

Ciudad de México, a 19 de junio de 2017

Consejero Electoral Marco Antonio Baños, Firma de Convenio de colaboración entre el INE y el canal once del instituto politécnico nacional en materia de promocionales de partidos políticos, candidatos y autoridades electorales dirigidos a niñas, niños y adolescentes, realizada en el lobby del salón de sesiones de la institución

Muchas gracias señor Director. Primero quisiera reiterarle la más cordial bienvenida al doctor Enrique Fernández, Director del Instituto Politécnico Nacional, a la ingeniera Jimena Saldaña que es la titular de Canal Once y saludar con el afecto de siempre a nuestro Consejero Presidente el Doctor Lorenzo Córdova.

De manera especial también al señor defensor de la Audiencia de Canal Once, don Felipe López, bienvenido a esta institución, Consejero Jaime Rivera lo saludo también con mucho afecto. A todas y a todos.

Desde 1990, la Convención Nacional de los Derechos del Niño de la Organización de las Naciones Unidas ha mandatado a que los Estados promuevan acciones que tomen en cuenta y cito: directrices apropiadas para proteger al niño, contra toda información y material perjudicial para su bienestar en los medios de comunicación social.

Canal Once es un medio público del Instituto Politécnico Nacional con mucho prestigio, es un medio multipremiado por sus contenidos de calidad, que incluyen barras de programación infantil y que hoy cuenta con un incluso con un canal multiprogramado que es el 11.2 que se destina exclusivamente a esas audiencias infantiles.

En marzo pasado, la directora general de Canal Once, Jimena Saldaña, junto con el periodista Javier Solórzano acudieron al Comité de Radio y Televisión del Instituto Nacional Electoral para explicar a todos sus integrantes una preocupación legítima que tienen a propósito de los spots electorales que se pautan por mandato Constitucional y Legal, en esa y en cualquier televisora, los cuales incluyen en ocasiones contenidos no apropiados para los menores de edad.

Canal Once nunca ha dejado de cumplir con los pautados, ni ha puesto en duda el derecho y la libertad de los partidos políticos a transmitir sus mensajes en todas y cada una de las 2 mil 898 señales de radio y televisión, emisoras que operan a lo largo y ancho del país.

El Canal Once cumple con las pautas, pero nos pidió con toda transparencia considerar a sus audiencias infantiles para que los mensajes electorales que se difundan en los segmentos o canales dedicados a menores televidentes sean adecuados para esa audiencia.

Canal Once nos propuso buscar alguna ruta conjunta que, respetando todas las reglas establecidas en materia electoral, permitiera que su experiencia con públicos

infantiles abonara a tener pautados focalizados y para ello, ofrecían asesorar o coproducir contenidos de partidos y autoridades electorales aptos para los menores de edad.

Colaborar para que los mensajes que en libertad decidan las fuerzas políticas y las autoridades electores cuiden los derechos de las audiencias.

La discusión respecto a la relación entre niñas, niños y spots electorales no es nueva, pero ha evolucionado poco a poco y hoy contamos con una prohibición expresa para que cualquier promocional político presente imágenes de menores sin consentimiento expreso de padres, tutores y de las niñas y niños en cuestión.

Esa medida se ocupa de los menores que aparecen en los mensajes, pero no de los menores que reciben mensajes y de ahí que las reflexiones de Canal Once han sido más que oportunas.

Las niñas y los niños menores de 15 años, suman más de 33 millones y representan el 28 por ciento de la población total.

La directora Jimena Saldaña nos hizo ver que su consumo de medios alcanza las cuatro horas y media de televisión al día y de ahí que los contenidos deben tomar en cuenta cada tipo de audiencia a la que se busca exponer un mensaje.

Todos los partidos fueron sensibles y respetuosos de las preocupaciones expresadas por Canal Once y finalmente hoy, se traducen esas deliberaciones en un instrumento concreto: hoy se formaliza un inédito convenio de colaboración entre Canal Once y el Instituto Nacional Electoral.

