

ARTÍCULOS

Audiencias, derechos y participación ciudadana: ¿defensoría de audiencias mediáticas institucionalizadas?¹

*Audiences and Citizen Participation: Media Audience Ombudsman
Offices Institutionalized?*

Karina Sánchez García

ORCID: 0009-0004-9889-3608
Universidad Nacional Autónoma de México, México
Contacto: ksgsanchez@gmail.com

Recepción: julio 2025
Aceptación: enero, 2025
Publicación: marzo, 2026

Resumen

En este artículo se analizan las defensorías de audiencias mediáticas de sistemas de medios de uso público estatales en México con información del registro público de concesiones del IFT, páginas web de los medios y sus defensorías y solicitudes de acceso a la información mediante la Plataforma Nacional de Transparencia. Se encontró un proceso de institucionalización problemático y diverso: hay casos con diseños de reglas institucionales orientadas al fortalecimiento de las defensorías que en la práctica no necesariamente se cumplen (Coahuila y Guerrero) y otros con condiciones necesarias para su consolidación (Ciudad de México, Chiapas, Estado de México, Nuevo León y Tlaxcala).

Abstract

This article analyzes the media audience ombudsman offices of public-sector media systems in Mexico using information from the IFT's public registry of concessions, media outlets' and ombudsman websites, and information access requests submitted through the National Transparency Platform. The institutionalization process was found to be problematic and diverse: some states have institutional rules designed to strengthen the ombudsman offices, but these rules are not necessarily implemented in practice (Coahuila and Guerrero), while others have the necessary conditions for their consolidation (Mexico City, Chiapas, the State of Mexico, Nuevo León, and Tlaxcala).

1. Este artículo forma parte de un análisis más amplio que se desarrolla como parte de la investigación doctoral "Reglas, redes y recursos de las defensorías de las audiencias en México. Un estudio comparado en medios públicos y privados".

Palabras clave

defensorías de audiencias mediáticas, sistemas estatales de medios de uso público, institucionalización, derechos de audiencias, participación ciudadana

Keywords

ombudsperson, state media systems for public use, institutionalization, audience rights, citizen participation

Introducción

Las defensorías de audiencias mediáticas son el espacio —en la mayoría de los casos, dentro de los medios— en que tiene lugar la interacción o diálogo entre ciudadanos(as) —en su rol de audiencias— y medios de comunicación, por lo que se les considera un instrumento de participación. Sus antecesores son la figura del *Ombudsman* (Suecia, 1916) —primero como Consejo de Prensa y después como órgano unipersonal (1967)—, y el defensor del lector² (EUA, 1967). En América Latina esta figura se introdujo por primera vez en el periódico *Folha de S.Paulo* (Brasil, 1989) y en el terreno audiovisual en *Caracol Televisión* (Colombia, 1997).

En México, Flavia V. Pauwels³ refiere que el primer defensor del lector fue nombrado a principios de los noventa: Omar Martínez y Virginia Bello lo atribuyen al diario *Uno más uno* en 1992, mientras que Ernesto Villanueva refiere que fue en *El Economista* donde se nombró a Alejandro Avilés en junio de 1993, quien se mantuvo en el cargo hasta su fallecimiento en 2005. En el terreno audiovisual, las televisoras públicas *Canal Once* y *Canal 22* crearon la figura del defensor de la audiencia en 2007; a ellos le siguieron *Radio Educación* (2008), el *Instituto Mexicano de la Radio* (IMER) (2009), *Notimex*⁴ (2010) y *Noticias MVS* (2011).⁵ En

2. “En 1967, en medio de una crisis de credibilidad en la prensa norteamericana, los diarios de Kentucky *The Louisville Times* y *The Courier Journal* se convierten en los primeros en tener un defensor del lector tal como se le concibe ahora, es decir, una figura de diálogo, independiente y pública cuyo cometido es el de vigilar el apego de los procesos de producción noticiosa a los principios éticos que rigen a la profesión periodística”. Adriana Solórzano Fuentes, “El derecho a la información y las defensorías de las audiencias como mecanismo para su ejercicio”, en *Memorias del XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación* (México: ALAIC, 2016), 96.

3. Flavia Verónica Pauwels, “Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina: La pedagogía del Derecho a la Información (Anexo. Tomo II)” (tesis de maestría, UBA, 2014).

4. Pauwels, “Defensores de lectores”, 359. Refiere que la Agencia de Noticias del Estado Mexicano (*Notimex*) creó el cargo de Defensor de la Audiencia en 2006; sin embargo, el primer defensor, Carlos Enrique Orozco Martínez, ocupó el cargo de abril a octubre de 2010.

5. Jerónimo Repoll, “En defensa propia. El papel de las audiencias y sus defensores en la era de las redes sociales”, *Derecho a Comunicar* 5 (2012): 92-108.

términos generales, los medios de uso público⁶ implementaron la figura como un mecanismo de autorregulación que estuvo acompañado de otros instrumentos como los códigos deontológicos y los compromisos de respeto a principios éticos y de diálogo con las audiencias.

A partir de la reforma en telecomunicaciones que tuvo lugar entre 2013 y 2014, esta figura se constituyó como obligatoria para la radio y la televisión abiertas en un modelo de coregulación participativa. Este esquema, presente en otros países de América Latina, se basa:

en la obligación legal para los medios de comunicación de nombrar un defensor de audiencias, pero sin que este tenga atribuciones vinculantes. El espíritu de la figura se mantiene en el ámbito de la autorregulación debido a que el titular es designado por el propio sujeto obligado y no [tiene] capacidad sancionatoria, emite recomendaciones y da seguimiento a los problemas detectados en el entendido que el medio por conciencia actuará expeditamente y sin un proceso judicial de por medio.⁷

La reforma se llevó a cabo en dos momentos: en 2013 se modificó la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), y en 2014 se discutieron y aprobaron las leyes reglamentarias. De los ajustes constitucionales destacan las modificaciones al artículo 6o en sus fracciones III, IV y VI por la inclusión explícita de los derechos de las audiencias. La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR), en su Capítulo IV “De los derechos de las audiencias” (Título Décimo Primero), incorporó un catálogo de derechos a efecto de detallar las prerrogativas reconocidas en favor de las audiencias mediáticas en los artículos 256 y 258 principalmente —aunque, del análisis completo de la Ley, Beatriz Solís⁸ identifica

6. Se utiliza la expresión “medios de uso público” por ser la forma en la que se nombran en la LFTR; no obstante, se reconoce la distinción entre medios públicos y gubernamentales. Los primeros se caracterizan por contar con autonomía editorial y capacidad de rendición de cuentas; y los segundos por su falta de autonomía editorial toda vez que sus directores “son nombrados por representantes del Ejecutivo, quien los puede remover sin mayor explicación”. Dolores Béistegui, “Entre medios públicos y medios de los poderes del Estado”, *Derecho de la Información* (México: Universidad Nacional Autónoma de México [en adelante UNAM], 2006).

