

<p>Unidad Administrativa o Coordinación General del Instituto:</p> <p>Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales</p>	<p>Título de la propuesta de regulación:</p> <p>Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en cumplimiento a la sentencia dictada dentro del juicio de amparo 653/2019 del índice del Juzgado Primero de Distrito en Materia Administrativa en la Ciudad de México, aprueba y emite los Lineamientos Generales para garantizar los Derechos de las Audiencias.</p>	
<p>Responsable de la propuesta de regulación:</p> <p>Nombre: Mayra N. Gómez Rodríguez, Directora General de Política y Procedimientos Regulatorios en Medios y Contenidos Audiovisuales Teléfono: 5550154000 ext. 4843 Correo electrónico: mayra.gomez@ift.org.mx</p>	<p>Fecha de elaboración del análisis de impacto regulatorio:</p>	<p>19/11/2024</p>
	<p>En su caso, fecha de inicio y conclusión de la consulta pública:</p>	<p>05/08/2024 a 30/08/2024</p>

I. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS GENERALES DE LA PROPUESTA DE REGULACIÓN.

1.- ¿Cuál es la problemática que pretende prevenir o resolver la propuesta de regulación?

Detalle: i) el o (los) mercado(s) a regular; ii) sus condiciones actuales y sus principales fallas; y, iii) la afectación ocurrida a los consumidores, usuarios, audiencias, población indígena y/o industria del sector de telecomunicaciones y radiodifusión. Proporcione evidencia empírica que permita dimensionar la problemática, así como sus fuentes para ser verificadas.

El 24 de febrero de 2023 se recibió en este Instituto el proveído de fecha 22 del mismo mes y año, mediante el cual el Juzgado Primero de Distrito en Materia Administrativa de la Ciudad de México requirió a este Órgano Autónomo el cumplimiento de la sentencia del juicio de amparo 653/2019, interpuesto por la Asociación Mexicana de Defensorías de Audiencias (**AMDA**) en contra de los artículos 256, párrafo segundo y tercero de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (**LFTR**) y segundo transitorio del “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión del 31 de octubre de 2017” (**Decreto de Reforma de la LFTR**).¹

En términos de la sentencia del Amparo 653/2019 en cuestión, el Juzgador resolvió lo siguiente:

“... ”

En primer lugar, la inaplicabilidad de los artículos reclamados se traducirá en la obligación del Congreso de la Unión y del Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos de realizar lo siguiente: dentro de los treinta días hábiles siguientes al en que cause ejecutoria esta sentencia, deberán dejar sin efectos la expedición y promulgación del decreto por medio del cual fueron emitidos los artículos reclamados, exclusivamente por lo que hace a las porciones normativas declaradas inconstitucionales, transcritas a continuación.

¹ Disponible en el enlace:

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5503004&fecha=31/10/2017#gsc.tab=0

"Artículo 256.-

Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán contar con un Código de Ética, que, bajo un principio de autorregulación, tendrán por objeto informar al público en general la forma detallada como el propio concesionario se compromete a respetar y promover todos y cada uno de los derechos de las audiencias enumerados en el presente artículo. Los Códigos de Ética se difundirán en el portal de Internet de cada concesionario; serán presentados al Instituto para su inscripción en el Registro Público de Concesiones 15 días después de su emisión por parte del concesionario; regirán integralmente la actuación del defensor de la audiencia, e incluirán los principios rectores que se compromete a respetar el concesionario ante la audiencia.

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.

Así; resurgirá la vigencia del artículo 256, párrafo segundo de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, publicado en el Diario Oficial de la Federación el uno de junio de dos mil dieciséis, que en la parte que interesa señalaba lo siguiente:

"Artículo 256.-

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."

En consecuencia, quedarán expeditas las facultades del Instituto Federal de Telecomunicaciones para decidir si fija una fecha de inicio de vigencia de los "Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias", que expidió mediante acuerdo publicado el veintiuno de diciembre de dos mil dieciséis en el Diario Oficial de la Federación, o bien, si emite nuevos lineamientos en cumplimiento a la disposición normativa apenas transcrita."

Por lo anterior, en términos de la mencionada sentencia, el Instituto contaba con las siguientes opciones para el cumplimiento de la misma:

1. Decidir si señala una fecha para la entrada en vigor de los Lineamientos Generales sobre la Defensa de las Audiencias² (**Lineamientos sobre Audiencias**) aprobados y emitidos en 2016 y publicados en el DOF, o
2. Decidir si emite unos nuevos lineamientos en la materia en cumplimiento del segundo párrafo del artículo 256 de la LFTR.

Resulta también relevante señalar que el 29 de agosto de 2022 el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (**SCJN**) resolvió la Acción de Inconstitucionalidad 150/2017 y su acumulada 153/2017, en la cual declaró la invalidez del Decreto de Reforma de la LFTR publicado el 31 de octubre de 2017, con efectos a partir de la notificación de los puntos resolutive de la sentencia al Congreso de la Unión, lo que sucedió el 30 de agosto del 2022. En ese sentido, las disposiciones contenidas en el Decreto de Reforma de la LFTR mencionado, a partir de dicha fecha dejaron de producir efectos legales.

En virtud de todo lo anterior, la Unidad Medios y Contenidos Audiovisuales (**UMCA**) de este Órgano Autónomo realizó un análisis derivado del cual elaboró un Informe en el que advirtió que no se consideraba viable la opción relativa a señalar una fecha para la entrada en vigor de los Lineamientos sobre Audiencias de 2016, en virtud de que muchas de sus disposiciones se relacionaban con porciones inválidas de la LFTR en términos de la sentencia dictada en las Acciones de Inconstitucionalidad 150/2017 y su acumulada 153/2017 y sus efectos, o bien, se contrapondrían con disposiciones vigentes que desde el punto de vista regulatorio actualmente cumplen con su objeto en beneficio de las audiencias, tales como los Lineamientos Generales de Accesibilidad al Servicio de Televisión Radiodifundida,³ mismos que regulan los parámetros técnicos para el subtítulo oculto y la interpretación en Lengua de Señas Mexicana; y los Lineamientos Generales sobre las Guías Electrónicas de Programación del Servicio de Televisión Restringida.⁴ Dicho informe fue listado bajo el numeral II.1 del Orden del día de la XIX Sesión Ordinaria del Pleno del Instituto, celebrada el 2 de agosto de 2023.

Por lo anterior, el Pleno del Instituto, en la referida sesión, instruyó a la UMCA para que “en cumplimiento de la sentencia del Amparo 653/2019, inicie los trabajos necesarios a efecto de que se emitan unos nuevos Lineamientos Generales sobre los Derechos de las Audiencias, en términos del segundo párrafo del artículo 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.”

De esta manera, el Instituto, en cumplimiento de la sentencia en el Amparo 653/2019, y en ejercicio de lo previsto en el segundo párrafo del artículo 256 de la LFTR, cuya vigencia resurge en términos del referido amparo, elaboró los “Lineamientos Generales para garantizar los Derechos de las Audiencias” (**Lineamientos**), en el cual se referencian claramente los derechos de las audiencias contenidos en la LFTR, los parámetros mínimos que habrán de contener los códigos de ética, así como los aspectos que deben observarse alrededor de la figura de la defensoría de audiencias, en un marco que dote de eficacia y garantice el funcionamiento sustantivo de estos mecanismos como vehículos para la defensa de los derechos de las audiencias -sin generar derechos o mecanismos adicionales a los contenidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (**Constitución**) o en la LFTR- propiciando así las condiciones de seguridad para el ejercicio de la libertad de expresión de los servicios de radiodifusión y de televisión y/o audio restringidos, sin obstaculizar la correcta prestación de los mismos.

En ese sentido, los Lineamientos regulan el mercado de los servicios de radiodifusión y de televisión y/o audio restringidos en relación con sus audiencias, el cual anteriormente consistía en un marco

² Disponibles en el enlace:

https://diariooficial.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5493722&fecha=11/08/2017#gsc.tab=0

³ Disponibles en el enlace: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5538082&fecha=17/09/2018

⁴ Disponibles en el enlace: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5610680&fecha=02/02/2021#gsc.tab=0

autorregulatorio en el que los Concesionarios mencionados determinaban la manera en que se comprometían a respetar y promover todos y cada uno de los derechos de las audiencias establecidos en la LFTR, en tanto que respecto de la defensoría de audiencias no se aseguraba el que los Concesionarios o sujetos obligados contaran con esta figura.

2.- Según sea el caso, conforme a lo señalado por los artículos 51 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y 12, fracción XXII, de la Ley Federal de Competencia Económica, ¿considera que la publicidad de la propuesta de regulación pueda comprometer los efectos que se pretenden prevenir o resolver con su entrada en vigor?

Seleccione

Sí () No (X)

En caso de que la respuesta sea afirmativa, justifique y fundamente la razón por la cual su publicidad puede comprometer los efectos que se pretenden lograr con la propuesta regulatoria:

3.- ¿En qué consiste la propuesta de regulación e indique cómo incidirá favorablemente en la problemática antes descrita y en el desarrollo eficiente de los distintos mercados de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión, antes identificados?

Describa los objetivos de la propuesta de regulación y detalle los efectos inmediatos y posteriores que se esperan a su entrada en vigor.

Los Lineamientos tienen por objeto regular, en el marco de competencia del Instituto, los Códigos de Ética que deben emitir los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión, los Concesionarios del Servicio de Televisión y Audio Restringido y los Programadores, los cuales deben 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 Política de los Estados Unidos Mexicanos, garantizando 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. Asimismo, tendrán por objeto regular a las Defensorías de Audiencias. Lo anterior, en razón de que los mecanismos establecidos por la LFTR para la Defensa de las Audiencias son los Códigos de Ética y las Defensorías de Audiencias.

En ese sentido, los Lineamientos regulan las siguientes materias:

a) Códigos de Ética.

Por lo que hace a los Códigos de Ética, los Lineamientos establecen los elementos mínimos que se consideran necesarios que contengan los mismos con la finalidad de que cumplan con su objeto como mecanismo de protección a favor de las audiencias, esto es, aquellos elementos deontológicos que guían la programación y visión editorial de los respectivos Concesionarios y Programadores a través de Multiprogramación, así como en general su actuar frente a las audiencias en el marco de la libertad de expresión. Entre dichos elementos se encuentran la misión, la visión, valores y principios.

Asimismo, deberán contener la mención expresa respecto a la observancia de aquellos principios y preceptos a los que deben sujetarse las transmisiones en términos del marco jurídico aplicable,

tales como el caso de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, entre otras, mismas que establecen pautas específicas que debe contener la programación, así como obligaciones con las que deben de cumplir los medios de comunicación a ese respecto.

Igualmente, se incluye que los Códigos de Ética de los sujetos referidos deberán contener la mención expresa de que en conjunto con la Defensoría de Audiencias (para el caso de Concesionarios de Radiodifusión y Programadores) contarán con los medios para la recepción de las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones presentadas por las Audiencias; lo anterior, con objeto de que se reconozca en el marco de los instrumentos deontológicos referidos, que los Concesionarios y Programadores cuentan con canales para recibir este tipo de comunicaciones.

b) Derechos de las Audiencias

Respecto a los derechos de las audiencias previstos por los Lineamientos, se retoman los derechos reconocidos en el catálogo del artículo 256 de la LFTR del marco legal vigente, así como los derechos de las audiencias con discapacidad reconocidos por el artículo 258 de la mencionada legislación.

c) Defensoría de Audiencia

Respecto de las Defensorías de Audiencias para los Concesionarios del servicio de radiodifusión los Lineamientos prevén la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión, así como los Programadores a través de Multiprogramación de contar con una Defensoría de Audiencias que podrá ser del mismo concesionario o programador, conjunta entre varios concesionarios o programadores a través de Multiprogramación o a través de organismos de representación.

