derechos de las audiencias de medios de comunicación son todos aquéllos que promuevan el respeto a la



dignidad y pluralidad de audiencias y que aseguren el acceso a los medios en todos los sentidos, desde la adquisición y aprendizaje de la tecnología y sus códigos, hasta la participación en los medios como receptores y productores de contenidos.

Para hacer una construcción más específica hemos identificado una serie de derechos, algunos de ellos ya reconocidos, y otros que tienen su referente en diversos instrumentos de los derechos humanos. De este modo ubicamos los siguientes derechos:

- Libertad de expresión
- Derecho a la información
- Derecho de réplica
- Acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación
- Acceso a los medios como productores de mensajes y contenidos
- Interacción con los medios de comunicación
- Educación para los medios
- Promoción de la diversidad cultural
- Reconocimiento de la diversidad de audiencias
- Contenidos de calidad
- Derechos de autor
- Vigilancia y evaluación continua a los medios de comunicación

- Participación en los procesos de toma de decisiones de las políticas en comunicación
- Protección y confidencialidad de la comunicación

Como vemos los derechos que tienen que ver con las audiencias son diversos y amplios, por lo que justo a través de la investigación que desarrollaré pretendo acercarme a la construcción que los propios sujetos hagan de éstos y de otros que ellos identifiquen.

### **Modelo teórico-metodológico para el análisis.**

Debido a la complejidad que representa la investigación que nos proponemos llevar a cabo, hemos planteado tres dimensiones de análisis. La primera de ellas se enfoca en definir teóricamente el derecho humano a comunicar y cómo éste contribuye al reconocimiento de los derechos de las audiencias. En la segunda se desarrolla el contexto al que se enfrenta nuestro problema. Finalmente la tercera se enfoca en conocer las opiniones de las audiencias.

La primera fase de esta investigación se enfoca en el derecho humano a comunicar, ya que éste aun continúa siendo un concepto en debate y construcción. Por esta razón, nos proponemos hacer uso del método Delphi, el cual implica una discusión de expertos con la intención de poner de manifiesto las convergencias de opiniones y deducir eventuales consensos (Seminario de Laboratorio, 28 de abril de 2010).

El objetivo que perseguimos con esta fase es contribuir a definir más detalladamente el derecho humano a comunicar y sus implicaciones.

La segunda dimensión se lleva a cabo desde las técnicas documentales, ya que sólo pretende contextualizar el fenómeno.

Con respecto a la tercera, debemos hacer algunas precisiones. Tal como lo hemos mencionado, reconocemos que las audiencias son complejas y que no podemos encasillarlas. Por ello, a través de esta investigación no podremos agotar todas las opiniones e intereses que existan, pero sí pretendemos tener un primer acercamiento a puntos de vista diversos.

Por esta razón, proponemos llevar a cabo la investigación con cinco grupos de diferentes edades. De modo que planteamos acercarnos a las opiniones de: adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores.

Para ello, nos apoyaremos en la técnica de los grupos de discusión, ya que ésta nos permite captar y analizar los discursos ideológicos y las representaciones simbólicas que se asocian a cualquier fenómeno social (Alonso, 2003). Por lo que consideramos que dicha técnica es la ideal para conocer los puntos de vista de los sujetos que investigamos. A pesar de ello, no descartamos la posibilidad de entablar entrevistas personales para afinar los puntos de vista de los participantes.

Sería importante incluir la opinión de los niños, ya que es un sector olvidado muchas veces. Sin embargo, su abordaje requiere de una estrategia de investigación particular, por lo que en este momento no se llevará a cabo un acercamiento a dichas audiencias.

De este modo, a partir de los ejes teóricos que rigen esta investigación y los objetivos que persigue, hemos formulado el siguiente modelo teórico metodológico.

<b>Modelo teórico metodológico</b>			
<b>Dimensiones</b>	<b>Escalas</b>	<b>Categorías</b>	<b>Técnicas</b>
Teórica-conceptual	Derechos humanos	Derechos humanos Derecho humano a comunicar Derechos de la comunicación Derechos de las audiencias	Documentales  Método Delphi
	Audiencias	Individual	Documentales
Social-legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nacional</li> </ul>	Instrumentos legales Sistema de propiedad de medios de comunicación Organizaciones de la Sociedad Civil	Documentales
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Internacional</li> </ul>	Tratados internacionales Instrumentos legales de otros países. Movimientos de la sociedad civil	Documentales
Audiencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>Derechos particulares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Libertad de expresión</li> <li>Derecho a la información</li> <li>Derecho de réplica</li> <li>Acceso a las TICs</li> <li>Educación para los medios</li> <li>Interacción con</li> </ul>	Grupos de discusión Entrevistas

Modelo teórico metodológico			
Dimensiones	Escalas	Categorías	Técnicas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Derechos como comunidad</li> <li>Obligaciones de los medios de comunicación</li> </ul>	medios de comunicación <ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso a los medios como productores de mensajes y contenidos</li> <li>Vigilancia y evaluación continua de los medios</li> <li>Participación en los procesos de toma de decisiones sobre políticas públicas en materia de medios</li> <li>Redes de productores independientes</li> <li>Contenidos de calidad</li> <li>Diversidad de contenidos</li> <li>Reconocimiento de la diversidad de audiencias</li> <li>Promoción de la diversidad cultural</li> <li>Protección y confidencialidad de la comunicación</li> </ul>	

Como podemos observar, el cuadro nos da un panorama claro de la manera en que pretendemos llevar a cabo esta investigación. No obstante, habrá que definir detalladamente los instrumentos con los que nos enfrentaremos a cada grupo, ya que el éxito de la investigación, dependerá en buena medida de la forma en que nos acerquemos a nuestros sujetos de investigación.

## **Fuentes**

Alonso, Luis E. (2003). La mirada cualitativa en sociología. Una aproximación interpretativa, Editorial Fundamentos, España.

Becerril, W (2008). Los reality shows en México, Tesis de licenciatura en Ciencias de la comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, Distrito Federal, México.

Orozco (1994) "La autonomía relativa de la audiencia" en Cervantes Barba, C. y Sánchez Ruíz E. Investigar la comunicación. Propuestas Iberoamericanas, México, (p.p. 183-1995). México, Universidad de Guadalajara, CEIC/Asociación Latinoamericana de la Investigación de la Comunicación.

Vega y Orozco (2010) "Las audiencias y su derecho fundamental a la comunicación. Los contenidos y formatos audiovisuales, ejes claves en la democratización del sistema comunicativo". En Esteinou y Alva de la Selva, La ley televisa y la lucha por el poder en México, (p.p. 519-532), México, UAM.

Hamelink, C.J. (2003b). "Human Rights for the Information Society", en Sean O'siochru y Bruce Girard, Communicating in on Information Society, (p.p.121-163) Geneva, UNRISD.

Mac Bridge, S. et al (1993). Un solo mundo, Voces múltiples., México, FCE, 3ª reimpresión.

Morley, D. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires, Amorrortu editores.

Orozco, G. (1996). Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Madrid, Ediciones de la Torre/ Universidad Iberoamericana.

O'Siochru Sean (Coordinador) (2005). Manual para la evaluación de los derechos a la comunicación, CRIS.