7. Solórzano Fuentes, “El derecho a la información”, 95.

8. Beatriz Solís Lerey, “Derecho de las audiencias. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014”, *Sitio web de Radio Educación*, Defensoría de Audiencias de Radio Educación, actualizado el 8 de agosto, 2025.

quince más— y, como mecanismos para su defensa, los códigos de ética (artículo 256) y las defensorías de las audiencias (artículos 259, 260 y 261), que son el objeto de análisis del presente artículo.

Dicha Ley fue abrogada al entrar en vigor la Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión (en adelante LMTR) el 17 de julio de 2025. En ella se restituyó,⁹ con algunas modificaciones, el catálogo de derechos de las audiencias (artículo 250) y el de las audiencias con discapacidad (artículo 252) originalmente incorporado en la LFTR; asimismo, se reconoce a las audiencias como “personas titulares de derechos que perciben y consumen contenidos de audio o audiovisuales provistos a través del Servicio de Radiodifusión y del Servicio de Televisión y Audio Restringidos, según corresponda”;¹⁰ se otorgan facultades de vigilancia en materia de derechos de las audiencias a la Comisión Reguladora de Telecomunicaciones; se mantiene la obligación de contar con un código de ética (artículo 250); se regula a las defensorías de audiencias en los artículos 253 al 255 —se omite que la defensoría “podrá ser del mismo concesionario, conjunta entre varios concesionarios o a través de organismos de representación”—,¹¹ y se incorpora la observancia de principios de igualdad de género en la integración y operación de las defensorías (artículo 253).

En este sentido, a fin de contribuir en la discusión sobre el proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas, se analizan aquellas pertenecientes a medios de uso público concesionados a los gobiernos de los estados toda vez que estas fueron creadas de forma posterior a la promulgación de la LFTR, es decir, por obligación legal, y que han

9. El ejercicio de los derechos de las audiencias se vio limitado mediante el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, del *Diario Oficial de la Federación* (DOF) 31/10/2018, en el que se derogó la fracción III del artículo 256 y se limitaron las funciones del IFT como regulador en la materia. Ante ello, la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA) buscó su restitución siguiendo la vía legal (juicio de amparo 1515/2017); la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) pidió la restitución de la Ley en los términos en los que estaba antes de 2018, y se solicitó al IFT emitir los Lineamientos Generales para garantizar los Derechos de las Audiencias, del DOF, 17/12/2024.

10. Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión [LMTR], Título I, Cap. I, art. 3 (México: *Diario Oficial de la Federación*, 2025).

11. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión [LFTR], Título décimo primero, Cap. IV, Art. 259, primer párrafo (México: *Diario Oficial de la Federación*, 2014).

sido poco estudiadas.¹² Para ello, el documento se organiza en tres apartados: en el primero, se plantea la propuesta analítica concebida desde el neoinstitucionalismo político-histórico; en el segundo, se exponen la metodología y fuentes de información utilizadas para el análisis; y en el tercero, se muestran los resultados de la puesta en marcha del modelo de análisis. Por último, se presenta un balance de lo encontrado.

Institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas. Una propuesta de análisis

El estudio del proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas es pertinente desde la perspectiva neoinstitucionalista en tanto que esta enfatiza el análisis de las instituciones al considerar sus funciones, los mecanismos que se implementan para favorecer su cumplimiento o explicar su incumplimiento y los procesos de transformación institucional.¹³

De manera particular, el nuevo institucionalismo con enfoque político-histórico permite observar interacciones políticas de forma secuencial,¹⁴ además de identificar la asignación de roles como función de las instituciones —con la promesa de satisfacción y la amenaza de riesgo como mecanismos institucionales de cumplimiento/incumplimiento—, y considerar que el cambio es lento y pausado. Es decir, favorece la observación de las reglas institucionales que asignan a las personas defensoras el rol de mediadores —en las interacciones entre productores de contenidos y audiencias mediáticas— y a las audiencias el rol de sujetos con derechos. Así, la formación de ciudadanos(as) es la promesa de satisfacción, y la nula

12. El análisis se ha centrado en los medios de uso público nacionales, véase, por ejemplo: Repoll, “En defensa propia”; Karla M. Serrano Arévalo, “Nuevos retos para la radio pública en México: la Defensoría de las audiencias en Radio Educación” (tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México, 2019); Adriana Castellanos Gómez, “La defensoría de las audiencias tras la promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014 en México” (tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, 2017).

13. Douglas North, “Los andamios que el ser humano erige”, en *Organizaciones e instituciones*, ed. Rodolfo Vergara (México: Siglo XXI editores; Escuela de Administración Pública del Distrito Federal, 2010) y Richard Scott, “Teoría contemporánea institucional”, en *Organización e instituciones*, ed. Rodolfo Vergara (Siglo XXI editores; Escuela de Administración Pública del Distrito Federal, 2010).

14. North, “Los andamios que el ser humano erige” y Scott, “Teoría contemporánea institucional”.

participación o el nulo ejercicio de derechos de las audiencias genera el riesgo de incumplimiento de los mecanismos institucionales. Por lo tanto, esto permite observar el proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas a diez años de su formalización legal en México.