Asimismo, con la intención de establecer un marco general sobre el actuar de la persona Defensora de Audiencias, los Lineamientos contemplan un listado de responsabilidades y funciones de dicho mecanismo, encaminado a proteger los derechos de las audiencias, incluyendo las audiencias con discapacidad; así como un procedimiento general para la atención de las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de la audiencia por parte de la Defensoría de Audiencias.

d) Servicio de Televisión y Audio Restringidos

El marco legal vigente contempla la figura de la Defensoría de Audiencias únicamente para el servicio de radiodifusión, no obstante es importante señalar la existencia de personas que consumen contenidos de audio o audiovisuales, independientemente de que tengan o no una relación contractual con el concesionario prestador del servicio, por ejemplo, el caso de niñas, niños y adolescentes, que al situarse frente a la pantalla lo hacen también como audiencias.

En virtud de lo cual los Lineamientos establecen que las audiencias en el servicio de televisión y audio restringidos podrán presentar directamente a los Concesionarios de dicho servicio las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones sobre los contenidos que transmitan, a efecto de que los mismos determinen lo conducente. Para ello, los Lineamientos establecen que los referidos Concesionarios de televisión y audio restringidos deberán contar con correo electrónico, páginas electrónicas o un número telefónico a disposición de las Audiencias, asegurando que estén habilitados y sean funcionales.

En relación con los efectos de la regulación, se espera que los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión, los Programadores a través de Multiprogramación y los Concesionarios del Servicio

de Televisión y/o Audio Restringidos expidan Códigos de Ética de conformidad con la LFTR y los Lineamientos, así como que soliciten su inscripción ante el Registro Público de Concesiones dentro del plazo de 60 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de los Lineamientos.

Igualmente, los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión y los Programadores a través de Multiprogramación que no lo hayan hecho, designarán a sus respectivos Defensores o Defensoras de Audiencias y solicitarán su inscripción ante el mencionado Registro Público de Concesiones en el mismo plazo de 60 días naturales contados a partir de la entrada en vigor de los Lineamientos.

Posteriormente se espera que las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las audiencias de los referidos servicios sean atendidas por la Defensoría de Audiencias de conformidad por lo previsto en los Lineamientos, así como en sus respectivos Códigos de Ética.

Con esto se asegurará el establecimiento de los mecanismos para la protección de los Derechos de las Audiencias previstos por la LFTR.

4.- Identifique los grupos de la población, de consumidores, usuarios, audiencias, población indígena y/o industria del sector de telecomunicaciones y radiodifusión que serían impactados por la propuesta de regulación.

Describa el perfil y la porción de la población que será impactada por la propuesta de regulación. Precise, en su caso, la participación de algún Agente Económico Preponderante o con Poder Sustancial de Mercado en la cadena de valor. Seleccione los subsectores y/o mercados que se proponen regular. Agregue las filas que considere necesarias.

Población	Cantidad
Audiencias del servicio de Radiodifusión	De acuerdo con la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales del 2023 ⁵ , el 95% de los hogares encuestados reportó tener televisión, de los cuales el 53% de los hogares declaró tener únicamente señal de televisión radiodifundida. Asimismo, el 35% de las personas encuestadas declararon escuchar estaciones de radio.
Audiencias del servicio de Televisión y/o Audio Restringidos	Asimismo, del 95% de los hogares encuestados que reportó tener televisión en la mencionada ENCCA, el 47% de ellos cuenta con señal de televisión de paga.
Concesionarios del servicio de Radiodifusión	1,627 Concesionarios ⁶ Es de advertir que dentro del universo de concesionarios del servicio de radiodifusión se encuentran los concesionarios que fueron determinados por el Instituto como Agente Económico Preponderante en el sector de Radiodifusión.
Concesionarios del servicio de Televisión y/o Audio Restringidos	665 Concesionarios ⁷ Dentro del universo de Concesionarios del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos se encuentran los concesionarios que fueron determinados por el Instituto como Agente Económico con Poder Sustancial en diversos mercados correspondiente a la provisión de dicho servicio.
Programadores a través de Multiprogramación	11 Programadores ⁸
Subsector o mercado impactado por la propuesta de regulación	
516110 Estaciones de transmisión de programas de radio	
516120 Estaciones de transmisión de programas de televisión	
51731 Operadores de servicios de telecomunicaciones alámbricas e inalámbricas	
51741 Operadores de servicios de telecomunicaciones vía satélite	
516210 Servicios de distribución de audio y video en tiempo real (streaming), redes sociales, cadenas de radio y televisión y otros proveedores de contenido	

⁵ Disponible en el enlace: https://somosaudiencias.ift.org.mx/sub-secciones/2#documento=https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/01reportefinalencca2023_vp.pdf&id:16

⁶ Elaboración propia con información obtenida del Registro Público de Concesiones, disponible en el enlace <https://rpc.ift.org.mx/vrpc/>.

⁷ *Ibid.*

⁸ Información obtenida a partir del Listado de autorizaciones de acceso a Multiprogramación, disponible en el enlace: <https://www.ift.org.mx/industria/umca>

5.- Refiera el fundamento jurídico que da origen a la emisión de la propuesta de regulación y argumente si sustituye, complementa o elimina algún otro instrumento regulatorio vigente, de ser así, cite la fecha de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos**
Artículos 60., apartado B, fracciones III y VI; y 28, párrafos décimo sexto, décimo séptimo y vigésimo primero fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- **Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión**
Artículos 1, 2, 7, 15, fracciones I, XL y LVI, 17, fracción I, 51, 256, 258, 259 y 261.
- **Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones**
Artículos 1, 4 fracciones I y V inciso iv), 6 fracción I, 37 y 38 fracción I y III del Estatuto Orgánico del Instituto Federal de Telecomunicaciones.
- **Sentencia en el Juicio de amparo 653/2019**, emitida por el Juzgado Primero de Distrito en Materia Administrativa del Primer Circuito.

Finalmente, se señala que los Lineamientos complementan lo dispuesto por la Constitución y por la LFTR en materia de derechos de las audiencias y sus mecanismos de protección; en ese sentido, regulan lo establecido por dichas disposiciones jurídicas a efecto de dotar de eficacia y garantizar el funcionamiento sustantivo de estos mecanismos como vehículos para la defensa de los derechos de las audiencias -sin generar derechos o mecanismos adicionales a los contenidos en la Constitución o en la LFTR-, propiciando las condiciones de seguridad para el ejercicio de la libertad de expresión de los servicios de radiodifusión y de televisión y/o audio restringidos, sin obstaculizar la correcta prestación de los mismos.

II. ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS A PROPÓSITO DE LA PROPUESTA DE REGULACIÓN.

6.- Para solucionar la problemática identificada, describa las alternativas valoradas y señale las razones por las cuales fueron descartadas, incluyendo en éstas las ventajas y desventajas asociadas a cada una de ellas.

Seleccione las alternativas aplicables y, en su caso, seleccione y describa otra. Considere al menos tres opciones entre las cuales se encuentre la opción de no intervención. Agregue las filas que considere necesarias.

Alternativa evaluada	Descripción	Ventajas	Desventajas
<i>No emitir regulación alguna</i>	Consiste en que el Instituto no emita ninguna disposición regulatoria y que la materia sea exclusivamente regulada por la Constitución y la LFTR.	Los concesionarios ya conocen las disposiciones vigentes en la materia.	El Pleno del IFT incurriría en desacato a la sentencia en el juicio de amparo 653/2019. Asimismo, no se garantizaría que todos los Concesionarios y Programadores como sujetos obligados contaran de manera obligatoria con mecanismos de defensa de los Derechos de las

			Audiencias, con las implicaciones de desprotección que esto conlleva hacia estas últimas en cumplimiento del segundo párrafo del artículo 256 de la LFTR.
--	--	--	---

No existen otras alternativas en virtud de que el Amparo vincula al Instituto de esta manera, toda vez que el marco legal de referencia dispone la obligación del Instituto de emitir lineamientos con el objeto de proteger los Derechos de las Audiencias, a través de los mecanismos (Códigos de Ética y Defensorías de las Audiencias) dispuestos para tal fin.

<p>7.- Incluya un comparativo que contemple las regulaciones implementadas en otros países a fin de solventar la problemática antes detectada o alguna similar.</p> <p>Refiera por caso analizado, la siguiente información y agregue los que sean necesarios:</p> <p>a) Derechos de las audiencias</p>	
Caso 1	
País o región analizado:	Alemania
Nombre de la regulación:	Interstate Media Treaty
Principales resultados:	Se analizaron los siguientes derechos: <ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la pluralidad de opinión (Sección IV, sub sección 3) • No discriminación como principio programático y de contenido en publicidad (artículos 3, 8 y 51). • Respeto a los derechos humanos y protección de menores como principio programático (artículos 3 y 51).
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Interstate_Media_Treaty_en.pdf
Información adicional:	
Caso 2	
País o región analizado:	Argentina
Nombre de la regulación:	Ley 26.522 - Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República de Argentina
Principales resultados:	Se analizaron los siguientes derechos: <ul style="list-style-type: none"> • Respeto y promoción del pluralismo político (Artículo 121) • Respeto a horarios (Artículo 85) • Mantener la misma calidad de audio y video en la programación y la publicidad • Prohibición de discriminación (artículos 3, 71 y 81)

	<ul style="list-style-type: none"> Respeto a los derechos humanos y protección de menores como principio programático y publicitario (Artículos 3 y 68)
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf
Información adicional:	
Caso 3	
País o región analizado:	Australia
Nombre de la regulación:	Broadcasting Services Act 1992 (Part 4, 28)
Principales resultados:	<p>Se analizaron los siguientes derechos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Reglas para la pluralidad de medios (numeral 61AB) Mantener la misma calidad de audio y video entre la programación y la publicidad (Free TV Australia Operational Practice OP-48 y Free TV Australia Operational Practice OP-59) Prohibición de discriminación (numerales 3 y 123) Respeto a los derechos humanos, igualdad de género y protección de menores (numerales 3 y 123)
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.legislation.gov.au/C2004A04401/latest/text
Información adicional:	<ul style="list-style-type: none"> Media diversity measurement framework in Australia (ACMA) https://www.acma.gov.au/media-diversity-measurement-framework Free TV Australia Operational Practice OP-48 https://www.freetv.com.au/op-47-storage-and-distribution-of-teletext-subtitle-and-vbi-data-issue-6-may-2018-2/ Free TV Australia Operational Practice OP-59 https://www.freetv.com.au/op-59-measurement-and-managemnt-of-loudness-for-tv-broadcasting-issue-4-october-2018/
Caso 4	
País o región analizado:	España
Nombre de la regulación:	Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual
Principales resultados:	<p>Se analizaron los siguientes derechos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Promoción de la pluralidad de la comunicación audiovisual, en la diversidad de fuentes y contenidos en la prestación de servicios de comunicación audiovisual

	<ul style="list-style-type: none"> • Avisos parentales (Artículos 97 y 98) • Prohibición de discriminación (Artículo 4) • Respeto a los derechos humanos, igualdad de género y protección de menores (Artículos 4 y 6, Título VI, Capítulo I)
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311
Información adicional:	
Caso 5	
País o región analizado:	Reino Unido
Nombre de la regulación:	OFCOM Broadcasting Code
Principales resultados:	<p>Se analizaron los siguientes derechos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pluralidad (Measurement framework for media plurality) • Mantener la misma calidad de sonido entre la programación y la publicidad (The UK Code of Broadcast Advertising - BCAP Code) • Prohibición de discriminación (Broadcasting Code - Sección 2) • Protección de menores (Broadcasting Code - Sección 1)
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-standards/broadcast-code/
Información adicional:	<ul style="list-style-type: none"> • Measurement framework for media plurality (OFCOM) https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/consultations/7875-media-plurality-framework/statement/measurement_framework_for_media_plurality_statement.pdf • The UK Code of Broadcast Advertising - BCAP Code https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/broadcast-code.html
b) Códigos de ética	
Caso 1	
País o región analizado:	Alemania
Nombre de la regulación:	Interstate Media Treaty
Principales resultados:	Se analizó la legislación en torno a las siguientes materias:

