

Ética, política y derechos de las audiencias en México. Cómo olvidar a Foucault

Ethics, politics and the rights of audiences in Mexico. How to forget Foucault

Rogelio del Prado Flores
Universidad Anáhuac
México

ORCID: 0000-0002-2181-272

Rebeca Illiana Arévalo Martínez
Universidad Anáhuac
México

ORCID: 0000-0003-1163-6752

Resumen

En este ensayo se reflexiona de manera deconstructiva sobre los principios de actuación de los medios de comunicación masiva con el fin destacar las paradojas que conforman el ser y la actuación de las industrias culturales. La deconstrucción es un gesto político que responde a la deuda con la justicia heterónoma. De esta forma se propone un nuevo cosmopolitismo por venir, que parta de la cultura ilustrada y el derecho internacional; que tenga como metas vigilar el respeto a los derechos de las audiencias y que, al mismo tiempo, custodie el respeto a las libertades humanas, y también atienda el cuidado a las culturas de los pueblos, sus costumbres y valores.

Abstract

This essay reflects deconstructively on the principles of action of the mass media in order to highlight the paradoxes that define the nature and performance of cultural industries. Deconstruction is a political gesture that responds to the debt with heteronomous justice. Thus, a new cosmopolitanism is promoted, based on enlightened culture and international law, whose purpose is to monitor respect for the rights of audiences, and that while guarding respect for human freedoms, also engages in the care of peoples' cultures, customs and values.

Palabras clave

Deconstrucción, derechos, audiencias, televisión, democracia.

Keywords

Deconstruction, rights, audiences, television, democracy.

Fecha de recepción: enero 2021

Fecha de aceptación: abril 2021

Introducción

Aquí se articula un conjunto de reflexiones que vinculan el derecho de las audiencias dentro de un contexto histórico caracterizado por el predominio moderno del control y la vigilancia que establecen las llamadas industrias culturales, con el propósito de establecer algunos puntos de inflexión hacia un cosmopolitismo ético-político.

¿Qué caracteriza nuestro tiempo? Esta cuestión se retoma de la conferencia que Michel Foucault dictó en 1983 con respecto de Kant y la Ilustración. En aquel entonces, aún era pertinente cuestionarse sobre la particular herencia kantiana, para atender la necesidad de una arquitectónica que sostuviera un acontecimiento cultural alternativo a la lucha ideológica entre “derechas” e “izquierdas” —por llamarlas de algún modo—, sobre todo porque se respiraban aires fúnebres del legado —marxista— que se negaba a morir. Uno de los muchos hilos de la cultura ilustrada seguía produciendo preguntas sobre la actualidad, lo que de singular tiene “nuestro presente” y que hace que el pensamiento vuelva a ligarse a una comunidad de pensamiento que toma como estandarte la forma crítica de preguntarse sobre lo que hace pertinente la filosofía en la actualidad. En los últimos años de la vida de Foucault, el conflicto ideológico que representaba la Guerra Fría se encontraba en su etapa final. En ese contexto, la crítica respondía a una necesidad cultural, sobre todo académica, que demandaba una nueva posibilidad de realización social, política y cultural. Décadas atrás, la filosofía francesa efectuaba un examen de las estructuras sociales que, en cierto modo, creaban un tipo particular de subjetividad que impedía el ejercicio de la libertad individual. Esta filosofía transforma su herencia filosófica en una herramienta de combate. Para Foucault, como para muchos de su generación, la filosofía tiene una función social. Trata de evidenciar las relaciones de poder que conforman y dan sentido a la actividad del pensamiento, en tanto resultado de los mecanismos institucionalizados por donde circula el discurso verdadero. Creía que la cultura ilustrada había permitido que se conformaran instituciones que administraban el poder, desde un discurso basado en la razón de Estado. Foucault fue no solo testigo de una pugna ideológica, sino un actor que buscaba que el saber subterráneo, es decir, el saber de la gente, de los vencidos, de los excluidos, tuviera mayor margen de maniobra a través de evidenciar los mecanismos que se han naturalizado con

el paso de tiempo y que impiden la posibilidad de imaginarse otro tipo de escenarios de realización para las comunidades marginadas del poder.

Ahora bien, mientras el poder gubernamental se manifestaba a través de mecanismos de control, de la forma institucionalizada burguesa (Foucault, 2006), el fantasma de la revolución seguía vivo, manifestándose, sobre todo, en la forma de crítica especializada que era capaz de avizorar acciones políticas de resistencia. Desde 1789, la crítica se proponía resistir el horizonte ideológico compuesto por el matrimonio entre la razón de Estado y el sistema de mercado capitalista de producción. Este escenario era secular pero conservaba la estructura religiosa en su forma imperativa, un mandamiento, una necesidad de hacer algo por... Foucault fue el último de los filósofos franceses que veía la oportunidad de que las cosas dieran un giro de 180 grados.

En 1989 cambió todo. Cinco años después de que se cumplieran doscientos años de publicarse las respuestas a la pregunta por la *Aufklärung* por parte del periódico alemán *Berlinische Monatschrift*; dos siglos después de la Revolución francesa; y cinco años después de la muerte de Michel Foucault, se produjeron dos acontecimientos aparentemente inconexos pero que han modificado *nuestra* actualidad, que desde entonces no es otra cosa que una videosfera, una realidad descentrada dentro de una sola esfera: por un lado la caída del Muro de Berlín; por otro lado, el inicio del desarrollo de la *world wide web*. ¿Cómo se traduce el año 1989? Como capitalismo digital. Un hipercapitalismo sin contrapesos, global, hegemónico, que ha transformado el capitalismo de producción por una economía de consumo. Se trata de la época del “posdeber”, un pensamiento secular que se ha distanciado por completo del sentido trascendental de la religión. No responde a una necesidad cultural, a un mandamiento social, no hay más órdenes que responder. Lo que caracteriza esta nueva modificación secular es la inmediatez, el desierto de lo real que configura escenarios simulados de un aparente bienestar.