Desde esta perspectiva, las instituciones son entendidas como “estructuras cognitivas, normativas y reglamentarias y actividades que dan estabilidad y significado al comportamiento social [que] son transmitidas por varios portadores —culturas, estructuras y rutinas— y operan en múltiples niveles de jurisdicción”.¹⁵ En la literatura sobre defensorías de audiencias se observa a tales instituciones como el “perfil normativo de las defensorías”¹⁶, regulaciones existentes que proporcionan pautas para el funcionamiento de los departamentos de “*news ombudsman*”¹⁷ —o fuentes del *ombudsman*— para argumentar sus respuestas a cuestiones polémicas.¹⁸ De ellas se observan, además, los desafíos regulatorios y autorregulatorios.¹⁹

Mientras las instituciones son un resultado, la institucionalización es el proceso mediante el cual se llega a dicho resultado. A este se le entiende como un proceso de largo plazo que permite desarrollar capacidades organizacionales e influir en las decisiones al interior de las organizaciones, en este caso, los medios de comunicación. A partir de la revisión de la literatura sobre el proceso de institucionalización²⁰ y de aquella sobre defensorías de audiencias mediáticas, la institucionalización es entendida como el proceso mediante el cual una defensoría adquiere reconocimiento, autonomía, capacidad técnica y estabilidad procedimental que le permiten influir eficazmente en el ejercicio de los derechos de las audiencias.

15. Scott, “Teoría contemporánea institucional”, 186.

16. Pauwels, “Defensores de lectores”.

17. Adriana Mutu, “Enforcing ethical standards to safeguard the credibility and legitimacy of public media corporations: The role of News Ombudspersons in Spain and France”, *Journal of Infrastructure, Policy and Development* 8, núm. 4 (2024).

18. Dolors Palau-Sampio, Juan Francisco Gutiérrez-Lozano y Josep Lluís Gómez-Mompart, “‘Ombudsman’ y lectores activos. La interacción en torno a la calidad periodística”, *Revista Latina de Comunicación Social* 71 (2016): 1344–1364.

19. Gabriel Sosa Plata, “El papel de las defensorías del público en el entorno digital”, *Cuadernos de discusión de comunicación e información* 23 (2023): 1–35.

20. Javier Duque Daza, “La institucionalización partidista. Una propuesta de abordaje de las estructuras organizativas partidistas”, *Estudios Políticos* 27 (2005): 103–127; Khemvirg Puente Martínez, “Democratización, congreso y gasto público en México: la lógica del pacto político presupuestal entre 1994 y 2010” (tesis doctoral, El Colegio de México, 2011); Khemvirg Puente Martínez, “Los congresos locales en México. Un modelo para evaluar su grado de institucionalización”, *Estudios Políticos* 44 (2018): 65–91.

Por lo tanto, se propone su análisis a partir de la consideración de cuatro dimensiones: 1) la delimitación de fronteras institucionales; 2) la complejidad organizacional; 3) la formalidad y universalidad de procedimientos; y 4) los resultados de las defensorías.

La delimitación de fronteras institucionales se refiere a la diferenciación de otras instituciones y se observa a partir de cuatro características: a) permanencia de las defensorías,²¹ que incluye la duración y límite de su mandato; b) adaptabilidad, que se refiere a los procesos de renovación que se observan por el modo de ascenso y descenso de las y los defensores; c) autonomía política y técnica, es decir, independencia para tomar decisiones y/o evaluar la labor del medio de comunicación al que pertenece, así como claridad en la definición de las funciones (lo que debe hacer) y competencias (lo que puede hacer) de las defensorías; y d) reconocimiento como interlocutores válidos por parte de las audiencias (externo) y en el organigrama del medio de comunicación (interno).

La complejidad organizacional es entendida como la especialización a partir de la división de tareas y habitualización de acciones, de la cual se identifican tres elementos: a) la profesionalización de defensores(as) —en la literatura se ha estudiado a partir de la construcción de su perfil profesional— mediante la consideración de su formación académica en Comunicación, Derecho o áreas afines y de su experiencia en medios de comunicación y áreas de gestión (trayectoria profesional); b) la complejidad estructural o cultura organizacional, que se observa por la existencia de condiciones para llevar a cabo la tarea asignada, es decir, “recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia”,²² además de los mecanismos de comunicación internos implementados y la existencia de procedimientos de atención de quejas, comentarios o sugerencias de las audiencias, y c) disponibilidad de recursos económicos, humanos y organizacionales necesarios para realizar sus funciones.

21. Pauwels, “Defensores de lectores”. Identifica que el nombramiento de defensores puede ocurrir en una sola ocasión.

22. LFTR, Título décimo primero, Cap. IV, Art. 259, primer párrafo (México: *Diario Oficial de la Federación*, 2014). Además, en la LMTR, Título décimo, Cap. IV, art. 253, párrafo tercero, se refiere que “la defensoría de audiencias será la responsable de recibir, registrar, responder, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia y hacer recomendaciones al medio”.

La formalidad y universalidad de procedimientos se refiere a la creación de normas y reglas procedimentales y de comportamiento que inciden en las actividades cotidianas de las defensorías, por lo que se observan cuatro aspectos: a) la formalidad de procedimientos internos, es decir la existencia de normas y reglas procedimentales —como estatutos, disposiciones o códigos de ética propios de los medios en los que se especifican las actividades de las defensorías— y de valores —normas, reglas o protocolos de comportamiento para observar si pueden actuar motu proprio o de oficio—; b) la universalidad procedimental, que es la aplicación de procedimientos orientados al ejercicio de sus funciones; c) la existencia de procedimientos transparentes y de rendición de cuentas mediante la presentación de informes; y d) los procedimientos sancionatorios aplicables a partir de la emisión de recomendaciones (públicas o no).

Finalmente, los resultados de las defensorías de las audiencias mediáticas se observan a partir de sus productos e impactos. En el primer caso se consideran las actividades orientadas a la alfabetización mediática e informacional impulsadas desde las defensorías y, en el segundo, la participación de las audiencias y la calidad de sus participaciones (alcance).

El camino seguido para el análisis

A fin de ensayar la aplicación de la propuesta de análisis, se observan las defensorías de medios de uso público concesionados a los gobiernos estatales que representan el 37.8 % del total de medios de uso público en México.²³ Para ello se construyó una base de los datos que contiene información de veintiocho sistemas estatales de medios de uso público que, de acuerdo con el Registro Público de Concesiones (en adelante RPC), han inscrito a sus defensores de audiencias ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). La base de datos considera, además de datos de identificación del medio, las cuatro dimensiones del proceso de institucionalización antes referidas.

23. Dicha categoría incluye, además, a los medios concesionados a los poderes de la unión, los municipios y las instituciones de educación superior de carácter público. LFTR, Título cuarto, Cap. I, Art. 67, fracc. II.