	<ul style="list-style-type: none"> • Sujeción a la autorregulación del Código de Prensa y el Reglamento de Reclamaciones del Consejo de Prensa Alemán. • Afiliación a una institución de autorregulación voluntaria reconocida.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze Staatsvertraege/Interstate_Media_Treaty_en.pdf
Información adicional:	<ul style="list-style-type: none"> • Presskodex https://www.presserat.de/pressekodex.html • Interstate Treaty on the Protection of Human Dignity and the Protection of Minors in Broadcasting and in Telemedia https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze Staatsvertraege/JMStV/JMStV_english_version.pdf • Asociación alemana de autorregulación voluntaria de la Televisión https://www.fsm.de/en/fsm/
Caso 2	
País o región analizado:	Argentina
Nombre de la regulación:	Ley 26.522 – Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República de Argentina
Principales resultados:	Como parte de las atribuciones de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, se encuentra promover la aprobación de un Código de Ética, así como de establecer los mecanismos de control a efectos de verificar trasgresiones a sus disposiciones.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf
Información adicional:	<p>El Código de Ética de la TV Pública⁹, cuenta con los siguientes principios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libertad editorial • Diversidad y respeto por grupos minoritarios. • Respeto del interés público y social evitando uso del discurso de odio y estereotipos. • Diferenciación de opinión respecto de la información. • Veracidad de la información. • Derecho de rectificación. • Reconocimiento de la lucha de pueblos indígenas. • Inclusión de mecanismos de accesibilidad.

⁹ <https://new.tvpublica.com.ar/wp-content/uploads/2021/12/C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-versi%C3%B3n-final-1.pdf>

	<ul style="list-style-type: none"> • Uso adecuado de las imágenes respecto a la información. • Promoción del uso responsable de plataformas digitales e información empleada. • Uso correcto de lenguaje. • Independencia económica del medio y la información. • Promoción de la educación ambiental. • Difusión de títulos de inicio y créditos finales. • Promoción de la Alfabetización Mediática.
Caso 3	
País o región analizado:	Australia
Nombre de la regulación:	Broadcasting Services Act 1992 (Part 4, 28)
Principales resultados:	<p>ACMA (organismo regulador) establece la necesidad de desarrollar códigos de prácticas de la industria audiovisual, respecto de, entre otros, los siguientes rubros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - métodos de clasificación del contenido - promoción de la precisión y la equidad en el contenido de transmisión de datos que consiste en noticias o temas de actualidad - impedir la transmisión de contenidos de difusión de noticias falsas - reglas sobre publicidad - métodos de atención a quejas del público respecto de la transmisión de contenidos contrarios al cumplimiento de los códigos de práctica, informar a la autoridad audiovisual sobre las quejas presentadas.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.legislation.gov.au/C2004A04401/latest/text
Información adicional:	<ul style="list-style-type: none"> • ABC Code of Practice https://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2024/01/ABC-Code-of-Practice-2024.pdf <p>Contiene los siguientes principios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Veracidad de la información (Página 3) - Imparcialidad de la información (Página 3) - Violencia en la información (Página 3) - Programación infantil (Página 3) - Clasificación de los contenidos (Página 3) <ul style="list-style-type: none"> • SBS Code of Practices https://www.sbs.com.au/aboutus/wp-content/uploads/2023/04/sbs_code_of_practice_2021_amended_2022.pdf <p>Contiene los siguientes principios:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Independencia e integridad editorial (Numeral 3.1) - Veracidad de la información (Numeral 3.2) - Diversidad de la información (Numeral 3.3) - Violencia en la información (Numeral 4.1) - Clasificación de los contenidos (Numeral 4.1.3) - Publicidad (Numeral 4.2) - Discriminación (Numeral 5.1) - Contenido cultural y lingüístico (Numeral 5.3) - Clasificación de la programación (Apéndice 1)
Caso 4	
País o región analizado:	España
Nombre de la regulación:	Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual
Principales resultados:	<p>La autoridad audiovisual, en el ámbito de sus atribuciones promoverá el uso de la autorregulación y la corregulación mediante la adopción voluntaria de códigos de conducta de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Ser aceptados por los principales interesados. b) Exponer clara e inequívocamente sus objetivos. c) Prever un seguimiento y evaluación periódicos, transparentes e independientes de la consecución de los objetivos perseguidos. d) Prever los medios para una aplicación efectiva, incluidas unas sanciones efectivas y proporcionadas. e) Prever mecanismos de reclamaciones de usuarios. f) Prever sistemas de resolución extrajudicial de conflictos ante entidades acreditadas como entidades de resolución alternativa de litigios, de conformidad con lo previsto en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. g) Establecer mecanismos de consulta previa para asegurar el cumplimiento normativo y evitar incurrir en posibles infracciones y riesgos reputacionales. h) Establecer órganos independientes de control para asegurar el cumplimiento eficaz de los compromisos asumidos.

	<p>i) Respetar la normativa sobre defensa de la competencia.</p> <p>Asimismo, deberán promover:</p> <p>a) Protección de los usuarios.</p> <p>b) Protección de la salud pública en el ámbito audiovisual.</p> <p>c) Protección de los menores en los servicios de comunicación audiovisual y en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.</p> <p>d) Reducción efectiva de la exposición de los menores a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a alimentos y bebidas con alto contenido en sal, azúcares, grasa, grasas saturadas o ácidos grasos trans, o que no se ajustan por otros conceptos a las directrices nutricionales nacionales o internacionales.</p> <p>e) Reducción efectiva de la exposición de los menores a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a bebidas alcohólicas.</p> <p>f) Protección de los menores de la exposición a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a la promoción de los juegos de azar.</p> <p>g) Protección de los usuarios respecto de contenidos que atenten contra la dignidad de la mujer, o fomenten valores sexistas, discriminatorios o estereotipados.</p> <p>h) Fomento de una imagen ajustada, respetuosa, apreciativa, inclusiva y libre de estereotipos de las personas de minorías raciales o étnicas en los contenidos audiovisuales y que tenga en consideración una presencia proporcional al peso y a la participación de dichas personas en el conjunto de la sociedad.</p> <p>i) Protección de los usuarios respecto de contenidos que fomenten una imagen no ajustada o estereotipada de las personas con discapacidad.</p> <p>j) Protección de los usuarios respecto de la desinformación.</p> <p>k) Protección de los usuarios respecto de los contenidos con violencia gratuita y pornografía.</p> <p>l) Protección y fomento de diversidad lingüística y cultural.</p> <p>m) Fomento de la alfabetización mediática, informativa y audiovisual favorecedora del derecho de acceso a los servicios públicos de comunicación audiovisual.</p> <p>n) Protección de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito audiovisual.</p> <p>ñ) Colaboración de los titulares de derechos de autor y derechos conexos, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos</p>
--	--

	<p>a través de plataforma, los servicios de pagos electrónicos o de publicidad, y otros interesados, para la eliminación de los contenidos y actividades vulneradoras de los derechos de propiedad intelectual.</p> <p>o) Fomento de contenidos audiovisuales que promuevan el respeto a la naturaleza, las acciones que tengan como objetivo la preservación del medio ambiente y alerten de las consecuencias provocadas por el cambio climático.</p> <p>p) Fomento de contenidos audiovisuales que promuevan el bienestar de los animales.</p>
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311
Información adicional:	<p>Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancias https://www.rtve.es/codigo-autorregulacion/</p> <p>Establece lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Respeto a los derechos humanos de los menores que participen en la programación. • Fomento del control parental. • Alfabetización de niños evitando lenguaje inapropiado. • No incitar la imitación de comportamientos perjudiciales para los niños. • No explotación de conflictos personales y familiares como espectáculo. • Fomento de contenidos educativos e informativos para audiencias infantiles. • Participación de profesionales en programas infantiles. • Avisos de protección para audiencias infantiles. • Contenidos adecuados para menores. • Protección de la identidad de los menores. • Tratamiento de menores como telespectadores. • Respeto por el horario de protección. • Respeto por las franjas horarias de protección reforzada. • Control parental. • Clasificación de contenidos. • Señalización • Alfabetización mediática.
Caso 5	
País o región analizado:	Perú

Nombre de la regulación:	Ley No. 28278 Ley de Radio y Televisión
Principales resultados:	Los Códigos de ética deberán basarse en los principios contenidos en la normativa audiovisual, así como en los tratados en materia de Derechos Humanos, en los cuales se incluirán las disposiciones relativas al horario familiar, mecanismos concretos de autorregulación y la regulación de la cláusula de conciencia.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28278.pdf
Información adicional:	
Caso 6	
País o región analizado:	Reino Unido
Nombre de la regulación:	Communications Act 2003
Principales resultados:	La autoridad audiovisual (OFCOM) establece y revisa periódicamente los estándares para el contenido de los programas transmitidos en radio y televisión. Los objetivos de dichos estándares son, entre otros, los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> - Protección de menores de edad; - No incluir material audiovisual que aliente o incite a la comisión de delitos; - Emisión de noticias con imparcialidad en cumplimiento a los requisitos de imparcialidad del artículo 320, asimismo, las noticias deben ser transmitidas con exactitud; - El contenido de los programas de carácter religioso debe ser ejercido de manera responsable; - Aplicación de los estándares a los contenidos de los servicios de radio y televisión a fin de proporcionar una protección adecuada al público contra la inclusión en dichos servicios de material ofensivo y nocivo; - No inclusión de publicidad engañosa en los servicios de televisión y radio; - Reglas para patrocinios en programas incluidos en servicios de televisión y radio.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents/enacted
Información adicional:	
Caso 7	
País o región analizado:	Unión Europea
Nombre de la regulación:	Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual

Principales resultados:	<p>La Directiva establece que los estados miembros deben alentar al uso de la corregulación y promover la autorregulación mediante la adopción de códigos de conducta adoptados a nivel nacional,</p> <p>Dichos códigos deberán de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) gozar de amplia aceptación entre los principales interesados en los Estados miembros de que se trate; b) exponer de manera clara e inequívoca sus objetivos; c) prever un seguimiento y evaluación periódicos, transparentes e independientes de la consecución de los objetivos perseguidos, y d) prever los medios para una aplicación efectiva, incluidas unas sanciones efectivas y proporcionadas. <p>Menciona la facultad de las autoridades nacionales para efecto de exigir a los prestadores de servicios audiovisuales el cumplimiento de normas más estrictas cuando los códigos de autorregulación no sean suficientemente eficaces.</p>
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:02010L0013-20181218
Información adicional:	
c) Defensoría de audiencias	
Caso 1	
País o región analizado:	Alemania
Nombre de la regulación:	Interstate Media Treaty
Principales resultados:	<p>Los medios audiovisuales y las editoriales periodísticas deben estar sujetos a la autorregulación del Código de Prensa y el Reglamento de Reclamaciones del Consejo de Prensa Alemán.</p> <p>Así como la afiliación a una institución de autorregulación voluntaria reconocida con fundamento en el artículo 19, apartado 3.</p> <p>Procedimiento de Reclamaciones del Consejo Alemán de Prensa, de acuerdo con el artículo 113 del Interstate Media Treaty.</p>
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rech

	tsgrundlagen/Gesetze Staatsvertraege/Interstate_Media_Treaty_en.pdf
Información adicional:	El procedimiento de Reclamaciones del Consejo Alemán de Prensa, se regula por los Estándares éticos para el Periodismo (Presskodex ¹⁰) en el cual se establecen las directrices para el trabajo periodístico, entre sus principios se encuentran la Veracidad y el respeto a la dignidad humana, la protección de la personalidad y la no discriminación
Caso 2	
País o región analizado:	Argentina
Nombre de la regulación:	Ley 26.522 - Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República de Argentina
Principales resultados:	<p>Prevé la existencia de una Defensoría del Público que reciba consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión.</p> <p>Dicha Defensoría del Público emite Recomendaciones públicas a los titulares, autoridades o profesionales de los medios de comunicación social contemplados en la Ley.</p> <p>Asimismo, se prevé la presentación ante la Cámara Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual un informe anual de sus actuaciones.</p>
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf
Información adicional:	En la página oficial de la Defensoría del Público, se publican Informes anuales en los que se incluye la estadísticas de los Reclamos y consultas de las audiencias. ¹¹
Caso 3	
País o región analizado:	Australia
Nombre de la regulación:	Broadcasting Services Act 1992
Principales resultados:	La autoridad audiovisual (ACMA) publica la mayoría de los informes de investigación en su sitio web e incluye un resumen de su informe anual y en otras publicaciones., recibe quejas de las audiencias y emite Recomendaciones al respecto.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.legislation.gov.au/C2004A04401/2022-02-18/text