En esto reside la excepcional novedad de nuestra cultura ética: por primera vez, ésta es una sociedad que, lejos de exaltar los órdenes superiores, los eufemiza y los descredibiliza, una sociedad que desvaloriza el ideal de abnegación estimulando sistemáticamente los deseos inmediatos, la pasión del ego, la felicidad intimista y materialista (Lipovestky, 1994, p. 12).

Este nuevo umbral posreligioso es contradictorio en dos sentidos. Primera contradicción. Como lo señalan Ulrich Beck y Zygmunt Bauman, se conservan, por un lado, instituciones políticas que fueron construidas siguiendo el modelo del matrimonio entre el Estado y la nación, y por otro lado, ha emergido una economía supranacional cuyo poder es superior al de los Estados, y cuya lógica

responde a la necesidad de movilizar los recursos financieros a donde existan mejores condiciones de crecimiento, sin importar ningún tipo de lealtad, vínculo, ni compromiso con las naciones. Los nuevos magnates buscan los sistemas burocráticos más flexibles para obtener los mayores rendimientos. Para aumentar sus ganancias tienen que buscar consumidores en todo el mundo. En algunos casos han burlando las restricciones que imponen los gobiernos, fijando sus propias condiciones, atraídos por las economías nacionales debilitadas, vulnerables a la corrupción, que son incapaces de sobreponerse a estos poderosos empresarios. Estos inversionistas posmoralistas son más peligrosos que un político nacionalista, así lo sostiene Žižek: “Zuckerberg y Elon Musk son mucho más peligrosos que Donald Trump” (*Público*, 2017, parr. 2).

La segunda contradicción de este “segundo umbral secular” —en palabras de Lipovetsky— es que al ciudadano le toca “enfrentar las contradicciones del sistema” (1994, p. 19). Los individuos se ven invadidos por la publicidad, inseguros en su propia tierra, con una nueva pobreza —bajos salarios—, sin instituciones políticas que ofrezcan oportunidades de desarrollo y con una burocracia irracional. A cada uno le toca encontrar una salida en un mundo agotado, que no ofrece oportunidades para todos (Bauman, 2004).

A finales del siglo pasado, antes del año 1989, se pensaba que el nuevo milenio tenía que reflejar un nuevo horizonte de honestidad. La proximidad del nuevo milenio generaba ilusión, reanimaba el corazón y acrecentaba la esperanza en un entramado de eticidad. “Un nombre, un ideal, agrupa los espíritus y reanima el corazón de las democracias occidentales en este final de milenio: la ética” (Lipovetsky, 1994, p. 9). El año 1989 representa el desencantamiento de la ética laica. Por dos siglos enteros, los hombres ilustrados intentaron construir lazos entre una moral autónoma y la construcción de instituciones seculares. La fórmula del amor a la nación, buena o mala, se pensaba que sustituiría con éxito el amor a la vida trascendente (Bauman, 2004). En estos dos siglos se fraguó un movimiento pendular —que a la postre sería el germen para la segunda etapa secular— entre la ética posreligiosa y la lógica del bienestar material. Persistía la misma estructura del deber de tipo religioso, pero dirigido a la soberana decisión de individuo, que no acepta más ley que la que salga de su libre arbitrio, y, por otro lado, la idea de que la realización personal tiene que verse materializada en esta vida, a través de un bienestar cotidiano. El sacrificio, el deber de formato metafísico, es traducido a estructuras subjetivas, más modestas, pero que son susceptibles de medirse, compararse y, sobre todo, de aprovecharse de manera directa.

El año 1989 implica la desformalización del deber de tipo religioso. Actualmente, la iniciativa privada se ha inmiscuido en los pendientes del Estado, sobre todo en lo que tiene que ver con las *políticas de vida*. Estas son el conjunto

de concepciones sociales, culturales y religiosas que revelan lo que significa una buena vida. La elección, el diseño e implementación de las políticas de vida eran realizadas por los Estados. En la actualidad, el Estado vive un apremio por la desregulación y la privatización de la educación. Según Zygmunt Bauman, el lema sobre el que los hombres de Estado toman decisiones es no a los compromisos con el futuro, debido a la misma presión social condicionada por las leyes del mercado, cualquier “ministro que contemple la posibilidad de intervenir, se arriesga a ser menospreciado y condenado por la falta imperdonable de ignorar las leyes del mercado y los intereses económicos” (2004, p. 90). Si hacemos un experimento mental, si imaginamos que se encuentran espectaculares por las calles mandados a poner por nuestros políticos que han renunciado a su tarea primordial, veríamos que se nos dice a los ciudadanos: “La felicidad depende de ti, de tu esfuerzo, no hay nadie que te apoye en esto”.¹ La consecuencia inevitable es “la incertidumbre, la angustia y el dolor debido la ambigüedad de la sociedad líquida” (Bauman, 2004, p. 91). Tal parece como si en cada esquina estuvieran colgados letreros que anuncian que el Estado se desentiende del compromiso de ofrecer la felicidad a sus ciudadanos.

De manera por demás paradójica, las empresas privadas han asumido la tarea de formular las políticas de felicidad para venderlas a todos los ciudadanos, sin dejar a nadie fuera de su alcance. Asistimos al fortalecimiento privado de las políticas de vida, administradas por empresas, consorcios, de todos los tamaños. En términos generales, el Estado está agotado en esta función proyectiva, no tiene imaginación para crear nuevos escenarios de participación (Fuente-Cobo, Martínez-Otero y Del Prado, 2014). Los Estados son incapaces de organizar la vida de sus comunidades políticas. En cambio, acontece una vigorización de la iniciativa privada, que implementa su propia lógica mercantil de la vida. Entre el Estado y la iniciativa privada no hay rivalidad alguna; dejaron de ser competidores. El Estado se ha dado por vencido en la tarea más importante, lo que le da razón de ser. Platón advertía que la función del político era tejer una urdimbre entre los diferentes caracteres de los ciudadanos para construir un tejido, una comunidad política. Lo que antes era una tarea exclusiva del Estado, como es la de resolver los innumerables inconvenientes de vivir en sociedad, hoy por hoy es una tarea que los ciudadanos tienen que resolver por cuenta propia, so pena de quedarse en el margen de la vida de consumo.