Se utilizaron tres fuentes de información: 1) el RPC del IFT, el cual contiene datos de las y los defensores de audiencias inscritos a partir del 19 de diciembre de 2017 y hasta el 10 de marzo de 2025 (última versión disponible),²⁴ que también se utilizó para acceder a los *Códigos de Ética* y a la información general de las concesiones; 2) páginas electrónicas de los medios de comunicación y, en su caso, de las defensorías de audiencias mediáticas, y 3) solicitudes de acceso a la información realizadas a través la Plataforma Nacional de Transparencia (en adelante SAI) entre octubre de 2024 y julio de 2025, en las que se solicitaron informes y recomendaciones emitidas por las defensorías de audiencias principalmente.

Para caracterizar a las defensorías de audiencias mediáticas analizadas es importante referir que los gobiernos de los estados han registrado a un total de 63 personas defensoras de audiencias, de las cuales el 50.8 % (es decir, 32) son hombres y 48.2 % (31), mujeres. Ello da cuenta de un amplio equilibrio comparado con el total de personas defensoras de audiencias registradas en nuestro país, pues solo el 35 % (85) son mujeres mientras que el 65 % (158) son hombres.

De los 32 estados de la república, veintinueve cuentan con sistemas estatales de medios, pero solo veintiocho han registrado personas defensoras de audiencias ante el IFT; el caso en el que no se ha registrado defensor(a) corresponde al Gobierno del Estado de Durango que cuenta con la concesión para prestar servicios de radiodifusión con el distintivo XHCPBG (89.1 FM). Si bien la LFTR establece la obligatoriedad de las defensorías de audiencias y prevé sanciones en caso de incumplimiento (artículo 311), hasta 2022 el IFT no había impuesto ninguna sanción a concesionarios que no pusieron a disposición de sus audiencias un(a) defensor(a):

24. El registro contiene los siguientes rubros: folio de inscripción, fecha de inscripción, estatus (vigente o no; se considera al(a) defensor(a) como vigente cuando su periodo de finalización probable es posterior al 31 de diciembre de 2024, aunque se conserva el estatus no vigente para los casos que así estaban señalados originalmente en la base de datos), fecha de designación, periodo de encargo, fecha de finalización probable, nombre del(a) defensor(a), concesionario, distintivos y folios electrónicos. 77 de los 89 registros disponibles se consideraron válidos; los 12 restantes no, por las siguientes razones: uno corresponde a un registro en el que se actualiza el periodo de encargo del defensor, por lo que incluye información redundante, y 11 contenían información repetida (de estatus, fecha de designación, periodo de encargo, fecha de finalización, defensor y concesionario), aunque el folio, fecha de inscripción y distintivos son diferentes, en este caso se mantuvo el registro con información de la última fecha de inscripción registrada y se incluyeron todos los distintivos en un solo registro.

Atendiendo a la literalidad de la SAI que se contesta, se informa que esta Unidad Administrativa, después de haber realizado una búsqueda exhaustiva en los archivos que obran en la DG-SAN [Dirección General de Sanciones], *no cuenta con propuesta, procedimiento ni resolución alguna mediante la cual se haya impuesto a algún concesionario, autorizado o programador sanción alguna por no nombrar defensor de las audiencias o no emitir códigos de ética y en consecuencia tampoco existen multas que informar desde la entrada en vigor de la Ley Federal de Telecomunicación y Radiodifusión a la fecha [10 de mayo de 2022] (SAI con folio 330031122000255, cursivas propias).*

Los veintiocho sistemas estatales de medios de uso público que han nombrado en al menos una ocasión a una persona defensora de audiencias se muestran en el gráfico 1, en el que se observa, además, que Baja California Sur, Coahuila, Guerrero e Hidalgo han nombrado defensores de audiencias solo en una ocasión por periodos de 2 o 3 años, mientras que Oaxaca ha nombrado a siete personas defensoras de audiencias y ello ha ocurrido por periodos de un año.

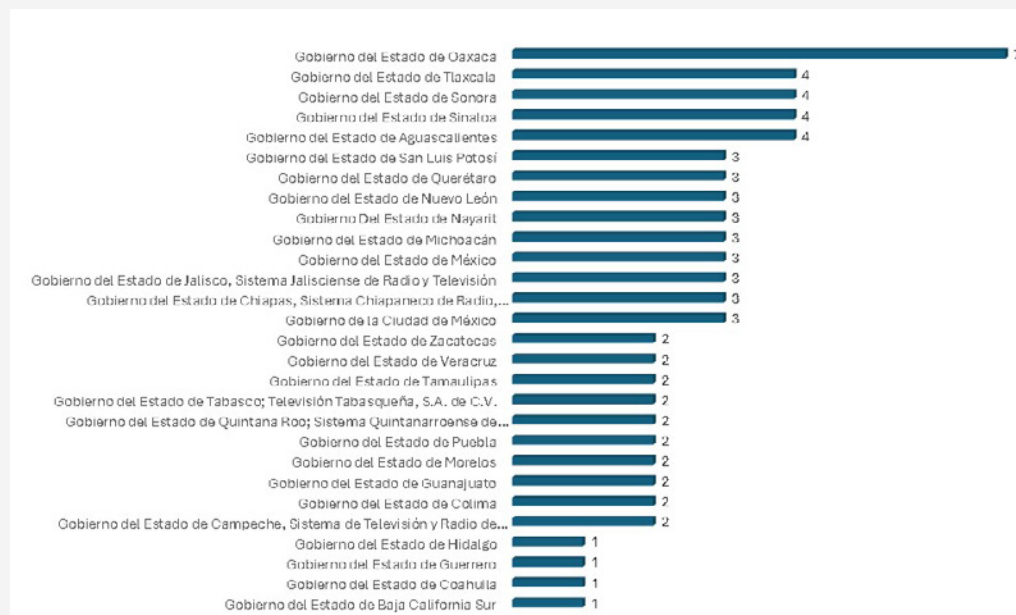


Gráfico 1. “Número de defensores de audiencias nombrados en sistemas estatales de medios de uso público (2017-2025)”. Elaboración propia con información del RPC-IFT, 2025.

El 11 % (tres) de los sistemas estatales prestan servicios de radiodifusión sonora (FM en los casos de Sinaloa y Sonora; AM y FM para el caso de Tamaulipas); 11 % servicios de televisión (Ciudad de México, Guanajuato y San Luis Potosí) y 78 % (veintidós) de radio y televisión (Aguascalientes, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Coahuila, Colima, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas).