¹⁰ <https://www.presserat.de/presssekodex.html>

¹¹ <https://defensadelpublico.gob.ar/institucional/informes-anuales/>

<p>Información adicional:</p>	<p>Commercial television industry code of practice 2015¹² (numerales 7.2-7.4) Cada concesionario mantendrá registros sobre la cantidad y el contenido de las quejas contra el Código recibidas. ABC Code of Practice¹³ (Sección Complaints“). Recepción de quejas que debe ser respondidas en los 30 días siguientes o, si son quejas complejas, se da un plazo de 60 días SBS Code of Practice¹⁴(Numeral 6). El Ombudsman de la SBS, a su discreción, puede emitir una respuesta escrita en alguno de los sentidos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer que se ha producido una infracción; • disculparse; • difundir o publicar la información corregida; o • difundir o publicar una corrección, retractación o disculpa.
<p>Caso 4</p>	
<p>País o región analizado:</p>	<p>Brasil</p>
<p>Nombre de la regulación:</p>	<p>1. Lei Nº 11.652, de 7 de abril de 2008 2. Norma de Ouvidoria NOR 104</p>
<p>Principales resultados:</p>	<p>1. La Ouvidoria del EBC es el responsable de la crítica interna de la programas producidos o emitidos, así como, la de examinar y opinar sobre las quejas y reclamos de los televidentes y oyentes de radio relacionados con la programación.</p> <p>Elabora informes bimestrales sobre el desempeño de la EBC, los cuales se envían a los miembros del Comité Editorial y de Programación.</p> <p>2. Dentro de las funciones que le son conferidas al EBC, se resaltan las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitorear la prestación de los servicios, con el objetivo de garantizar su eficacia. • Proponer mejoras en la prestación de servicios y contenidos producidos por la EBC en sus diversas plataformas. • Proponer la adopción de medidas para defender los derechos de los usuarios. • Recibir, analizar y remitir las manifestaciones a los gestores competentes, supervisando el tratamiento

¹² <https://www.acma.gov.au/publications/2019-10/rules/commercial-television-industry-code-practice-2015>

¹³ <https://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2024/01/ABC-Code-of-Practice-2024.pdf>

¹⁴ https://www.sbs.com.au/aboutus/wp-content/uploads/2023/06/sbs_code_of_practice_july_2021.pdf

	<p>y conclusión efectiva de las demandas de los usuarios ante la EBC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer crítica interna de la programación producida o transmitida por la Empresa, con respecto al cumplimiento de los principios y objetivos de los servicios públicos de radiodifusión. <p>La Ouvidoria, presenta los siguientes informes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informe anual de gestión, el cual consolida las informaciones relativas a las manifestaciones remitidas por los usuarios de los servicios públicos y, con base en ellas, sugiere mejoras en la prestación de los servicios públicos. <p>Informes bimestrales sobre el desempeño de la EBC, los cuales se envían a los miembros del Comité Editorial y de Programación.</p> <p>El procedimiento a seguir varía según lo que la audiencia le presente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Numeral 8.5. Si se presenta alguna manifestación respecto de la programación, La Ouvidoria elaborará una respuesta concluyente a las manifestaciones recibidas en un plazo de 30 días prorrogables por un periodo igual • Numeral 8.6. Si se presenta una felicitación, esta se envía al responsable de la prestación del servicio y a su superior jerárquico. • Numeral 8.7. Si se presenta una denuncia, se remite al responsable de la prestación del servicio y a su superior jerárquico cuya respuesta deberá contener información objetiva sobre el hecho denunciado. • Numeral 8.8. Si se presenta una sugerencia, se remite al responsable de la prestación del servicio quien será el responsable de expresar su opinión sobre la posibilidad de adoptar la medida sugerida. • Numeral 8.9. Si se presenta una denuncia, esta deberá contener elementos mínimos descriptivos de la irregularidad o evidencia que permita llegar a dichos
--	---

	elementos y su respuesta concluyente a la denuncia contendrá información sobre su remisión a los órganos de investigación competentes y los procedimientos a adoptar.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	<ol style="list-style-type: none"> 1. https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm 2. https://www.ebc.com.br/sites/institucional/files/atoms/files/nor_104_-_norma_de_ouvidoria_-_versao_31_-_direz_125_de_27.12.18.pdf
Información adicional:	
Caso 5	
País o región analizado:	Chile
Nombre de la regulación:	Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión
Principales resultados:	El Consejo Nacional de Televisión es quien recibe las denuncias.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2021/09/Acuerdo-S_N_21-ABR-2016.pdf
Información adicional:	<p>En el portal oficial del Consejo Nacional de Televisión¹⁵ se encuentran los apartados denominados "Ranking de denuncias e Historial de Sanciones" los cuales recopilan las denuncias y sanciones por mes y año.</p> <p>Se sanciona según su gravedad, con:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amonestación. • Multa no inferior a 20 ni superior a 1.000 UTM. • Suspensión de las transmisiones hasta por un plazo de siete días, tratándose de infracciones graves y reiteradas. • Caducidad de la concesión. <p>Política editorial de TVN¹⁶, recibe quejas de la audiencia, sobre las cuales emite Aclaración o Rectificación, o Derecho de Réplica.</p>
Caso 6	
País o región analizado:	Colombia
Nombre de la regulación:	Resolución 6261 de 2021
Principales resultados:	Prevé la figura del Defensor del Televidente quien recibe observaciones, comentarios, peticiones, quejas y reclamos.

¹⁵ <https://cntv.cl/denuncias/>

¹⁶ <https://estaticos.tvn.cl/skins/web-assets/images/corporativo/2022/Politica-Editorial-TVN-2022.pdf>

	<p>La Resolución en cuestión establece que los concesionarios del servicio público de televisión abierta, en todas las modalidades y niveles de cubrimiento o quienes cuenten con habilitación general para tal efecto, deberán destinar un espacio al Defensor del Televidente (artículo 15.2.2.1)</p> <p>Asimismo, establece que cada concesionario de televisión abierta o quien cuente con habilitación general para tal efecto, deberá contar con mecanismos que faciliten la recepción de observaciones, comentarios, peticiones, quejas y reclamos, sobre la programación o su funcionamiento interno, por parte del televidente. Los mecanismos que se utilizarán en cada vigencia deberán ser informados a la CRC, dentro de los primeros quince (15) días hábiles de cada año. (artículo 15.2.2.4)</p> <p>Para el caso de TDT, dicha resolución establece que cada concesionario, licenciataria y/o quien cuente con habilitación general deberá designar un Defensor del Televidente para la totalidad de la oferta televisiva digital, destinando un espacio en el canal principal digital en las condiciones previstas en los artículos anteriores, y/o en las normas que lo modifiquen, adicionen o deroguen.</p>
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://cocom.gov.co/sites/default/files/normativa/00006261%20Compila%20TV.pdf
Información adicional:	<p>Proyecto de resolución por la cual se subrogan las secciones I y II del Capítulo II y el Capítulo III del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones.¹⁷, que contempla la figura de Defensor del televidente, mediante la recepción de observaciones y sugerencias, de las cuales emite respuestas.</p>
Caso 7	
País o región analizado:	España (Andalucía)
Nombre de la regulación:	Norma reguladora del Defensor o la Defensora de la Audiencia de la Radio y Televisión de Andalucía
Principales resultados:	<p>Contempla la figura del Defensor o la Defensora de la Audiencia de la Radio y la Televisión, quien recibe Reclamaciones, Quejas o Sugerencias, para cuyas respuestas cuenta con un plazo máximo de 30 días, en las cuales aportará las explicaciones recibidas y, en su caso, con la calificación que a su juicio merezcan.</p>

¹⁷ https://www.redjurista.com/appfolders/images/news/PR_CRC_0001AJ_2022.pdf

	<p>Presenta mensualmente un informe al Consejo de Administración con las reclamaciones, quejas o sugerencias registradas y las respuestas aportadas.</p> <p>Además, presentar anualmente al Consejo de Administración un informe comparativo de la evolución de los asuntos tratados.</p>
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.canalsur.es/defensor/Norma_reguladora_del_Defensor_o_la_Defensora_de_la_Audieucia_de_la_Radio_y_Televisi3n_de_Andalucia/1267984.html
Información adicional:	<p>Estatuto del Defensor del Espectador, oyente y usuario de medios interactivos¹⁸</p> <p>Contempla al Defensor del Espectador, del Oyente y de los Medios Interactivos de RTVE, quien recibe reclamaciones, quejas o sugerencias, de las cuales debe emitir una respuesta a los espectadores oyentes y usuarios de medios interactivos en un plazo máximo de 30 días aportando explicaciones recibidas, con la calificación que a su juicio merezca.</p> <p>Debe presentar un informe trimestral al Consejo de Administración a través de la Comisión de Servicio Público y a la dirección de las empresas TVE y RNE.</p> <p>Además, debe presentar anualmente al Consejo de Administración y a la Dirección de las Empresas TVE y RNE, un informe comparativo de la evolución de los asuntos planteados.</p>
Caso 8	
País o región analizado:	Reino Unido
Nombre de la regulación:	Communications Act 2003
Principales resultados:	<p>Dentro de las funciones de OFCOM, se encuentra dar publicidad a las quejas sobre el cumplimiento de los estándares establecidos por la propia autoridad audiovisual.</p> <p>Las decisiones del OFCOM se publican en su página oficial y puede considerar la imposición de una sanción legal.</p>
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents
Información adicional:	<ul style="list-style-type: none"> Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio

¹⁸ https://www.rtve.es/contenidos/documentos/Estatuto_defensora.pdf?origen=app

	https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0020/55109/breaches-content-standards.pdf
Caso 9	
País o región analizado:	Uruguay
Nombre de la regulación:	Ley 19307 de Medios
Principales resultados:	El Estado promoverá que los titulares de servicios de comunicación audiovisual, en forma individual o colectiva, designen un defensor de la audiencia, quien tendrá la responsabilidad de recibir y responder las comunicaciones que remita el público con relación al cumplimiento del código de ética o de conducta profesional respectivo.
Referencia jurídica de emisión oficial:	
Vínculos electrónicos de identificación:	https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014
Información adicional:	

III. IMPACTO DE LA PROPUESTA DE REGULACIÓN.

8.- Refiera los trámites que la regulación propuesta crea, modifica o elimina¹⁹.

Este apartado será llenado para cada uno de los trámites que la regulación propuesta origine en su contenido o modifique y elimine en un instrumento vigente. Agregue los apartados que considere necesarios.

Trámite 1.