La vida de consumo responde a la vida mercantilizada que incita a buscar cada vez mayores estímulos que lleven a la felicidad individual inmediata; una sociedad narcotizada por la idea de una buena vida al precio que sea. Apremia-

¹ Las comillas son de los autores siguiendo la lógica de Bauman (2004).

dos por estas contradicciones estructurales, los ciudadanos se ven obligados a buscar su propia realización a través de contenidos culturales de fácil acceso. Al político no le preocupa el umbral posreligioso que acarrea el individualismo extremo ni la poca participación ciudadana, que desemboca en la crisis política de la democracia. Sin imaginación ni entusiasmo para construir proyectos comunitarios, los políticos son los principales promotores de las políticas de felicidad que ofrecen los medios de comunicación masiva y las mercantilizadas redes sociales digitales.

El sentido común alberga la idea de que el balón está en la cancha del individuo. “El modo en que uno vive se vuelve la solución biográfica a contradicciones sistémicas” (Bauman, 2004, p. 91). Paradójicamente, en vez de que se traduzca este lema como un escalofrío, es decir, como una urgente invitación a pensar en una nueva forma de participación ciudadana, se interpreta más bien como un argumento lógico, naturalizado: le toca a cada uno construir para sí su propio presente; sin embargo, hay un solo escenario de realización. Se acabó el tiempo —parece ya muy lejana la época anterior a 1989— en que había dos opciones para elegir. En la actualidad, la tarea que tiene que cumplir el individuo es cómo hacer para obtener riqueza que le permita consumir; tarea que, por cierto, nunca se detiene y que es impulsada por las políticas de felicidad; de ahí la creciente sociedad del cansancio, del rendimiento extremo, como lo sugiere Byun-Chul (2012). La sociedad del riesgo se traduce ahora, bajo este segundo umbral secular, como la *era de la ansiedad*, del vacío existencial —teniendo muchas cosas, se ve uno necesitado de adquirir más—. El riesgo está en llevar una vida narcotizada para rendir, para ser productivo más allá de los 70 años.

Las políticas de la vida impulsadas por las empresas privadas se concentran en ofertar estímulos inmediatos que lleven a la felicidad paradójica, narcotizada y enajenada. Por falta de políticas de vida diseñadas por instituciones democráticas, las personas están sujetas a una lucha constante —en una sucesión o encadenamientos de esfuerzos que no alcanzan un estado de bienestar tal como lo ofertan las empresas privadas— por alcanzar los estándares de vida que venden las empresas privadas. La consecuencia es que se respira un vacío existencial generalizado y prolongado en el tiempo, que se traduce como siniestro en muchos sentidos.

Las paradojas de las políticas de vida impulsadas por las empresas privadas, radican en que, a primera vista, las personas siguen una moral que les hace ser personas honestas, trabajadoras y comprometidas. Pero, si asumimos un nivel de observación más amplio, podemos apreciar individualismo, consumismo extremo y egocentrismo, que con facilidad reflejan una sociedad enajenada por la publicidad. Las dos perspectivas son reales y tienen muchos lazos que las unen, pues se encuentran dentro del mismo umbral posreligioso que se

denomina *videoesfera*, pues no tiene un centro firme, sino que es una realidad descentrada, que simula un diseño arquitectónico firme, aunque en realidad es un simulacro de políticas de vida. Las paradojas de las políticas de vida que acontecen a diario pueden verse reflejadas en lo que Castells (2003) denomina *la confrontación entre identidad y globalización*. Para Castells, las tecnologías de la información, junto con la reestructuración del capitalismo, han dado una nueva forma de sociedad, la sociedad red,

que se caracteriza por la globalización de las actividades económicas decisivas desde el punto de vista estratégico, por su forma de organizaciones en red, por la flexibilidad e inestabilidad del trabajo y su individualización, por una cultura de la virtualidad real construida por un sistema de medios omnipresentes, interconectados y diversificados (2003, p. 24).

Deconstrucción y videoesfera

La videoesfera es una manera de referirse a nuevo horizonte telemediático que envuelve al mundo globalizado (Debray, 2001), que Castells denominó *sociedad red*. Sin embargo, las múltiples contradicciones de la sociedad red o de la videoesfera no son un destino implacable, puede deconstruírseles. ¿Cómo opera un gesto deconstrutivo? ¿Por qué la necesidad de que acontezca una serie de gestos deconstrutivos? La deconstrucción es un gesto político que responde a la deuda con la justicia heterónoma, por tanto, no es un método, es una forma singular de hacer preguntas, una forma de socavar el piso que sostiene la realidad social. Se trata de preguntar, de indagar y examinar exhaustivamente la escritura del sentido común y las ideas preestablecidas; de cuestionar esa la necesidad lógica operante que tiende a naturalizar lo artificial a través del uso del lenguaje (Derrida, 1971). La deconstrucción toma forma debido a un mandato ético que se hereda de las múltiples injusticias del pasado.

Debido a esta herencia deconstrutiva habría que comenzar por cuestionar el espíritu que anima el proyecto inacabado de Estado-nación, que se resiste a morir, por más fuertes que sean los resortes del capitalismo global. Así, habría que ver los síntomas de agonía de este proyecto que, como un espectro, deambula cuando se interroga por el papel actual del Estado. Es un espíritu que se deja leer, por ejemplo, en la Ley Reglamentaria del Artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de mejora continua de la educación, que en su artículo 6º señala que el centro de la acción del Estado es lograr un desarrollo armónico de todas las capacidades orientadas a fortalecer la identidad de los mexicanos:

El aprendizaje de las niñas, niños, adolescentes y jóvenes, como centro de la acción del Estado para lograr el desarrollo armónico de todas sus capacidades orientadas a fortalecer su identidad como mexicanas y mexicanos, responsables con sus semejantes y comprometidos con la transformación de la sociedad de que forman parte (2019, p. 4).