Las y los defensores han sido nombrados por periodos que van de los seis meses a los cinco años, con mayor frecuencia en los periodos de 1 a 3 años (véase gráfico 2). En los casos extremos, se encuentran los defensores de los sistemas de medios de Michoacán (Alfonso Francisco Hernández, 2023-2028) y Tabasco (Cesar Manuel Santos, 2020-2025) con periodos de cinco años, y la del gobierno del estado de Tlaxcala (Yasnia Zárate) quien cubrió un periodo de seis meses, lo anterior de acuerdo con el RPC del IFT.

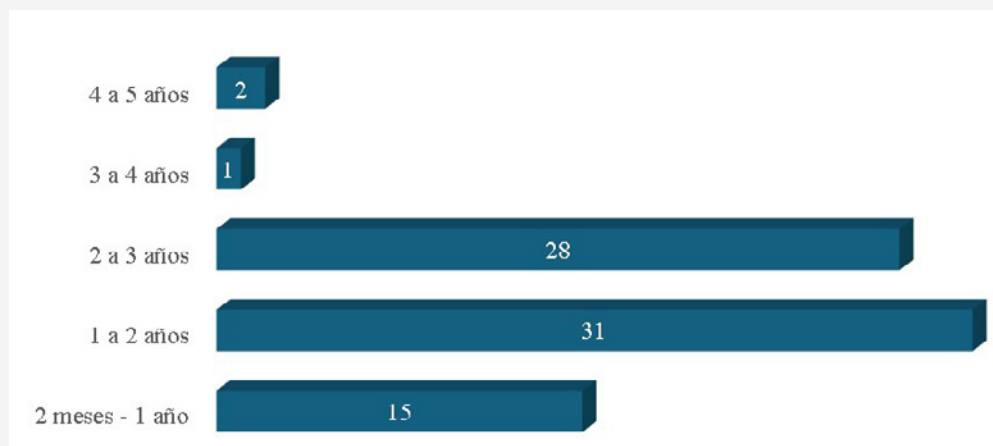


Gráfico 2. “Periodo de nombramiento de defensores de audiencias”. Elaboración propia con información del RPC-IFT, 2025.

Al respecto, resulta relevante que la LFTR refería en su redacción original que “cada concesionario que preste servicio de radiodifusión fijará el periodo del encargo del defensor de la audiencia, el que podrá ser prorrogable por dos ocasiones”,²⁵ por lo que la diversidad

25. LFTR, Cap. IV De los Derechos de las Audiencias, art. 259.

de periodos en que han sido nombrados responde al diseño institucional previsto en las reglas institucionales.²⁶

Defensorías de audiencias mediáticas: ¿institucionalizadas?

A continuación, se presentan los resultados del análisis sobre el proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas en los sistemas de medios de uso público concesionados a los gobiernos estatales considerando las cuatro dimensiones previamente descritas.

La primera dimensión a partir de la cual se pretende caracterizar el proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas es la delimitación de fronteras institucionales. Con base en la información recabada, es posible identificar tres de los cuatro aspectos considerados: permanencia, adaptabilidad y reconocimiento. En el caso de la autonomía política y técnica se requiere no solo conocer la capacidad de las y los defensores de emitir recomendaciones, sino también que estas sean atendidas por el medio de comunicación; para ello sería necesario recurrir a otras estrategias de recolección de información como entrevistas.

La permanencia de las defensorías de audiencias mediáticas indica si el medio de comunicación ha contado con defensores(as) de manera continua; al respecto se encontró que el 82 % (veintitrés) lo ha hecho y el 18 % (cinco) nombró a un(a) defensor(a) en una sola ocasión. Los casos en los que no ha habido continuidad según el RPC son: Coahuila, Guanajuato, Guerrero, Veracruz y Zacatecas; si bien se desconocen las razones por las que no se dio continuidad, mediante una solicitud de acceso a la información se indicó para el caso de Guerrero que “se encuentra en análisis la designación de la persona que cubrirá dicho perfil” (SAI con folio 12020205525000004, 27 de febrero de 2025).

26. No obstante, la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2025) refiere en el artículo 253 que “cada concesionario que preste el servicio de radiodifusión deberá designar un defensor de la audiencia por un periodo de tres años, con posibilidad de ser prorrogado hasta por dos ocasiones” (Cap. IV De los Derechos de las Audiencias, art. 253), ello fortalece a las defensorías ya que favorece la permanencia del defensor o defensora ante cambios en las áreas directivas del medio de comunicación.

Respecto a la adaptabilidad, en términos generales puede observarse que el modo de ascenso se vincula con el nombramiento por parte de las áreas directivas del medio, mientras que el modo de descenso se relaciona con la conclusión del mandato. En el 18 % (cinco) de los casos analizados, el nombramiento puede ser prorrogable hasta en dos ocasiones (para Guerrero, Oaxaca, Sonora y Tlaxcala) y “podrá volver a ocuparlo, en relación con el mismo canal de programación, cuando medie entre su separación y su nuevo nombramiento un plazo de dos años” en el caso de Tabasco. No obstante, hace falta una revisión más amplia sobre las normas aplicables.

El reconocimiento interno se observa a partir de su presencia en el organigrama del medio de comunicación y solo en el 14 % (cuatro) de ellos se hace —como es el caso de Coahuila, Morelos, Nuevo León y Zacatecas—, mientras que en el 79 % (veinticuatro) de los casos no se les reconoce. Sin embargo, esto no necesariamente ha impactado en la formalización de la figura, pues cabe recordar que en Coahuila y Zacatecas se nombraron defensores en una y dos ocasiones, respectivamente.

Por otro lado, el reconocimiento externo se observa a partir de la recepción de quejas, observaciones, sugerencias, peticiones o señalamientos de las audiencias. En el 46 % (trece) de los casos así es: Ciudad de México, Aguascalientes, Chiapas, Jalisco, Estado de México, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Querétaro, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas y Tlaxcala. No obstante, en el 50 % (catorce) no se han recibido solicitudes al respecto²⁷ y en el 4 % (Sonora) no se tiene información, lo que abre la interrogante sobre cómo se impulsa la participación de las audiencias desde este espacio. Mediante otras técnicas de recolección de información, puede indagarse incluso sobre la relación entre la persona defensora de audiencias y quienes participan en el proceso de producción de contenidos mediáticos.