Acción	Tipo
Modificación	Trámite

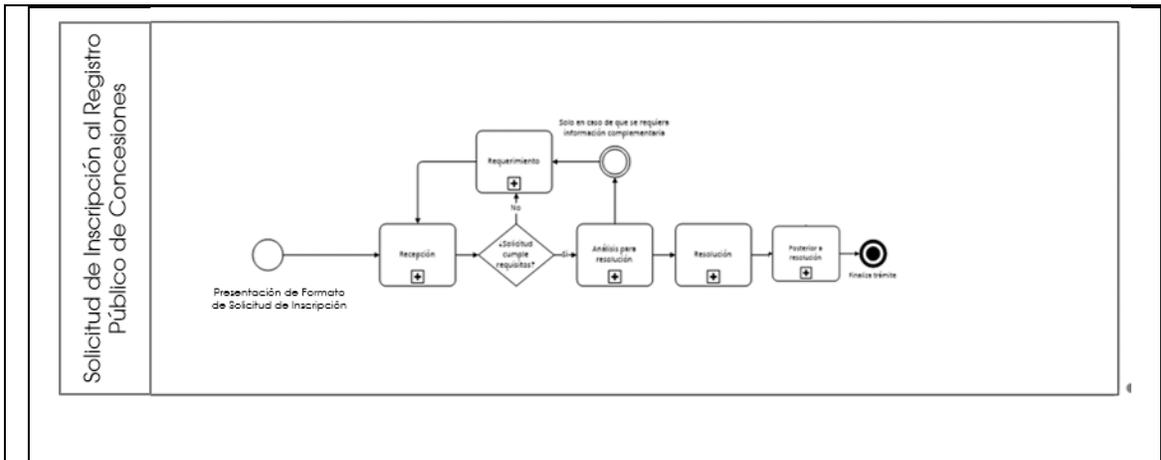
Descripción del trámite
Nombre: Solicitud de inscripción al Registro Público de Concesiones; modalidad: Código de Ética
Apartado de la propuesta de regulación que da origen o modifica el trámite: Artículo 5 y 6 de los Lineamientos y artículos Cuarto y Sexto Transitorios.
Descripción sobre quién y cuándo debe o puede realizar el trámite: Los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión, los Programadores en Multiprogramación y los Concesionarios del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos; en los siguientes plazos:
I. Los Concesionarios de Radiodifusión que inicien operaciones, tendrán 60 días naturales a partir de dicho inicio;
II. Los Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos, tendrán 60 días naturales a partir de la inscripción del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos, y

¹⁹ Se entenderá por trámite a cualquier solicitud o entrega de información que las personas físicas o morales hagan ante el Instituto, ya sea para cumplir con una obligación, obtener un beneficio o servicio o, en general, a fin de que se emita una resolución, así como cualquier documento que dichas personas estén obligadas a conservar, no comprendiéndose aquella documentación o información que sólo tenga que presentarse en caso de un requerimiento en términos de lo dispuesto en las diversas leyes y disposiciones administrativas de carácter general.

<p>III. Los Programadores que inicien transmisiones en multiprogramación tendrán 60 días naturales a partir de dicho inicio.</p>	
<p>Medio de presentación: Ventanilla Electrónica, a través del eFormato B. 9. Código de ética de los "Lineamientos del Registro Público de Concesiones"</p>	
<p>Formato</p>	
<p>Datos y documentos específicos que deberán presentarse: eFormato B. 9. Código de ética de los "Lineamientos del Registro Público de Concesiones", así como copia simple del Código de Ética expedido por el Concesionario o Programador en el que se establezca, de forma mínima, lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Mención expresa de los derechos de las Audiencias referidos en los Lineamientos, así como las directrices generales del Concesionario de Radiodifusión o Programador para su garantía; II. Misión, en la que se establezca el propósito respectivo y su impacto en las Audiencias; III. Visión, a fin de definir qué se busca alcanzar en el futuro y su impacto en las Audiencias; IV. Valores, a partir de los cuales se definirá la programación transmitida; V. La mención expresa respecto a la observancia de los principios y preceptos a que deben sujetarse las transmisiones en términos del marco jurídico aplicable, tales como la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, entre otras, y VI. La mención expresa de que en conjunto con la Defensoría de Audiencias (para el caso de Concesionarios de Radiodifusión y Programadores) contarán con los medios para la recepción de las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones presentadas por las Audiencias. <p>Los Concesionarios de Televisión y Audio Restringidos solamente deberán incluir en sus Códigos de Ética lo relativo a las fracciones II a VI.</p>	
<p>Plazo máximo para resolver el trámite: 30 días hábiles</p>	
<p>Tipo de ficta: No aplica</p>	
<p>Elija un elemento.</p>	
<p>Plazo de prevención a cargo del Instituto para notificar al interesado: 20 días hábiles</p>	
<p>Plazo del interesado para subsanar documentación o información: 10 días hábiles</p>	
<p>Monto de las contraprestaciones, derechos o aprovechamientos aplicables, en su caso, y fundamento legal que da origen a estos: Gratuito</p>	
<p>Tipo de respuesta, resolución o decisión que se obtendrá: La inscripción y publicación de dicha inscripción en el portal de Internet del Instituto mediante el visor del Registro Público de Concesiones, con lo cual se tendrá por atendido la solicitud de inscripción en el Registro Público de Concesiones y concluido el trámite.</p> <p>De requerir constancia, y así haber sido señalado en el Formato de Requerimientos Específicos</p>	

de inscripción en el Registro Público de Concesiones. B.9 Código de Ética, se pondrá a disposición del solicitante en la oficina del Registro Público de Concesiones del Instituto, después de 15 (quince) días hábiles posteriores a la inscripción.				
Vigencia de la respuesta, resolución o decisión que se obtendrá: Estará vigente el presente trámite hasta en tanto no presente una solicitud de inscripción que la sustituya.				
<p>Criterios que podría emplear el Instituto para resolver favorablemente el trámite, así como su fundamentación jurídica:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Que sea presentado a través del Formato de Requerimientos Específicos de Inscripción en el Registro Público de Concesiones. B9. Código de Ética (Artículo 4, 5 y Anexo I del Proyecto y artículo 15 de los Lineamientos del Registro Público de Concesiones) 2. Que la información presentada sea correcta, completa y oportuna (artículos 4 y 5 del Proyecto y 15 de los Lineamientos del Registro Público de Concesiones) 				
Detalle, para cada uno de los trámites que la propuesta de regulación contiene, el proceso interno que generará en el Instituto				
Descripción de la actividad	Unidad Administrativa	Servidor Público Responsable	Plazo máximo de atención estimado por actividad	Justificación
Recepción de documentación	UCS	Ventanilla Electrónica	1 día	Lineamientos del Registro Público de Concesiones.
Validación de información	UCS	Roberto Flores Navarrete	5 días	Lineamientos del Registro Público de Concesiones.
Análisis de documentación	UCS	Personal del Registro Público de Concesiones	25 días	Lineamientos del Registro Público de Concesiones.
Notificación de resolución	UCS	Ventanilla Electrónica	Desde 10 hasta 30 días naturales	Artículos 35 y 36 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.
*Agregue las filas que considere necesarias.				
Proporcione un diagrama de flujo²⁰ del proceso interno que generará en el Instituto cada uno de los trámites identificados				

²⁰ Deberá realizarse con la notación de modelado de procesos de negocio *Business Process Model and Notation* (BPMN) 2.0, considerar y señalar a todas las Unidades Administrativas y/o Coordinaciones Generales del Instituto involucradas en el trámite respectivo, precisando, al menos, el rol y actividades de todos los servidores públicos involucrados, de cualquier manera, en la gestión del trámite correspondiente, y la totalidad de las herramientas, insumos, aplicaciones y sistemas empleados, así como los productos y servicios elaborados o brindados por cada servidor público.



Trámite 2.

Acción	Tipo
Modificación	Trámite

Descripción del trámite	
Nombre: Solicitud de inscripción al Registro Público de Concesiones; modalidad: Defensor de las Audiencias	
Apartado de la propuesta de regulación que da origen o modifica el trámite: Artículo 15, 16 y 20 de los Lineamientos y artículos Quinto y Sexto Transitorios.	
Descripción sobre quién y cuándo debe o puede realizar el trámite: Los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión y los Programadores en Multiprogramación, y en su caso los Concesionarios del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos, en los siguientes plazos:	
I.	Los Concesionarios de Radiodifusión que inicien operaciones tendrán 60 días naturales a partir de dicho inicio;
II.	Los Programadores que inicien transmisiones en multiprogramación tendrán 60 días naturales a partir de dicho inicio.
Medio de presentación: Ventanilla Electrónica; a través del eFormato B. 10. Defensor de las audiencias de los "Lineamientos del Registro Público de Concesiones"	
Internet	
Datos y documentos específicos que deberán presentarse: eFormato B. 10. Defensor de las audiencias de los "Lineamientos del Registro Público de Concesiones"; nombramiento de la persona Defensora de Audiencias, así como un escrito bajo protesta de decir verdad que deberá contener: i. el señalamiento de la edad con que cuenta la persona nombrada al día de su designación; ii. manifestación expresa relativa a que cuenta con experiencia en alguna o algunas de las materias de comunicación, derecho, radiodifusión y/o telecomunicaciones y descripción de la misma, o, para el caso de las personas Defensoras de Audiencias que sean designadas por Concesionarios sociales comunitarios, indígenas y afroamericanos, que cuentan con experiencia en actividades relacionadas con los fines de la concesión, o los usos y costumbres de los respectivos pueblos o comunidades indígenas y afroamericanas, o, en su caso, son originarios de la comunidad o tienen conocimiento del contexto de la misma, iii.	

<p>manifestación de no haber sido condenado por delito doloso que amerite pena de prisión por más de un año al día de su designación, y iv. señalamiento de no laborar o haber laborado con el o los Concesionarios de Radiodifusión o Programadores respectivos, durante un periodo previo de dos años al día de su designación, así como que v. no existe conflicto de interés para el desempeño de su labor.</p>	
<p>Plazo máximo para resolver el trámite: 30 días hábiles</p>	
<p>Tipo de ficta: No aplica</p>	
<p>Elija un elemento.</p>	
<p>Plazo de prevención a cargo del Instituto para notificar al interesado: 20 días hábiles</p>	
<p>Plazo del interesado para subsanar documentación o información: 10 días hábiles</p>	
<p>Monto de las contraprestaciones, derechos o aprovechamientos aplicables, en su caso, y fundamento legal que da origen a estos: Gratuito</p>	
<p>Tipo de respuesta, resolución o decisión que se obtendrá: La inscripción y publicación de dicha inscripción en el portal de Internet del Instituto mediante el visor del Registro Público de Concesiones, con lo cual se tendrá por atendido la solicitud de inscripción en el Registro Público de Concesiones y concluido el trámite.</p> <p>De requerir constancia, y así haber sido señalado en el Formato Genérico de Solicitud de inscripción al Registro Público de Concesiones. B.10 Defensor de las Audiencias, se pondrá a disposición del solicitante en la oficina del Registro Público de Concesiones del Instituto, después de 15 (quince) días hábiles posteriores a la inscripción.</p>	
<p>Vigencia de la respuesta, resolución o decisión que se obtendrá: El presente trámite estará vigente hasta en tanto se solicite el registro de una nueva persona defensora de audiencias.</p>	
<p>Criterios que podría emplear el Instituto para resolver favorablemente el trámite, así como su fundamentación jurídica: Que sea presentado a través del Formato de Requerimientos Específicos de Inscripción en el Registro Público de Concesiones. Modalidad B10. Defensor de las Audiencias. (Anexo II del Proyecto y Lineamientos del Registro Público de Concesiones y y 15 de los Lineamientos del Registro Público de Concesiones) Que la información presentada sea correcta, completa y oportuna. (artículos 14 y 15 del Proyecto y 15 de los Lineamientos del Registro Público de Concesiones)</p>	

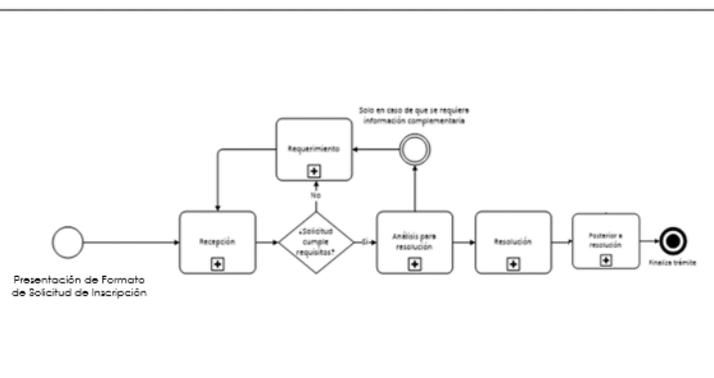
Detalle, para cada uno de los trámites que la propuesta de regulación contiene, el proceso interno que generará en el Instituto				
Descripción de la actividad	Unidad Administrativa	Servidor Público Responsable	Plazo máximo de atención estimado por actividad	Justificación
Recepción de documentación	UCS	Ventanilla Electrónica	1 día	Lineamientos del Registro Público de Concesiones.
Validación de información	UCS	Roberto Flores Navarrete	5 días	Lineamientos del Registro Público de Concesiones.
Análisis de documentación	UCS	Personal del Registro Público de Concesiones	25 días	Lineamientos del Registro Público de Concesiones.