¿Por qué el espíritu de la nación presenta una sintomatología anémica y fatigada para combatir la intromisión de competidores externos como la televisión, el cine, la radio y, ahora, el internet, conformando una artificiosa videoesfera, y dejando en agonía el mandato de la mejora continua de la educación para una identidad mexicana? ¿Cómo es que se ha dejado debilitar el espíritu de la nación? La tristeza del pensamiento, del espíritu y del corazón de la nación se ve reflejada en la cultura y en la política. Las manifestaciones culturales después de 1989 reflejan una realidad descentrada. Los medios masivos de comunicación en general, pero en particular la televisión, proyectan una forma particular de entender la realidad social. La concepción global que se tiene del mundo es una construcción mediática, es una “artefactualidad”, como sostiene Derrida (1998). Los medios masivos de comunicación, aunque mantienen un matrimonio con el Estado-nación, cada vez se alejan más o se abstienen de difundir contenidos que alienen un sentido existencial de pertenencia al espíritu de la nación. ¿Cómo es que la televisión incide en la construcción de unas políticas de vida? La televisión es una herramienta de poder que nos recuerda el viejo arte de gobernar. Como tal, al ser una “herramienta”, se deslinda de su alianza original con los Estados, se presenta descoordinada de la vida política de la nación. La televisión es una herramienta que utilizan los nuevos magnates para hacer de los individuos seres consumidores. La televisión se ha vuelto un enemigo interno y externo al espíritu de la nación.

La cuestión más importante es cómo o por qué razón los individuos consumen contenidos de televisión sin una resistencia crítica. ¿Cómo es que el espíritu de la nación ha dejado de producir una sintomatología de indignación social? ¿Cómo es que el espíritu ha caído en la trampa de la videoesfera? Los medios construyen una temporalidad deslindada del destino de la comunidad. En palabras de Jacques Derrida (1998), se trata de una “artefactualidad”, una temporalidad construida por la expansión del uso de las tecnologías de la transmisión.

¿Cómo olvidar a Foucault? ¿Cómo dejar a un lado las preguntas por los mecanismos y dispositivos de vigilancia y control que operan sobre los ciudadanos? ¿Cómo entender “la relación entre poder, derecho y verdad como algo propio de toda sociedad” (Foucault, 2000, p. 34)? Es necesario —proponemos— deconstruir el artificio que mantiene esencialmente unida a la sociedad, que

se manifiesta en una jerarquización, donde es posible advertir el lugar preponderante que ocupan las televisoras. ¿Qué es la deconstrucción y cómo es capaz de recuperar un contrapeso a la videosfera? La deconstrucción es un gesto político que desmantela las categorías que ordenan un sistema de traducción de lo real. Es decir, la deconstrucción propicia un nuevo escenario de convivencia, una hospitalidad política, mediante la incorporación del espíritu, o los espíritus, de aquellas herencias culturales que siguen vivas, de una u otra forma, y que acechan como espectros el nuevo umbral posreligioso (Derrida, 1995). Así, la deconstrucción examina los nexos de significantes culturales a través de lo que Martínez de la Escalera denomina *políticas de la memoria*, donde las herencias política, cultural y filosófica nos acechan de otra manera, a significar la palabra *acción* junto con los otros, *vivos y muertos*.

Una vez que nos acerquemos a deconstruir los principios de transmisión de la videosfera, estaremos en condiciones de visualizar la participación de la ciudadanía en la construcción de una democracia que, por lo pronto, está por venir.

Primer gesto deconstructivo: los hombres de Estado, desde los tiempos del viejo Imperio romano, saben que no solo se trata de administrar los bienes del pueblo, sino de imponer un estilo de vida acorde con los intereses del poder. El circo romano es un claro ejemplo de la importancia de la imposición de una válvula de escape a la tensión que ejerce el poder sobre las personas (Sloterdijk, 2006).

Segundo gesto deconstructivo: la deconstrucción es una forma de examinar los presupuestos que orientan, jerarquizan y organizan la vida de la comunidad, que se heredan y naturalizan en múltiples expresiones sociales y culturales; por ejemplo, el machismo, el consumismo, el patriarcado. La deconstrucción cuestiona lo común, lo que se ha naturalizado debido a su iteración constante, lo que pasa inadvertido para la mayoría porque se ha institucionalizado.

Tercer gesto deconstructivo: proviene de la deuda de abrir espacios y de dar el tiempo a los acontecimientos que demandan un mundo mejor, de mayor hospitalidad. La deconstrucción es un don que da lugar y tiempo al otro. Por lo tanto, se trata de cuestionar a partir de los espectros, que son muchos y que habitan entre nosotros. Se trata de cuestionar lo que significa lo real, lo que se comprende y se engloba en la palabra *realidad*. La realidad no es el dictado de los medios masivos de comunicación. Lo real incluye la herencia cultural que cuestiona y anima de otra manera la vida de la comunidad. La alteridad actúa como una inyunción que cuestiona la “buena conciencia”.

Cuarto gesto deconstructivo: la *cosa* misma se deconstruye a partir de que entra en acto la alteridad. La videosfera se deconstruye a sí misma, se revela como esencialmente paradójica, descentrada y susceptible de ser deconstrui-

da. La deconstrucción es un gesto político que desajusta lo propio, al remover los sedimentos de una realidad descentrada, cerrada, global, por una visión hegemónica; lo anterior implica pensar nuestro tiempo desde otro ángulo y, con ello, interrogarnos por nuestra forma de ser occidentales, incluyendo las formas de comunicar.

Quinto gesto deconstructivo: la deconstrucción apunta a revisar lo más esencial de la convivencia humana y la comunicación es una actividad que se encuentra en el centro de todos los problemas sociales, como señala Jean Baudrillard (2000, p. 32). La comunicación se encuentra en el centro porque provee la temporalidad de lo humano. Examinar con un gesto deconstructivo significa cuestionar la construcción temporal que rige nuestras empresas. Se trata de revisar los significados que comportan el pasado, el presente y el porvenir, y ver cómo se articulan al momento de organizar la convivencia social.