La segunda dimensión de análisis se refiere a la complejidad organizacional de las defensorías de audiencias mediáticas, respecto de la cual se identifican limitantes importantes

27. Así, por ejemplo, en Coahuila “no se presentaron quejas, sugerencias de la audiencia” en los periodos enero-diciembre 2020-2024 ni en el periodo enero-septiembre 2025 (SAI expediente número 186/2025, 19 de septiembre de 2025) y en Guanajuato “no ha recibido observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos por parte de la audiencia” (SAI con folio 62451, s/f).

a partir de la información sistematizada. El análisis de las reseñas curriculares de defensoras y defensores permitirá conocer su perfil profesional, aunque, en términos generales, cuentan con formación vinculada con la Comunicación y el Derecho, o bien en sus trayectorias laborales se reconoce experiencia en áreas de producción y dirección de medios de comunicación. Sobre la complejidad estructural (cultura organizacional) y la disponibilidad de recursos es difícil identificar las condiciones en las que llevan a cabo sus tareas considerando la información en las fuentes disponibles. Por esto, se propone realizar solicitudes de información con preguntas específicas al respecto, o bien recurrir a otras fuentes de información.

La tercera dimensión de análisis es la formalidad y universalidad de procedimientos de las defensorías de audiencias mediáticas e incluye la observación de las normas institucionales vigentes. Si bien el marco institucional lo constituyen principalmente el artículo 6° de la cpeum, la LFTR y los *Lineamientos Generales para garantizar los Derechos de las Audiencias* (2024), la literatura al respecto reconoce la importancia de normas propias de cada medio de comunicación. Al respecto, se encontró que los veintiocho sistemas estatales de medios públicos cuentan con tales normas, y la principal es el Código de ética. Más allá de si cuentan o no con dicho instrumento de autorregulación, se ha observado si en este —o en alguna otra norma— se reconoce a las defensorías de audiencias, sus funciones y competencias. Se encontró que el 67.8 % (diecinueve) de los casos analizados incorpora en los Códigos de ética las funciones de la defensoría de audiencias y que el 25 % (siete) cuenta, además, con lineamientos específicos para las defensorías;²⁸ estos corresponden a los casos de la Ciudad de México, Coahuila, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Querétaro y Quintana Roo (véase gráfico 3).

28. Lineamientos de la Defensoría de Audiencias del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (s. f.) Lineamientos del Defensor de Audiencias del Sistema Michoacano de Radio y Televisión, del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (2018), de la Defensoría de las Audiencias de Radio Coahuila (s. f.), de Radio y Televisión de Guerrero (2015), sobre la Defensoría de la Audiencia (Querétaro, 2017) y Lineamientos Normativos del Defensor de la Audiencia (Jalisco, s. f.).

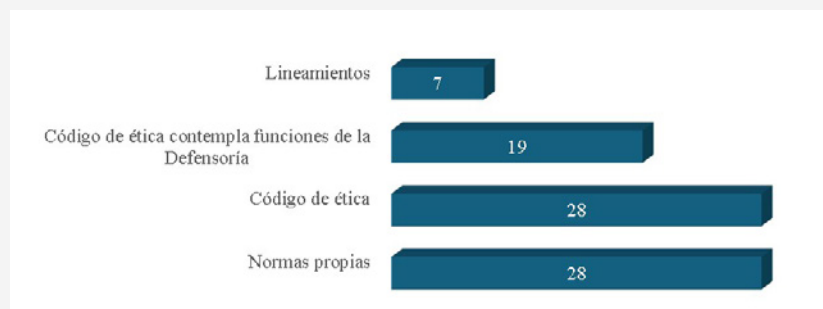


Gráfico 3. “Número de sistemas estatales de medios de uso público que cuentan con normas propias que regulan la actuación de las defensorías de audiencias”. Elaboración propia con información del RPC-IFT, 2025.

Asimismo, en el 92.8 % (veintiséis) de los casos, las defensorías de audiencias tienen funciones claramente definidas (contenidas en los códigos de ética o lineamientos), pero solo en el 64.3 % (dieciocho) hay claridad en sus competencias. Las primeras se refieren a las obligaciones del(a) defensor(a), tales como “recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las audiencias”.²⁹ En algunos casos se incluye la obligación de realizar actividades de alfabetización mediática, promover la participación de las audiencias o formar audiencias críticas o el seguimiento al derecho de réplica y, en el caso de Campeche, incluso tiene la función de elaborar los procedimientos para el seguimiento de las solicitudes de las audiencias. Las segundas refieren a lo que puede hacer: emitir rectificaciones, recomendaciones o propuestas de acción correctiva, emitir posicionamientos, reusar u obviar quejas, entre otras.

Además de las normas formales, los procedimientos permiten dar certeza al cumplimiento de las actividades de las y los defensores de audiencias, en este caso, el 71.4 % (veinte) cuenta con procedimientos de atención a observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las audiencias, 65 % (trece) de ellos están disponibles en la página web de las defensorías y 35 % (siete) solo en las normas que las regulan.

En dichos procedimientos se reconocen diversos canales de comunicación: correo electrónico (53.6 %), correo postal (10.7 %), formulario en la página web de la defensoría (42.9 %), teléfono (17.9 %) y redes socio-digitales —*Facebook*, *WhatsApp*, *X/Twitter*— o las

29. LFTR, Título décimo primero, Cap. IV, Art. 259, primer párrafo.

instalaciones del medio de comunicación (10.7 %). En el caso de la Defensoría del Instituto Morelense de Radio y Televisión, se reconocen todos los canales de comunicación referidos, mientras que, para los casos de Baja California Sur, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Puebla, Quintana Roo y Sonora, no se cuenta con canales de comunicación o información al respecto (véase gráfico 4).