Notificación de resolución	UCS	Ventanilla Electrónica	Desde 10 hasta 30 días naturales	Artículos 35 y 36 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.
----------------------------	-----	------------------------	----------------------------------	--

*Agregue las filas que considere necesarias.

Proporcione un diagrama de flujo²¹ del proceso interno que generará en el Instituto cada uno de los trámites identificados

Solicitud de Inscripción al Registro Público de Concesiones



```

graph LR
    Start(( )) --> Recepcion[Recepción]
    Recepcion --> Decision{¿Solicitud cumple requisitos?}
    Decision -- Sí --> Analisis[Análisis para resolución]
    Decision -- No --> Requerimiento[Requerimiento]
    Requerimiento --> Info[Solo en caso de que se requiere información complementaria]
    Info --> Analisis
    Analisis --> Resolucion[Resolución]
    Resolucion --> Posterior[Posterior a resolución]
    Posterior --> Fin((Fin del trámite))
    
```

9.- Identifique las posibles afectaciones a la competencia²² que la propuesta de regulación pudiera generar a su entrada en vigor.

¿Limita el número o rango de proveedores de bienes y/o servicios?	
¿Otorga derechos exclusivos a algún(os) proveedor(es) para proporcionar bienes o servicios?	Sí () No (X)
¿Establece un proceso de licencia, permiso o autorización como requisito de funcionamiento o actividades adicionales?	Sí () No (X)
¿Limita la capacidad de algún(os) proveedor(es) para proporcionar un bien o servicio?	Sí () No (X)
¿Eleva significativamente el costo de entrada o salida de un proveedor?	Sí () No (X)
¿Crea una barrera geográfica a la capacidad de las empresas para suministrar bienes o	Sí () No (X)

²¹ Ibídem.

²² La Unidad de Competencia Económica en su carácter de órgano encargado de la instrucción a que se refiere la Ley Federal de Competencia Económica podrá orientar y asesorar a las Unidades Administrativas del Instituto en la definición de los posibles efectos que en materia de competencia y libre concurrencia pudieran desprenderse de las medidas y acciones regulatorias propuestas en un Anteproyecto o Proyecto a su entrada en vigor.

servicios, invertir capital; o restringe la movilidad del personal?	
¿Limita la capacidad de los proveedores de servicio para competir?	
¿Controla o influye sustancialmente en los precios de algún bien o servicio? (por ejemplo, establece precios máximos o mínimos, o algún mecanismo de control de precios o de abasto del bien o servicio)	Sí () No (X)
¿Establece el uso obligatorio o favorece el uso de alguna tecnología en particular?	Sí () No (X)
¿Limita la libertad de los proveedores para comercializar o publicitar algún bien o servicio?	Sí () No (X)
¿Establece normas de calidad que proporcionan una ventaja a algunos proveedores sobre otros, o que están por encima del nivel que elegirían una parte sustancial de clientes bien informados?	Sí () No (X)
¿Eleva significativamente los costos de producción de algunos proveedores en relación con otros? (especialmente si da un tratamiento distinto a los entrantes sobre los establecidos)	Sí () No (X)
¿Reduce los incentivos de los proveedores de servicio para competir vigorosamente?	
¿Requiere o promueve la publicación o intercambio entre competidores de información detallada sobre cantidades provistas, ventas, inversiones, precios o costos?	Sí () No (X)
¿Reduce la movilidad de clientes entre proveedores de bienes o servicios mediante el aumento de los costos implícitos o explícitos de cambiar de proveedores?	Sí () No (X)
¿La regulación propuesta afecta negativamente la competencia de alguna otra manera?	Sí () No (X)
En caso de responder afirmativamente la pregunta anterior, describa la afectación:	NA

10.- Describa las obligaciones, conductas o acciones que deberán cumplirse a la entrada en vigor de la propuesta de regulación (acción regulatoria), incluyendo una justificación sobre la necesidad de las mismas.

Por cada acción regulatoria, describa el o lo(s) sujeto(s) obligado(s), artículo(s) aplicable(s) de la propuesta de regulación, incluyendo, según sea el caso, la justificación técnica, económica y/o jurídica que corresponda. Asimismo, justifique las razones por las cuales es deseable aplicar aquellas acciones regulatorias que restringen o afectan la competencia y/o libre concurrencia para alcanzar los objetivos de la propuesta de regulación. Seleccione todas las que resulten aplicables y agregue las filas que considere necesarias.

Tipo	Sujeto(s) Obligado(s)	Artículo(s) aplicable(s)	Afectación en Competencia ²³	Sujeto(s) Afectados(s)	Justificación y razones para su aplicación
Definición	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos; así como Defensorías de Audiencias.	Artículo 2, fracción I Definición de Accesibilidad	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Se establece con objeto de dar claridad al proyecto, esto es, con la finalidad de señalar las funcionalidades de accesibilidad a que se refieren los Lineamientos en favor de las audiencias con discapacidad.
Definición	Defensorías de Audiencias	Artículo 2, fracción II Definición de Alfabetización Mediática Informativa	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Se establece una definición de Alfabetización Mediática Informativa a partir de la definición de la UNESCO al respecto, con objeto de señalar a que se refieren las medidas en cuestión.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 2, fracción III Definición Audiencias	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Se establece una definición del concepto Audiencias en los Lineamientos con objeto de determinar a quién se reconocen los derechos previstos en la Constitución, la LFTR y los Lineamientos, así como sus mecanismos de protección.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores .	Artículo 2, fracción IV Definición de Canal de Programación	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Se establece con objeto de determinar que a los Canales de Programación a través de Multiprogramación en el servicio de Radiodifusión les

²³ Ibidem.

					<p>es aplicable lo establecido por el Proyecto.</p> <p>Se extrae de los Lineamientos Generales para la Multiprogramación.</p>
Definición	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 2, fracción V Definición Código de Ética	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Se establece una definición respecto del concepto Código de Ética a partir de los elementos previstos por la LFTR, con objeto de establecer en qué consiste el mecanismo previsto por la LFTR.
Definición	Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Artículo 2, fracción VII Definición de Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Otra	Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	<p>Se establece con objeto de determinar los sujetos que deben contar con Códigos de Ética, entre otros, de conformidad con la LFTR y los Lineamientos.</p> <p>Se extrae de los Lineamientos Generales sobre las Guías Electrónicas de programación del Servicio de Televisión Restringida.</p>
Definición	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 2, fracción VIII Definición Defensoría de Audiencias	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Definición construida a partir de los elementos que la LFTR brinda, con objeto de determinar en qué consiste el mecanismo previsto por la propia legislación.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo 2, fracción IX Definición de Discapacidad	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Se establece con objeto de brindar claridad al Proyecto.

					Se extrae de la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo fracción XI Definición de Identidad	2, de	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores y, en su caso, Concesionarios Se establece con objeto de dar claridad al proyecto, en específico respecto de los Canales de Programación que deberán tener el mismo Código de Ética. Se extrae de los Lineamientos Generales para la Multiprogramación.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo fracción XII Definición de Igualdad de Género	2, de	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos. Se establece con objeto de dar claridad al proyecto. Se extrae de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo fracción XVI Definición de Multiprogramación	2, de	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores Se establece con objeto de dar claridad al proyecto respecto a qué Canales de Programación resulta aplicable el Proyecto. Se extrae de la LFTR y de los Lineamientos Generales para la Multiprogramación.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo fracción XVII Definición de Programador	2, de	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores Definición construida a partir de los elementos que la LFTR brinda, con objeto de determinar a los sujetos obligados de la observancia del proyecto.

Definición	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 2, fracción XVIII Definición de Registro Público de Concesiones	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Se establece con objeto de dar claridad al proyecto.
Definición	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo 2, fracción XIX Definición de Servicio de Radiodifusión	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Se establece con objeto de brindar claridad al Proyecto respecto del tipo de servicio al que le es aplicable. Se extrae de los Lineamientos Generales para la Multiprogramación.
Definición	Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 2, fracción XX Definición de Servicio de Televisión y Audio Restringidos	Otra	Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Se establece con objeto de brindar claridad al proyecto, respecto del tipo de servicio al que le es aplicable. Se extrae de la LFTR.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículos 3 y 4 Obligación de expedir Códigos de Ética	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Con objeto de regular lo establecido en la LFTR, se señala la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión, los Programadores y los Concesionarios del Servicio de Televisión Restringida de expedir los Códigos de Ética con objeto de proteger los derechos de las audiencias. Asimismo, se establecen los elementos mínimos que deberán contener los referidos Códigos de Ética con la finalidad de

					constituirse como un mecanismo de defensa de los derechos de las audiencias.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 5 Obligación de inscribir su Código de Ética.	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Con objeto de regular lo establecido en la LFTR, se señala la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión, los Programadores y los Concesionarios del Servicio de Televisión Restringida de inscribir los Códigos de Ética con las formalidades exigidas en el Proyecto, con objeto de que las Audiencias tengan certeza sobre sus derechos frente a los mencionados sujetos obligados.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Artículo 7 Obligación de publicar su Código de Ética en su página de Internet, para aquellos que cuenten con alguna, o bien, en su domicilio.	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Se establece la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión, los Programadores y de los Concesionarios del Servicio de Televisión Restringida de publicar los Códigos de Ética con objeto de publicitar y dar a conocer dicho mecanismo, ya sea en su página de Internet, en caso de contar con una, o en su domicilio.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión	Artículo 8, primer párrafo Obligación de inscribir nuevamente su Código de Ética	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión	Con objeto contar con la versión más actualizada de los Códigos de Ética de los Concesionarios de Radiodifusión, los Programadores y,

	y/o Audio Restringidos	en caso de modificaciones		y/o Audio Restringidos	en su caso, los Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos de inscribir nuevamente sus Códigos de Ética en caso de que hubiese modificaciones a los mismos, para efecto de que las audiencias tengan certeza de sus derechos oponibles a los sujetos obligados mencionados.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Artículo 11 Obligación de contar con una persona Defensora de Audiencia	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Con objeto de regular lo establecido en la LFTR, se señala la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión, los Programadores y, en su caso, los Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos de contar con una Defensorías de Audiencias, con la finalidad de que el Instituto y las Audiencias tengan conocimiento de tal designación.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 12 Obligación de proveer de información a la persona Defensora de audiencias.	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Establece la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos de proveer a la Defensoría de Audiencias de la información necesaria para el desempeño de su labor, así como la posibilidad de que proporcionen los elementos

					materiales para dicho fin.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos y Defensorías de Audiencias	Artículo 13 Requisitos que deben cumplir las personas Defensoras de Audiencias.	Otra	Personas Defensoras de Audiencias Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	A raíz de la invalidación del artículo 260 de la LFTR, y en ejercicio de la facultad regulatoria de este Organismo, se establecen los requisitos que deberán cumplir las personas que sean designadas como Defensores o Defensoras de Audiencias.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 14 Acreditación de los requisitos para la designación de las Defensorías de Audiencias	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Se establece la manera en que se acreditarán los requisitos previstos en el artículo 13 del Proyecto, para lo que se deberá exhibir el eFormato B. 10. Defensor de las audiencias de los "Lineamientos del Registro Público de Concesiones", así como un escrito libre suscrito por el Concesionario de Radiodifusión o Programador bajo protesta de decir verdad.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Artículo 15 Obligación de inscribir el nombramiento de la Defensoría de Audiencias ante el Registro Público de Concesiones	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos.	Establece la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y, en su caso, Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos, de inscribir el nombramiento de la Defensoría de Audiencias ante el Registro Público de Concesiones.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión y	Artículo 16 Plazos para inscribir ante el	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y	Se establece la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión y los