Sexto gesto deconstructivo: artefactualidad versus hospitalidad política. Se trata de cuestionar la actuación de las televisoras porque son ellas las que en gran medida modelan la comprensión del tiempo, jerarquizan estilos de vida. No solo interpretan el mundo, no solo dictan la opinión generalizada sobre el estado que guardan las cosas relevantes, o sobre las cosas que son importantes, y sobre las que no lo son, además, artificialmente amalgaman la temporalidad. En palabras de Niklas Luhmann, y también de Pierre Bourdieu, los medios de comunicación masiva son una estructura estructurante, semejante al concepto de *cultura política*, muy cercana inclusive al concepto de *ideología* (Luhmann, 2007). Se trata, por tanto, de resignificar el tiempo, la finitud, el porvenir y el más allá del tiempo, que, hasta ahora, son escenificados por los medios de comunicación masiva bajo la lógica comercial de la buena vida, superficial, plana y sin trascendencia, como señala Baudrillard.

Deconstrucción de la televisión

Si por *deconstrucción* entendemos la forma en que las ideas preestablecidas son sometidas a un examen, donde se busca no dejar de preguntar, es decir, evitar los anclajes *a priori*, —en este caso, el influjo natural de la televisión en la consolidación de un tipo determinado de comprensión de lo real—, entonces, habría que preguntar: ¿cómo se ha modificado nuestra comprensión del tiempo, de lo social y el derecho una vez que predomina la artefactualidad de las televisoras? ¿Qué efectos trae para la convivencia social el hecho de que el tiempo sea predominantemente un artificio tecnocomercial legitimado por el derecho? El tiempo de la televisión, según la lógica mercantil, es muy costoso, el tiempo de la transmisión “en vivo” es escaso porque es producido por la intervención política de la tecnología. Para las televisoras, el tiempo es una

mercancía de fondo, es el plástico que envuelve a los contenidos. La temporalidad está ligada al consumo, se desencializa en el instante, en la inmediatez del “sin-mundo”. Acotada por la publicidad, la temporalidad queda desarraigada del ser del mundo y sostenida por la superficialidad de contenidos frívolos, banales y triviales (Vargas Llosa, 2012). El entretener es la naturaleza temporal de la videoesfera. La videoesfera es el transcurrir de un entretiem po en el que no pasa nada trascendente.

La videoesfera construye audiencias hasta ahora entretenidas con la nada de la inmediatez. Es decir, la audiencia implica una pasividad esencial debido a que implícitamente se acepta sujetarse al tiempo de transmisión. Entonces, hay que ver la pasividad como el costo que implica asumir el tiempo como producto comercial. ¿A dónde nos conduce este tiempo artificialmente construido? A la vista de todos está la transparencia del mundo, como sostiene Baudrillard. Lo íntimo se vuelve público; la vida privada es desnudada en tramas acotadas por la frivolidad de relaciones. El amor de pareja, la relación filial y todas las interacciones humanas son transformadas en contenidos de consumo adictivo.

En la videoesfera, la muerte no está ligada a la esencia de la temporalidad. No hay lugar para la muerte en medio de capítulos; el tiempo muerto es sinónimo de publicidad. Enseguida está por verse qué tan real resulta el tiempo muerto, el tiempo donde no transcurre nada nuevo, donde todo es repetición de lo mismo, donde el encadenamiento acelerado de la producción televisiva conlleva a la inmovilidad histórica. Esto puede entretenerse en el momento en que el dolor ajeno, la pobreza y la muerte se convierten en parte del menú del entretenimiento noticioso. Hemos llegado al tiempo en que el mal, el dolor y la tragedia son comercializables, son el motor que impulsa la economía política de los medios.

En la antesala de 1989, la recreación del tiempo venía transcurriendo lentamente de tal forma que permitía que fuera medido con una escala homogénea. Esta escala permanece no solo como testigo de otro tiempo, sino como gesto integrante de una política de la memoria. La época de la escritura y del libro, a su vez, también fue responsable de una medida del tiempo, que facilitaba la memoria política y que estaba delineada junto con una forma jerárquica de gobierno. Sin embargo, a partir de las nuevas tecnologías de la información, la forma del tiempo se aceleró y cobró un dinamismo que absorbió el tiempo de interioridad. Esta aceleración comenzó a evidenciarse con el cine. Con ello también cambió la forma de recreación política. Es decir, los medios masivos de comunicación han contribuido, paradójicamente, a la emergencia de la democracia, al concretar la libertad de publicidad. Con la democracia, la libertad de expresión se hizo una realidad palpable.

El tiempo del libro —o de los “medios de comunicación calientes”, puesto que producían pasiones— es una época de un entorno vertical, el mundo abarca la tierra y el más allá, el territorio y lo que está más allá de las fronteras. Es la época política de la configuración amigo-enemigo. Por lo tanto, es una época de censura, de evaluación de los contenidos, de control de las ideas, del ejercicio de poder del Estado que acota la circulación de los medios. Es la época propicia para ejercer un poder vertical.

En la actualidad, la producción artificial del tiempo no puede ser controlada desde el Estado, sino que se expande como un fluido más allá de sus fronteras. Esta falta de control sobre el ritmo en que suceden las cosas importantes, es decir, los acontecimientos de trascendencia nacional, acarrea el problema de que cualquier cosa puede volverse relevante, y de manera inversa lo que es relevante puede pasar por trivial, superficial y anecdótico. Por tanto, la artefactualidad de las televisoras produce paradojas sobre la jerarquía de valores sobre lo que es importante para nosotros.

Tal paradoja en apariencia es insuperable. La deconstrucción tiene el carácter de plantearse cuidadosamente las paradojas, reiterando los argumentos, desentrañando las inconsistencias argumentativas, una tarea que debe atenderse como un acto de justicia. Este *nosotros*, que es un constructo de la artefactualidad, es la imposición de un estilo de vida, por lo tanto es etnocéntrico; se asemeja al estilo de vida estadounidense.