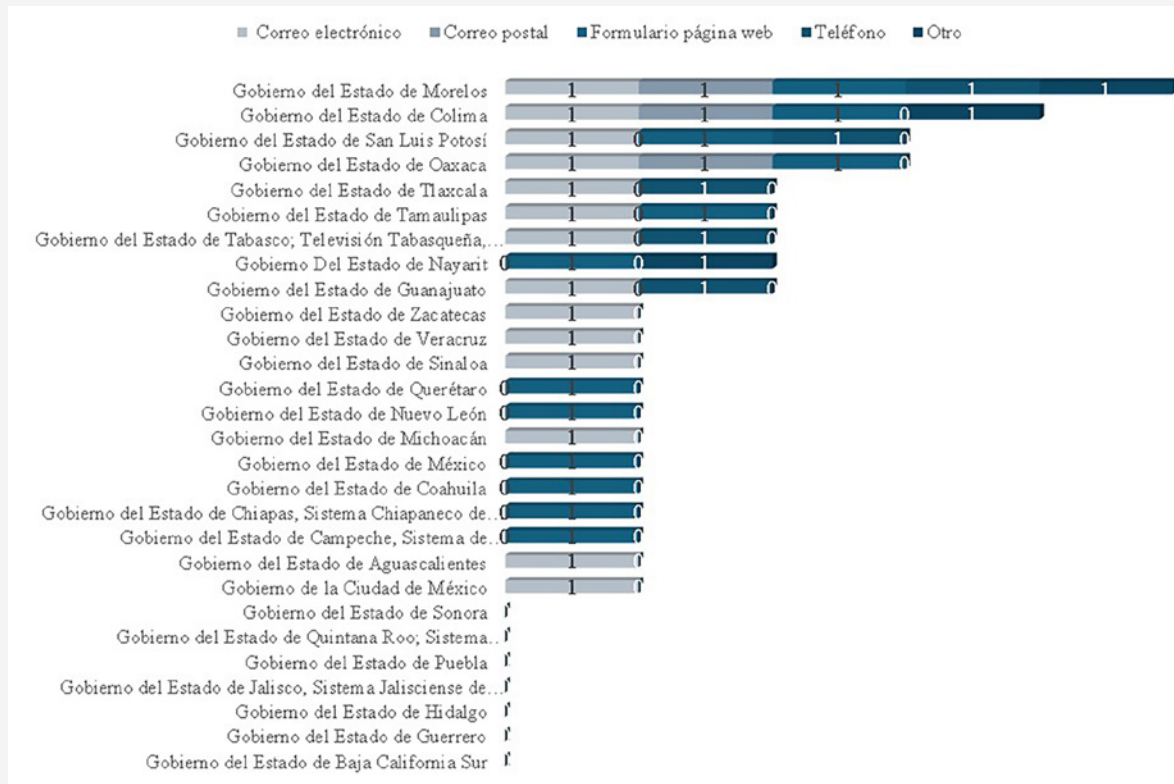


Gráfico 4. “Canales de comunicación utilizados por las defensorías de audiencias mediáticas”. Elaboración propia con información del RPC-IFT, 2025.

Para observar si los procedimientos son transparentes, se indagó si las personas defensoras de audiencias presentan informes de actividades y si es posible acceder a ellos. En el 53.6 % (quince) de los casos se presentan informes, pero estos son difundidos públicamente solo por el 17.9 % (cinco) de los sistemas de medios públicos y corresponden a los sistemas de medios de uso público concesionados a los estados de Coahuila, Estado de México, Morelos,

Tamaulipas y Tlaxcala,³⁰ aunque no hay informes accesibles para todos los periodos (véase gráfico 5). Dicha situación cambiará frente al marco institucional vigente desde julio de 2025 toda vez que la Imtr incorpora las obligaciones de registrar y documentar las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen las audiencias.³¹

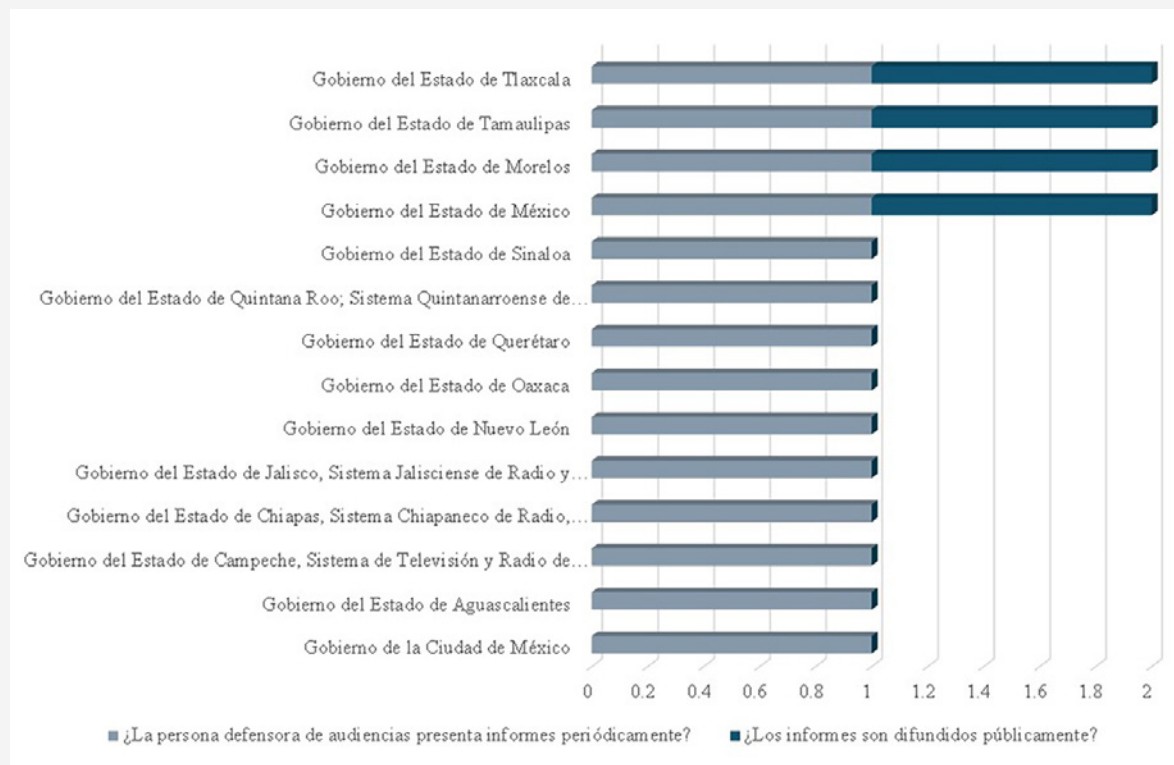


Gráfico 5. “Sistemas de medios de uso público que cuentan y difunden *Informes* de sus defensorías de audiencias”. Elaboración propia con información del RPC-IFT, 2025.