	Programadores	Registro Público de Concesiones a las Defensorías de Audiencias		Programadores	Programadores de inscribir su Defensoría de Audiencias, con objeto de verificar el cumplimiento de su obligación, así como de brindar publicidad al mecanismo de protección.
Obligación	Personas Defensoras de Audiencias	Artículo 17 Actuación de la Defensoría de Audiencias	Otra	Personas Defensoras de Audiencias	Se establece que la actuación de la Defensoría de Audiencias será imparcial e independiente, así como que tendrá como prioridad hacer valer los Derechos de las Audiencias, velando por la observancia de los Códigos de Ética que haya firmado o a los que se haya adherido cada concesionario.
Obligación	Defensorías de Audiencias	Artículo 18 Responsabilidades y funciones de la Defensoría de Audiencias	Otra	Defensorías de Audiencias	Se establecen las responsabilidades y funciones mínimas de las Defensorías de Audiencias, con objeto de determinar las principales labores en favor de las audiencias de dichos mecanismos de protección.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo 19 Obligación de contar con mecanismos de accesibilidad para expresar reclamaciones, sugerencias y quejas por parte de la audiencia	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Se establece la obligación de los Concesionarios de Radiodifusión y Programadores de contar con mecanismos de accesibilidad para las audiencias con discapacidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a la Defensoría de

					Audiencias, sin que representen una carga desproporcionada como lo establece la LFTR, con objeto de que dicho mecanismo de defensa pueda ser utilizado por las audiencias con alguna discapacidad.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo 20, primer párrafo Obligación de inscribir a la Defensoría de Audiencia en caso de cambio	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Se establece que, en caso de cambio de la Defensoría de Audiencias, el Concesionario de Radiodifusión o Programador deberá solicitar dentro del plazo de 15 días naturales siguientes a la terminación del nombramiento la inscripción de uno nuevo.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Defensorías de Audiencias	Artículo 20, segundo párrafo Obligación de asegurar la atención de las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones de las Audiencias ante el cambio de Defensoría de Audiencias	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Defensorías de Audiencias	Se establece que ante un cambio de Defensoría de la Audiencias se deberá asegurar la atención de las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones de la Audiencia, con la finalidad de que se de atención a las que se hayan recibido en dicho plazo.
Obligación	Defensoría de Audiencias	Artículo 21, primer párrafo Obligación de contar con medios a través de los cuales recibirá las comunicaciones de las audiencias	Otra	Defensoría de Audiencias	Se establece la obligación de determinar los medios a través de los cuales la Defensoría recibirá las comunicaciones de las Audiencias

		y difundirá su actuación			y difundirá su actuación
Obligación	Defensoría de Audiencias, Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo 21, segundo párrafo Obligación de que los medios elegidos para la recepción de observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones estén habilitados y sean funcionales.	Otra	Defensoría de Audiencias, Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Se establece la obligación de la Defensoría de Audiencias y de Concesionarios de Radiodifusión y Programadores de asegurar que los medios a través de los cuales se recibirán las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones se encuentren habilitadas y sean funcionales.
Obligación	Audiencias	Artículo 22, primer párrafo Forma en que deberán ser presentadas las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones de las Audiencias.	Otra	Defensoría de Audiencias	Se establecen los requisitos para la presentación de observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones por parte de las Audiencias, a partir de lo establecido por la LFTR.
Obligación	Defensoría de Audiencias	Artículo 23 Principios respecto del procedimiento	Otra	Defensoría de Audiencias	Se establecen principios respecto del procedimiento que deberá seguir la persona Defensora de Audiencias para dar atención a las comunicaciones de las Audiencias.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo 23, cuarto y sexto párrafos Posibilidad de emitir recomendaciones, observaciones y sugerencias por parte de la Defensoría de Audiencias y publicidad de las mismas	Otra	Defensoría de Audiencias	Se establece la posibilidad que tienen las Defensorías de Audiencias de emitir recomendaciones, observaciones y sugerencias, así como que las hará públicas.

Obligación	Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Artículo 24 Obligación de contar con un correo electrónico, páginas electrónicas o un número telefónico, asegurando que se encuentren habilitados y sean funcionales, a disposición de las Audiencias con objeto de recibir observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones en el servicio de Televisión y/o Audio Restringidos	Otra	Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Se establece que las audiencias del servicio de televisión y/o audio restringidos, podrán remitir a los referidos concesionarios sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones, con objeto de que los concesionarios determinen lo conducente, para cuyo fin deberán contar con un correo electrónico, páginas electrónicas o un número telefónico a disposición de las Audiencias, asegurando que se encuentren habilitados y sean funcionales.
Sanción	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Artículos 26 y 27 Supervisión y sanciones	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Se establece un régimen de supervisión y sanciones en términos de las disposiciones de la LFTR.
Obligación	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y Audio Restringidos	Artículo Transitorio Cuarto Inscripción de Códigos de Ética	Otra	Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y Audio Restringidos	Se establece la disposición transitoria referente a que los Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y Audio Restringidos deberán solicitar la inscripción de sus Códigos de Ética dentro del plazo de 60 días naturales contados a partir de la entrada en vigor del Acuerdo.

Obligación	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Artículo Transitorio Quinto Inscripción de Defensorías de Audiencias	Otra	Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Se establece la disposición transitoria relativa a que los Concesionarios de Radiodifusión y los Programadores que no hubiesen solicitado con anterioridad Defensoría de Audiencias deberán solicitar la inscripción de su Defensoría de Audiencias en el plazo de 60 días naturales contados a partir de la entrada en vigor del Acuerdo.
------------	---	---	------	---	--

11.- Señale y describa si la propuesta de regulación incidirá en el comercio nacional e internacional.

Seleccione todas las que resulten aplicables y agregue las filas que considere necesarias.

Tipo	Descripción de las posibles incidencias
No aplica	NA

12. Indique si la propuesta de regulación reforzará algún derecho de los consumidores, usuarios, audiencias, población indígena, grupos vulnerables y/o industria de los sectores de telecomunicaciones y radiodifusión.

Los Lineamientos tienen por objeto la protección de las audiencias en los servicios de radiodifusión y de televisión y/o audio restringidos a partir de los derechos de las audiencias reconocidos por la Constitución y la LFTR para el servicio de radiodifusión y los mecanismos de protección de las referidas audiencias.

En ese sentido, con el Proyecto se refuerzan los derechos de las audiencias al prever una regulación que le de eficacia y garantice el funcionamiento sustantivo del sistema de protección de los mismos, a través de los mecanismos consistentes en la Defensoría de Audiencias y los Códigos de Ética, como vehículos para la defensa de los derechos de las audiencias y generar los elementos mínimos que conlleven la atención de observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos por parte de las audiencias.

Lo anterior, incluyendo a todas las audiencias, por ejemplo, de niñas, niños y adolescentes, de personas con discapacidad, de pueblos y comunidades indígenas, entre otros.

Asimismo, se regulan algunos aspectos respecto a las audiencias con discapacidad (contar con mecanismos de accesibilidad para la presentación de observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las audiencias).

13.- Indique, por grupo de población, los costos²⁴ y los beneficios más significativos derivados de la propuesta de regulación.

Para la estimación cuantitativa, asigne un valor en pesos a las ganancias y pérdidas generadas con la regulación propuesta, especificando lo conducente para cada tipo de población afectada. Si su argumentación es no cuantificable, indique las imposiciones o las eficiencias generadas con la regulación propuesta. Agregue las filas que considere necesarias.

Estimación Cuantitativa				
Población	Descripción	Costos	Beneficios	Beneficio Neto
Concesionarios	Se regulan los Códigos de Ética de los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión, los Programadores y los Concesionarios del Servicio de Televisión y/o Audio Restringidos, con fundamento en el segundo párrafo del artículo 256 de la LFTR, cuya vigencia resurge en términos de la sentencia en el juicio de amparo 653/2019.	Se estima que las acciones necesarias para el cumplimiento de la obligación consistente en la elaboración del Código de Ética de cada Concesionario y Programador, así como la relativa a elaborar la solicitud de inscripción en el Registro Público de Concesiones del Instituto a través de su Ventanilla Electrónica, conllevan el trabajo de 1 abogado con un sueldo aproximado mensual de \$21,881.00 (veintiún mil ochocientos ochenta y un	El principal beneficio que representa la emisión e inscripción del Código de Ética por parte de los Concesionarios y Programadores consiste en que las audiencias del servicio respectivo podrán tener conocimiento de los derechos de las audiencias, los elementos deontológicos del respectivo concesionario y programador. Por otra parte, los Concesionarios y Programadores correspondientes cumplirán con la obligación legal y regulatoria de contar con un	El principal beneficio que representa la emisión e inscripción del Código de Ética por parte de los Concesionarios y Programadores consiste en que las audiencias del servicio respectivo podrán tener conocimiento de los derechos de las audiencias, los elementos deontológicos del respectivo concesionario y programador. Por otra parte, los Concesionarios y Programadores correspondientes cumplirán con la obligación legal y regulatoria de contar con un

²⁴ Se considera que una propuesta regulatoria genera costos de cumplimiento cuando sus medidas propuestas actualizan uno o más de los siguientes criterios:

- Crea nuevas obligaciones o hace más estrictas las obligaciones existentes;
- Crea o modifica Trámites (excepto cuando la modificación simplifica y facilita su cumplimiento);
- Reduce o restringe derechos o prestaciones; o,
- Establece definiciones, clasificaciones, caracterizaciones o cualquier otro término de referencia que, conjuntamente con otra disposición en vigor o con una disposición futura, afecten o puedan afectar los derechos, obligaciones, prestaciones o trámites.

		pesos) ²⁵ ; así como el de un auxiliar en administración cuyo salario mensual es de aproximadamente \$12,616.00 (doce mil seiscientos dieciséis pesos). ²⁶	Código de Ética inscrito ante el Instituto.	Código de Ética inscrito ante el Instituto.
Concesionarios	Se regula a las Defensorías de Audiencias de los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión y los Programadores, con objeto de que reciban las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones de las audiencias.	Se calcula que las acciones necesarias para el cumplimiento de la obligación consistente en la designación de la Defensoría de Audiencias de cada Concesionario y Programador, así como la relativa a elaborar la solicitud de inscripción en el Registro Público de Concesiones del Instituto a través de su Ventanilla Electrónica, conllevan el trabajo de 1 abogado con un sueldo aproximado mensual de \$21,881.00 (veintiún mil ochocientos ochenta y un pesos) ²⁷ ; así como el de un auxiliar en administración cuyo salario mensual es de aproximadamente \$12,616.00 (doce	El beneficio que representa la designación de una persona Defensoría de Audiencias por parte de los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión y Programadores consiste en que las audiencias podrán remitir sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones con objeto de que se garanticen sus derechos de audiencias.	El beneficio que representa la designación de una persona Defensoría de Audiencias por parte de los Concesionarios del Servicio de Radiodifusión y Programadores consiste en que las audiencias podrán remitir sus observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones con objeto de que se garanticen sus derechos de audiencias.