El pragmatismo estadounidense es la expresión del desarraigo a los valores clásicos. Este tema se ha tratado en Del Prado (2016b), por lo pronto, solo queremos destacar la relación estrecha entre pragmatismo y videoesfera. El pragmatismo político tiene como baluarte la libertad de expresión, ya que es el elemento central de la democracia. De tal forma, que, como dice Richard Rorty, “si se cuida la libertad, la verdad se cuidará sola” (2005, p. 15). La libertad de expresión es traducida como redescipción, que en el caso concreto de las industrias culturales se manifiesta como la producción masiva de contenidos ligados esencialmente con el entretenimiento. La pluralidad es traducida como redescipción de historias que tienen el efecto terapéutico de adormecer las conciencias. La película *The Matrix* (Lana y Lilly Wachowsky, 1999) irónicamente refleja la enajenación que provocan los medios masivos de comunicación. Es decir, el cine, como esfera psicoacústica, efectúa un poder envolvente, donde el individuo es sumergido en una trama que proyecta su posición ante la proliferación del mundo como pantalla.

Los derechos de las audiencias y un nuevo cosmopolitismo

Es un gesto de una política de la memoria cuestionar los principios de actuación de los medios masivos de comunicación, sobre todo porque su impacto es innegable en diversos ámbitos, como en la conformación de la opinión pública, la construcción de una percepción de la realidad social, así como en la promoción de valores y conductas (Bourdieu, 2010). Como decíamos, construyen perspectivas o enfoques de lo que es lo real. El gesto político de la deconstrucción se revela como un desajuste que se produce en el interior de la misma industria, ya que las industrias culturales son un producto de la lucha histórica por el cumplimiento efectivo al derecho de libertad de expresión. En este caso, la televisión es una empresa que se alimenta del espíritu ilustrado, el cual exige, ante todo, el derecho humano de publicar libremente las ideas. Esta industria se encuentra en un orden legal ilegítimo, entre el derecho al emprendimiento y el derecho humano a la libertad de expresión. Como industria, tiene el derecho al comercio para generar riqueza; como derecho humano, tiene el derecho a la libertad de expresión, pero la combinación es ilegítima. Y es que ejerce una comercialización de las libertades, se ampara en derechos humanos en detrimento de estos. En otras palabras, la libertad de expresión con alcance masivo tiene un costo muy alto y solo unos cuantos pueden acceder a él.

La UNESCO (1978), la OEA (1969) y la CIDH (2000) tienen entre sus principios el derecho humano a la libre expresión, así como el derecho a recibir información. El artículo 19º de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 plasma este derecho a expresar libremente las ideas y a difundirlas por cualquier medio. Pero este derecho humano solo tiene sentido a partir de la época ilustrada, en la que, en apariencia, no habría por qué preocuparse del poder disruptor de las ideas, dado que la misma humanidad se encargaría de ejercer los contrapesos a los argumentos maliciosos. Como veremos, la cultura ilustrada es la condición de posibilidad para un cosmopolitismo de vigilancia y custodia de los derechos humanos frente al poder internacional de las industrias culturales. La ilustración exige el valor de pensar por cuenta propia, de ser autónomos, de autodeterminarse a partir de una elección razonada de lo que es mejor para la comunidad democrática; pero también, ahora, de acuerdo con los nuevos retos que presenta la videoesfera, tendrá que ser en una cooperación internacional.

La época ilustrada se asienta sobre las bases del respeto mutuo. Este nuevo cosmopolitismo por venir deberá tomar conciencia sobre el respeto a la cultura de cada pueblo. Aunque es la época propicia para el debate de las ideas, se trata evaluar, en recta conciencia, el estado que guardan los asuntos de interés nacional e internacional.

En el caso de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, estos derechos humanos se encuentran en los artículos 6º y 7º. La reforma en materia de Telecomunicaciones de 2013 estableció, por primera vez, los derechos de las audiencias. Es importante decir que México ha llegado tarde en materia de reforma sobre este tema. La reforma en materia de Telecomunicaciones señala en el artículo 6º constitucional, segundo párrafo, que: “Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión”. Este artículo retoma el espíritu del artículo 19º de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. Esta reforma es valiosa porque, junto con los derechos a la información y a la libertad de expresión, se establece de manera contundente —en el apartado B del artículo 6º constitucional, fracción II— que

Las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917, p. 15).

Al establecer que la radiodifusión es un servicio público de interés general, el Estado recobra la rectoría de la transmisión de contenidos; la cobertura universal, por tanto, de la conectividad de acceso libre y abierto, que deberá ser prestada bajo condiciones de competencia. Dado que el tema de la calidad de los contenidos es un debate abierto, es correcto que el Estado establezca la obligatoriedad de la pluralidad y la competencia en el servicio de la radiodifusión. Pero lo que más importa es el carácter de servicio público, pues permite la participación ciudadana, esto es, que la ciudadanía pueda opinar, debatir, demandar sobre contenidos, horarios, servicios y su derecho a la réplica. Otro asunto será cuestionarse sobre los mecanismos para hacer válido este derecho ciudadano que la Constitución establece.

Así, en la misma reforma de 2013, el artículo 6º, apartado B en materia de radiodifusión y telecomunicaciones, fracción VI, asienta que: “La ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, de las audiencias, así como los mecanismos para su protección”. El Estado mexicano reconoce, por primera vez en su historia legal, la necesidad de *proteger* a las audiencias frente a la poderosa influencia que tienen las empresas mediáticas sobre la percepción de la realidad (Del Prado, 2016a). Esta protección es singular dado que es parte de la responsabilidad que tiene el Estado de formar a sus ciudadanos bajo una concepción laica y democrática. Sin embargo, los medios de comunicación masivos inciden, como decíamos, en la conformación de la opinión pública. Como

sostienen Horkheimer y Adorno, “la marea de informaciones minuciosas y diversiones domesticadas avispera y entontece a la vez a los hombres” (1998, p. 55).

Ahora bien, los derechos de las audiencias quedaron establecidos en las leyes secundarias de la reforma en materia de Telecomunicaciones, publicadas en el *Diario Oficial de la Federación* del 14 de julio de 2014:

Artículo 256. El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones, brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el artículo 3º de la Constitución. Son derechos de las audiencias:

- 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
- X. Los demás que se establezcan en ésta y otras leyes (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014, p. 149).