El convenio que estamos presentando esta mañana considera también a todos los partidos y las candidaturas. Hoy se formaliza un instrumento inédito de colaboración entre Canal Once, una televisora pública, el INE, los partidos políticos y candidaturas que decidan sumarse a producir contenidos adecuados para el público infantil.

La apuesta, por un acceso permanente y equitativo que permitiera a los partidos políticos tener espacio abierto en todas las señales de radio y televisión que hay en el país, se concretó hace una década con la reforma electoral del 2007.

Desde entonces, se garantiza que sus mensajes con ofertas de gobierno o representación legislativa, con críticas, con reflexiones o posturas ideológicas diversas, lleguen a la población sin censura previa en todos los horarios de transmisión sin que se permita compra de ninguna modalidad de tiempo aire, solo tiempos oficiales que administra el Instituto Nacional Electoral.

Ese modelo de comunicación política ha perdurado en su parte sustantiva, con él llegaremos al 2018 y vale decir que representa un mejor escenario de competencia, con piso parejo en la parte que tiene que ver con el derecho de todos los actores a exponer propaganda que se vea y se escuche en medios de gran alcance o de modesta potencia, en medios públicos y en medios privados.

Se trató de cambio fundamental que ha perdurado, aunque persisten retos concretos en la práctica cotidiana, como el dilema planteado en dónde pueden entrar en colisión el derecho a transmitir un spot en un horario o canal específico para niños y el derecho de las audiencias que están expuestas a su contenido.

Es recurrente que algunos especialistas califiquen de spotización la parte del modelo que privilegia formatos muy cortos y constantes, sin mucho margen para agrupar, más en horarios donde hay más audiencia objetivo, como es la de los mayores de edad en época de campañas y menos tiempos en los segmentos donde no está esa audiencia de partidos o candidaturas independientes, en donde sintonizan la televisión principalmente niños o adolescentes que no tienen posibilidad de acudir a las urnas todavía.

Por mandato constitucional, no hay flexibilidad en cuanto a esos horarios, deben difundirse en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cualquier tipo de emisora, y eso tuvo y tiene, una lógica de cerrar cualquier posibilidad a la interpretación que concluya por ejemplo, que los pautados de campañas políticas pueden cumplirse en la madrugada o en horas con muy poco auditorio, como ocurría con el uso de los tiempos del Estado hace algunos años.

El resultado de ese mandato de horarios y minutos para que todas las horas de transmisión abran espacio a partidos y candidaturas que buscan comunicarse con electores, es que esos horarios incluyen los segmentos que solo ven menores de edad, en algunos casos niños pequeños.

No hay discusión en que los espacios deban usarse tal y como el modelo lo marca en cada hora de transmisión, es decir, no es renunciable el tiempo del Estado, tampoco hay censura previa para contenidos de spots partidistas que vayan o no a horarios infantiles, pero si es posible y deseable, que partidos y autoridades electorales, tengamos en cuenta a esas audiencias infantiles al momento de ordenar que un promocional se transmita en un canal u horario específico.

El convenio que hoy firmamos, busca una solución que no implicará negarle promocionales a los partidos o dispensa de pautados electorales, ni promueve eliminación de spots.

Lo que se busca es aprovechar la experiencia de una televisora pública cuando se elaboren guiones y se perfilen contenidos que van a difundirse ante menores y esa solución ofrece servicios de asesoría en la producción de mensajes que, en libertad, cada partido político o candidatura decidan pautar en una emisora y en un horario que tiene público infantil como televidente.

Así cualquier partido que pueda transmitir sus spots en los horarios que ven los niños, pero la expectativa es que, si así lo deciden, se apoyen en una televisora pública con experiencia, y que en igualdad de circunstancia pueden impulsarse contenidos que sean apropiados para salvaguardar los derechos de las audiencias infantiles, sin afectar el derechos de los partidos a comunicarse con la sociedad a través de la radio y de la televisión.

Muchas gracias

-o0o-