²⁵ Estimación obtenida del portal Observatorio Laboral del Gobierno Federal. <https://www.observatoriolaboral.gob.mx/#/>

²⁶ Ibidem.

²⁷ Estimación obtenida del portal Observatorio Laboral del Gobierno Federal. <https://www.observatoriolaboral.gob.mx/#/>

		mil seiscientos dieciséis pesos). ²⁸	inscrita ante el Instituto.	inscrita ante el Instituto.
		Acumulado	Acumulado	Total
		\$68,994	NA	\$68,994

Estimación Cualitativa		
Población	Costos	Beneficios
Audiencias	No aplica.	Las audiencias de los servicios de Radiodifusión y de Televisión y Audio Restringidos contarán con Códigos de Ética y las audiencias del servicio de Radiodifusión y, en su caso, del servicio de Televisión y/o Audio Restringidos, contarán con una Defensoría de Audiencias.

IV. CUMPLIMIENTO, APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DE REGULACIÓN.

14.- Describa los recursos que se utilizarán para la aplicación de la propuesta de regulación.

Seleccione los aplicables. Agregue las filas que considere necesarias.

Tipo	Descripción	Cantidad
Humanos	Recursos humanos para la inscripción de los Códigos de Ética y de las personas Defensoras de Audiencias de los Concesionarios	10
Humanos	Recursos humanos para la supervisión de las obligaciones derivadas de los Lineamientos	5
Elija un elemento.		

14.1.- Describa los mecanismos que la propuesta de regulación contiene para asegurar su cumplimiento, eficiencia y efectividad.

Seleccione los aplicables y, en su caso, enuncie otros mecanismos a utilizar. Agregue las filas que considere necesarias.

Tipo	Descripción	Describa los recursos materiales, humanos, financieros, informáticos o algún otro que se emplearán para cada tipo
Otro	La UMCA, de conformidad con lo establecido por las fracciones V y VI del artículo 39 del Estatuto Orgánico del Instituto, llevará a cabo la supervisión de las obligaciones previstas en los	Se emplearán los recursos humanos e informáticos con los que cuenta la UMCA.

²⁸ Ibidem.

	Lineamientos y, en su caso, remitirá a la Unidad de Cumplimiento de este Instituto las violaciones a lo dispuesto por la LFTR y los Lineamientos.	
Elija un elemento.		
Elija un elemento.		
Elija un elemento.		

15.- Explique los métodos que se podrían utilizar para evaluar la implementación de la propuesta de regulación.

Seleccione el método aplicable y, en su caso, enuncie los otros mecanismos de evaluación a utilizar. Agregue las filas que considere necesarias.

Método	Periodo	Evaluador	Descripción
Otro	A los 5 años de la entrada en vigor de los Lineamientos.	Centro de Estudios del IFT	A fin de realizar el oportuno monitoreo de los logros de los objetivos, el Estatuto Orgánico del Instituto, establece en su Artículo 69 fracciones XVIII y XIX, la atribución del Centro de Estudios relativa a "establecer procesos para la medición y análisis ex post de políticas regulatorias y evaluar el impacto en las condiciones del mercado y el bienestar de los usuarios o audiencias derivado de la implementación de políticas regulatorias en telecomunicaciones, radiodifusión y competencia económica en dichos sectores". En este sentido, el Centro de Estudios

			podrá llevar a cabo estudios sobre la implementación del Acuerdo en coordinación con las unidades involucradas.
--	--	--	---

Señale si la propuesta de regulación podría ser evaluada con la construcción de un indicador o con la utilización de una variable estadística determinada, así como su intervalo de revisión.²⁹ Agregue las filas que considere necesarias.

Indicador / variable	Intervalo	Interpretación
Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos que cuentan con Código de Ética inscrito/ Concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos	Anual	Identificar a los concesionarios de Radiodifusión, Programadores y Concesionarios de Televisión y/o Audio Restringidos que están en cumplimiento de la regulación respecto a la inscripción de los Códigos de Ética, toda vez que en la medida en que cuenten con dichos mecanismos legales se garantiza la protección de las audiencias de sus servicios.

Indicador / variable	Intervalo	Interpretación
Concesionarios de Radiodifusión y Programadores que cuentan con Defensoría de Audiencias inscrita/ Concesionarios de Radiodifusión y Programadores	Anual	Identificar a los concesionarios de Radiodifusión y Programadores que se encuentran en cumplimiento de la regulación respecto a la inscripción de las Defensorías de Audiencias, toda vez que en la medida en que cuenten con dicho mecanismo legal se garantiza la protección de las audiencias de sus servicios.

²⁹ La Coordinación General de Planeación Estratégica podrá asesorar a las Unidades Administrativas del Instituto en la definición de sus indicadores para la evaluación de sus resultados, así como en la determinación de utilizar una o varias variables estadísticas a efecto de evaluar e informar los resultados que se desprendan a razón de la implementación de una propuesta de regulación; ello, para su posterior difusión en los informes que elabora este órgano constitucional autónomo.

V. CONSULTA PÚBLICA DE LA PROPUESTA DE REGULACIÓN O DE ASUNTOS RELACIONADOS CON LA MISMA.

16.- Solo en los casos de una consulta pública de integración o de evaluación para la elaboración de una propuesta de regulación, seleccione y detalle.³⁰ Agregue las filas que considere necesarias.

Tipo de Consulta Pública realizada			
Elija un elemento.			
Medios	Participante(s)	Fecha	Principales aportaciones
Elija un elemento.	Elija un elemento.		
Medios	Participante(s)	Fecha	Principales aportaciones
Elija un elemento.	Elija un elemento.		

VI. BIBLIOGRAFÍA O REFERENCIAS DE CUALQUIER ÍNDOLE QUE SE HAYAN UTILIZADO EN LA ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE REGULACIÓN.

17.- Enumere las fuentes académicas, científicas, de asociaciones, instituciones privadas o públicas, internacionales o gubernamentales consultadas en la elaboración de la propuesta de regulación:

ALEMANIA

- Interstate Media Treaty
https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Interstate_Media_Treaty_en.pdf
- Presskodex
<https://www.presserat.de/pressekodex.html>
- Interstate Treaty on the Protection of Human Dignity and the Protection of Minors in Broadcasting and in Telemedia
https://www.kjm-online.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/JMStV/JMStV_english_version.pdf
- Asociación alemana de autorregulación voluntaria de la Televisión
<https://www.fsm.de/en/fsm/>

³⁰ Las consultas públicas de integración son realizadas por el Instituto para recabar información, comentarios, opiniones, aportaciones u otros elementos de análisis por parte de cualquier persona, sobre algún tema de interés del Instituto, que le permita generar de manera previa a su emisión o realización, regulaciones o estrategias de política regulatoria dirigidas a los sectores de las telecomunicaciones o la radiodifusión; así como en materia de competencia económica en dichos sectores. Por su parte, las consultas públicas de evaluación son realizadas para recabar información, comentarios, opiniones, aportaciones u otros elementos de análisis por parte de cualquier persona, sobre el efecto de las regulaciones emitidas por el Pleno y que se encuentren vigentes, a fin de evaluar su eficacia, eficiencia, impacto y permanencia con relación a las circunstancias por las que fueron creadas.

ARGENTINA

- Ley 26.522 – Regúlanse los Servicios de Comunicación Audiovisual en todo el ámbito territorial de la República de Argentina
<https://www.enacom.gob.ar/multimedia/normativas/2009/Ley%2026522.pdf>
- Código de Ética de la TV Pública
<https://new.tvpublica.com.ar/wp-content/uploads/2021/12/C%C3%B3digo-de-%C3%89tica-versi%C3%B3n-final-1.pdf>
- Página oficial de la Defensoría del público
<https://defensadelpublico.gob.ar/institucional/informes-anuales/>

AUSTRALIA

- Broadcasting Services Act 1992 (Part 4, 28)
<https://www.legislation.gov.au/C2004A04401/latest/text>
- Media diversity measurement framework in Australia (ACMA)
<https://www.acma.gov.au/media-diversity-measurement-framework>
- Free TV Australia Operational Practice OP-48
<https://www.freetv.com.au/op-47-storage-and-distribution-of-teletext-subtitle-and-vbi-data-issue-6-may-2018-2/>
- Free TV Australia Operational Practice OP-59
<https://www.freetv.com.au/op-59-measurement-and-managemnt-of-loudness-for-tv-broadcasting-issue-4-october-2018/>
- ABC Code of Practice
<https://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2024/01/ABC-Code-of-Practice-2024.pdf>
- SBS Code of Practices
https://www.sbs.com.au/aboutus/wp-content/uploads/2023/04/sbs_code_of_practice_2021_amended_2022.pdf
- Commercial television industry code of practice 2015
<https://www.acma.gov.au/publications/2019-10/rules/commercial-television-industry-code-practice-2015>

BRASIL

- Lei Nº 11.652, de 7 de abril de 2008
https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111652.htm
- Norma de Ouvidoria NOR 104
https://www.ebc.com.br/sites/_institucional/files/atoms/files/nor_104_-_norma_de_ouvidoria_-_versao_31_-_direx_125_de_27.12.18.pdf

CHILE

- Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión
https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2021/09/Acuerdo-S_N_21-ABR-2016.pdf
- Portal oficial del Consejo Nacional de Televisión
<https://cntv.cl/denuncias/>
- Política editorial de TVN
<https://estaticos.tvn.cl/skins/web-assets/images/corporativo/2022/Politica-Editorial-TVN-2022.pdf>

COLOMBIA

- Resolución 6261 de 2021
<https://crc.com.gov.co/sites/default/files/normatividad/00006261%20Compila%20TV.pdf>
- Proyecto de resolución "Por la cual se subrogan las secciones I y II del Capítulo II y el Capítulo III del Título XV de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones"
https://www.redjurista.com/appfolders/images/news/PR_CRC_0001AJ_2022.pdf

ESPAÑA

- Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual
<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>
- Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancias
<https://www.rtve.es/codigo-autorregulacion/>
- Norma reguladora del Defensor o la Defensora de la Audiencia de la Radio y Televisión de Andalucía
https://www.canalsur.es/defensor/Norma_reguladora_del_Defensor_o_la_Defensora_de_la_Audiencia_de_la_Radio_y_Televisi%3Fon=app
- Estatuto del Defensor del Espectador, oyente y usuario de medios interactivos
https://www.rtve.es/contenidos/documentos/Estatuto_defensora.pdf?origen=app

PERÚ

- Ley No. 28278 Ley de Radio y Televisión
- <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28278.pdf>
- <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28278.pdf>

REINO UNIDO

- OFCOM Broadcasting Code
<https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-standards/broadcast-code/>
- Measurement framework for media plurality (OFCOM)
https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/consultations/7875-media-plurality-framework/statement/measurement_framework_for_media_plurality_statement.pdf
- The UK Code of Broadcast Advertising -BCAP Code
<https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/broadcast-code.html>
- Communications Act 2003
<https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2003/21/contents/enacted>
- Procedures for investigating breaches of content standards for television and radio
https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0020/55109/breaches-content-standards.pdf

UNIÓN EUROPEA

- Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:02010L0013-20181218>

URUGUAY

- Ley 19307 de Medios
<https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>