Al Instituto Federal en Telecomunicaciones (IFT) le correspondía, entonces, diseñar y emitir las normas que regularan la actuación de los concesionarios en materia de derechos de las audiencias, garantizando la libertad de expresión, la libertad programática, la libertad editorial y la censura. Tres años después de ser publicada la reforma en materia de Telecomunicaciones, el IFT publicó en el *Diario Oficial de la Federación* los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias, “con ello se pretende dotar de certeza a la vigilancia de las obligaciones en materia de defensa de las audiencias, buscando encontrar un sano equilibrio entre el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, tanto de las audiencias como de concesionarios o programadores” (IFT, 2016). Como se sabe, los concesionarios de la radio y la televisión en México no solo se ampararon ante los Lineamientos del IFT, sino que promovieron una reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014. De este modo, el 31 de octubre de 2017, se reformó dicha ley en la que se derogó un inciso en materia de los derechos de las audiencias. Se eliminó el inciso tercero del artículo 256, que establecía: “Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta”. Además, se reformó el párrafo que decía:

Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán expedir Códigos de Ética con el objeto de proteger los derechos de las audiencias. Los Códigos de Ética se deberán ajustar a los lineamientos que emita el Instituto, 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 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 (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014, artículo 256º, párrafo primero).

En la reforma de 2017 ya no se estableció la obligación de que los códigos de ética de los concesionarios se ajustaran a los Lineamientos que el IFT regulador había establecido en 2016 para proteger los derechos de las audiencias. En los Lineamientos del IFT era necesario ajustarse y no contravenir los derechos contenidos en la carta magna, así como mantenerse en sintonía con los tratados internacionales:

Los concesionarios de radiodifusión y concesionarios de televisión y/o audio restringidos deberán expedir códigos de ética con el objeto de proteger los derechos de las audiencias, los cuales deberán ajustarse y no contravenir de forma alguna los principios y derechos contenidos en la Constitución, tratados internacionales, las leyes,

los lineamientos y demás normatividad aplicable, los cuales deberán ser inscritos por el Instituto (Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias, 2016).

En 2017, por la presión política de los concesionarios, se modificó el párrafo de la reforma de 2014, que mandataba que “los Códigos de Ética [de los concesionarios] se deberán ajustar a los lineamientos que emita el Instituto”. Así, en la reforma de 2017 a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, el texto reformado dice que los concesionarios se deberán guiar por el principio de autorregulación. Se adicionaron dos párrafos en los que se estipula la autorregulación en materia de códigos de ética, con los que se elimina la disposición a ajustarse a tratados internacionales y a los Lineamientos del IFT.

El Código de Ética será emitido libremente por cada concesionario y no estará sujeto a convalidación o a la revisión previa o posterior del Instituto o de otra autoridad, ni a criterios, directrices, lineamientos o cualquier regulación o acto similar del mismo Instituto u otra autoridad (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014, artículo 256º, párrafo segundo).

El 11 de diciembre de 2017, el III Consejo Consultivo emitió una recomendación para efectuar ante la Suprema Corte de Justicia una serie de controversias constitucionales en favor de los derechos de las audiencias. El IFT aludía a que la reforma de 2017 dejaba en la facultad de los concesionarios la libertad de crear contenidos sin ningún tipo de regulación, cuando el IFT es el Instituto encargado de regular y salvaguardar los derechos de las audiencias establecidos en el artículo 6º de la Constitución mexicana. “El artículo 6º constitucional reconoce los derechos de los usuarios de los servicios públicos de telecomunicaciones y los derechos de las audiencias de servicios públicos de radiodifusión. La institución garante de estos derechos es el IFT, con base en lo establecido en el artículo 28º constitucional” (III Consejo Consultivo del IFT, 2017).

Sin embargo, el 18 de diciembre de 2017, el IFT resolvió, por una votación de cuatro votos contra tres, no interponer una controversia constitucional ante la Suprema Corte de Justicia (IFT, 2017). Según Gabriel Sosa Plata hubo una estrategia política de parte de los comisionados del IFT:

Los comisionados prefirieron mantener una buena relación con las fuerzas políticas que controlan el poder legislativo y paralelamente no abrir de nueva cuenta un flanco de confrontación con algunos regulados a los que no les gusta que el Instituto intervenga en un conjunto de derechos que afectan sus intereses. Además, bajo ese cálculo político, el desgaste de una controversia sería mayor que la reacción de las instituciones, organizaciones o personas que apoyan los derechos de las audiencias (2017, párrafo tercero).

Ahora bien, a pesar de esta especial contrarreforma, por muchas razones la reforma en materia de telecomunicaciones de 2014 es relevante porque amplió la reflexión sobre la defensa de la libertad de prensa, dado que, históricamente, la prensa en México ha sido libre pero no ha usado su capacidad de libertad de publicidad en autonomía plena y de autodeterminación con responsabilidad social. Por el contrario, como dice Escalante “es una prensa estridente, escandalosa, intensamente política, beligerante hasta el insulto, agresivamente partidista y, a la vez, superficial, irresponsable y a fin de cuentas irrelevante, [...] irrelevante para todo, salvo el pequeño negocio del ruido: amagar, insinuar, extorsionar” (2013, p. 27).

Reflexiones finales

Los derechos de las audiencias son muy importantes porque abren la posibilidad de la conformación de un cosmopolitismo por venir, con raíces en la cultura nacional. Permiten debatir y contrastar con otras culturas lo referente a la calidad y pluralidad de contenidos. Si partimos de un reconocimiento innegable de que “las audiencias son personas en constante transformación, no estáticas, y cuyas interacciones mediáticas dejan huellas en varios aspectos de su vida” (Becerril Martínez, 2012, p. 196), tendríamos que analizar los vínculos artefactuales mediatizados en vista de que reflejan intereses económicos propios de una visión globalizada. En cambio, un cosmopolitismo tendría que tener bases sobre el derecho internacional, lo cual amplía la conciencia de los derechos humanos. El nuevo enemigo de la vida democrática son las empresas transnacionales de los medios masivos de comunicación. Si retomamos la vieja distinción política amigo-enemigo de Carl Schmitt, es porque consideramos que lo político demanda revisar aquellas fuerzas que impiden la participación ciudadana en la vida democrática de sus países. Hemos argumentado que la televisión incide en la conformación de la opinión pública, crea percepciones de la realidad social, ella decide qué temas salen a luz pública y cuál es su tiempo de duración. Un cosmopolitismo acrecentaría la conciencia sobre aquellas fuerzas que imponen una lógica y tendencias sobre la democracia. Por lo tanto, la legislación internacional debe avanzar aún más.

Tenemos el caso, por ejemplo, del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, que señala en el párrafo primero del artículo 19º, que “nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones”. En el párrafo 2 indica que “toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección”. Por otro lado,

el Convenio para la protección de los derechos humanos y de las libertades fundamentales de 1950, en el párrafo primero de su artículo 10º, señala que el Estado puede someter a las empresas de radiodifusión a régimen de autorización, lo cual indica que la acción de los medios de comunicación masiva está acotada por el poder del Estado:

Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa (Convenio Europeo de Derechos Humanos, 1950, p. 12).

Aunque estas legislaciones son valiosas en sí mismas, es necesario crear observatorios ciudadanos internacionales, cosmopolitas, una nueva Internacional, a favor de los derechos de las audiencias, que al mismo tiempo que vigilen el respeto las libertades humanas, también atiendan el respecto a las culturas de los pueblos, sus costumbres y valores.

Referencias

- Baudrillard, J. (2000). *Pantalla total*. Barcelona, España: Anagrama.
- Bauman, Z. (2004). *La sociedad sitiada*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Becerril Martínez, W. (2012). *Los derechos de las audiencias de medios de comunicación en México desde la perspectiva del derecho humano a comunicar* (Tesis de grado, UNAM). Recuperado de <http://132.248.9.195/ptd2013/Presencias/0694128/0694128.pdf>
- Bourdieu, P. (2010). *Sobre la televisión*. Barcelona, España: Anagrama.
- Byun-Chul, H. (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, España: Herder.
- Castells, M. (2003). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Vol 2. Ciudad de México, México: Siglo XXI.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917). Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_280521.pdf
- Convenio Europeo de Derechos Humanos (1950). Convenio para la protección de los derechos humanos y de las libertades fundamentales. Recuperado de https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_SPA.pdf
- Debray, R. (2001). *Introducción a la mediología*. Madrid, España: Paidós.
- Del Prado, R. (2016a). Ética y los derechos de las audiencias. Ciudad de México, México: Limusa.

- Del Prado, R. (2016b). *Políticas para la justicia y la comunicación. Más allá del pragmatismo y la deconstrucción*. Ciudad de México, México: Limusa.
- Derrida, J. (1971). *De la gramatología*. Ciudad de México, México: Siglo XXI.
- Derrida, J. (1995). *Espectros de Marx*. Madrid, España: Editorial Trotta.
- Derrida, J. (1998). *Ecografías de la televisión*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba Universidad de Buenos Aires.
- Escalante, F. (2013). Bartleby en la redacción. *Nexos*, 35(428). Recuperado de <https://www.nexos.com.mx/?p=15416>
- Foucault, M. (2000). *Defender la sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Foucault, M. (2006). *Seguridad, territorio, población*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Fuente-Cobo, C., Martínez-Otero, J. y Del Prado, R. (2014). Las audiencias activas en la regulación de los medios: La dialéctica consumidor-ciudadano en España y México. *Comunicar Revista Científica de Educomunicación*, 43(XXII), 91-99.
- Horkheimer, M.; Adorno, Th. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid, España: Trotta.
- III Consejo Consultivo del IFT (2017). *Recomendación que emite el Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones respecto de la necesidad de interponer una controversia constitucional por reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en materia de derechos de las audiencias*. Recuperado de <http://consejoconsultivo.ift.org.mx/docs/recomendaciones/2017/Recomendacion-Controversia-Constitucional.pdf>
- Instituto Federal Telecomunicaciones (IFT) (2016). El IFT emite los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias (Comunicado 140/2016). Recuperado de <http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-ift-emite-los-lineamientos-generales-sobre-la-defensa-de-las-audiencias-comunicado-1402016>
- Instituto Federal Telecomunicaciones (IFT) (2017). El pleno del IFT resuelve no interponer controversia constitucional ante las reformas a la ley sobre el derecho de las audiencias (Comunicado 10/2017). Recuperado de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift//2017-12-11-comunicadocontroversiaaudienciasIII22017.pdf>
- Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias (2016). Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5466365
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014). Recuperado de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/pdf/wo97329.pdf>
- Ley Reglamentaria del Artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de mejora continua de la educación (2019).

- Recuperado de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Federal/pdf/wol24437.pdf>
- Lipovetsky, G. (1994). *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona, España: Anagrama.
- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona, España: Anthropos Universidad Iberoamericana.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (1978). *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*. Recuperado de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13176&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Organización de los Estados Americanos (OEA) (1969). *Convención Americana sobre Derechos Humanos: Departamento de Derecho Internacional*. Recuperado de http://www.oas.org/dil/esp/tratados_B32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.htm
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) (2000). *Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión*. Recuperado de <http://www.oas.org/es/cidh/mandato/Basicos/PrincipiosLE.asp>
- Público* (2017, 29 de junio). La conferencia del filósofo Žižek que colapsó el Círculo de Bellas Artes. *Público*. Recuperado de <https://www.publico.es/culturas/conferencia-filosofo-zizek-colapso-circulo-bellas-artes.html>
- Rorty, R. (2005). *Cuidar la libertad. Entrevistas sobre política y filosofía*. Madrid, España: Trotta.
- Sloterdijk, P. (2006). *Normas para el parque humano*. Madrid, España: Siruela.
- Sosa Plata, G. (2017). El IFT y su decisión política. *Sin Embargo*. Recuperado de <http://www.sinembargo.mx/19-12-2017/3364662>
- Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Ciudad de México, México: Alfaguara.