Respecto a la dimensión de resultados institucionales, la mirada se coloca en los resultados de la implementación de las reglas que regulan el actuar de las defensorías de audiencias mediáticas mediante dos variables: productos e impactos. Sobre los productos, la participación de las audiencias se vincula con el desarrollo de actividades de alfabetización mediática

30. Lo contrario ocurre para los sistemas de medios de los estados de Estado de Baja California Sur, Coahuila, Colima, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Nayarit, Puebla, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Veracruz y Zacatecas.

31. LMTR, Título décimo, Cap. IV, art. 253, párrafo tercero.

e informacional (AMI) dirigidas tanto a las audiencias como a quienes participan en la producción de contenidos mediáticos.³² Las dirigidas a las audiencias se realizan en el 64.3 % (dieciocho) de los sistemas de medios de uso público, aunque en la mayoría de los casos se trata de información que se difunde a través de las páginas electrónicas de los medios con información sobre qué es la defensoría, quién es la o el defensor de audiencias, cuáles son sus funciones, cuál es el procedimiento de atención a quejas, y únicamente en un caso (Estado de México) han ido acompañadas de cápsulas que se difunden a través de los canales de radio o televisión. Por otro lado, las dirigidas a integrantes del medio han ocurrido en dos casos: el del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión y el de Coahuila Radio y Televisión —en su plan de trabajo 2025 se plantean capacitaciones internas en la plataforma E-Learning (SAI expediente número 186/2025, 19 de septiembre de 2025). Sobre Hidalgo se informó lo siguiente: “actualmente el Gobierno del Estado de Hidalgo no ha implementado capacitación, campañas o proyectos de alfabetización mediática e informacional, sin embargo, tenemos proyectado realizarlas en lo futuro en razón del presupuesto público que para tal efecto se destine a Radio y Televisión de Hidalgo” (SAI con folio 130213100030225, 27 de marzo de 2025).

Finalmente, sobre los impactos se ha identificado si las quejas presentadas por las audiencias se vinculan con los derechos reconocidos en la LFTR, mismos que se presentan en el Cuadro 1:

Artículo 256 [...]	Artículo 250 [...] Son derechos de las audiencias:
I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;	I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;

32. Puede tratarse de periodistas, realizadores, programadores, responsables de emisión, operadores de cámara o productores.

II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad; III. <i>Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;</i> IV. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa; V. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales; VI. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria; VII. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios; VIII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado	II. Recibir programación oportuna que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad; III. Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa; IV. Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales; V. Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria. Para este fin, los concesionarios facilitarán elementos para diferenciar entre información noticiosa y opinión; VI. Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios; VII. En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado
---	--

civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas; ix. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y x. Los demás que se establezcan en esta y otras leyes.	civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas; viii. El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y ix. Los demás que se establezcan en esta y otras leyes. <i>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. [...]</i>
Artículo 258 [...] i. Contar con servicios de subtítulo, doblaje al español y lengua de señas mexicana para accesibilidad a personas con debilidad auditiva. Estos servicios deberán estar disponibles en al menos uno de los programas noticiosos de mayor audiencia a nivel nacional;	Artículo 252 [...] i. Contar con servicios de subtítulo, doblaje al español y lengua de señas mexicana, <i>tanto del audio de voz como el de los sonidos e información no verbal que sea relevante al contenido audiovisual de que se trate</i>, para accesibilidad a personas con debilidad auditiva. <i>Estos servicios deberán estar disponibles en al menos uno de los programas noticiosos y uno de los programas infantiles de mayor audiencia a nivel nacional;</i>

II. A que se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto; III. A contar con mecanismos que les den accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los defensores de las audiencias, siempre y cuando no represente una carga desproporcionada o indebida al concesionario, y IV. Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o de portales de Internet de los concesionarios en formatos accesibles para personas con discapacidad.	II. A <i>representaciones visuales respetuosas e inclusivas</i> que promuevan el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto; III. A contar con mecanismos que les den accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los defensores de las audiencias, siempre y cuando no represente una carga desproporcionada o indebida al concesionario, y IV. Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico, aplicaciones o de portales de Internet de los concesionarios en formatos accesibles para personas con discapacidad.
--	--

Cuadro 1. Elaboración propia con información de “Derechos de las audiencias y de las audiencias con discapacidad”; LFTR 2014 y LMTR, 2025. Cursivas propias.

Al respecto se encontró que este vínculo ha ocurrido en el 28 % (ocho) de los casos y dichas quejas se refieren a solicitudes para ampliar la diversidad de contenidos del medio de comunicación o a quejas ante cambios en la programación sin previo aviso (véase gráfico 6). Sin embargo, hay quejas que no se vinculan necesariamente con los derechos de las audiencias, sino con problemas técnicos o en la retransmisión de las señales de televisión en los sistemas de televisión de paga. Asimismo, en los casos de Baja California Sur, Coahuila, Colima, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Veracruz y Zacatecas (61 %) no se han recibido comunicaciones por parte de las audiencias.

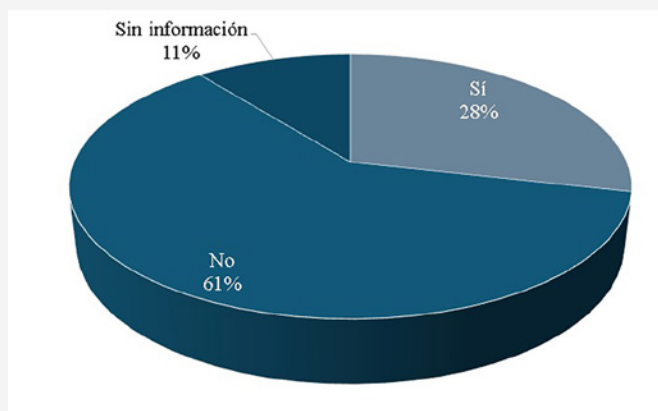


Gráfico 6. “Porcentaje de quejas, observaciones, sugerencias, peticiones o señalamientos vinculadas con los derechos de las audiencias”. Elaboración propia con información del RPC-IFT, 2025.

A manera de balance

A partir del análisis presentado es posible identificar que el proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas en sistemas de medios de uso público concesionados a los gobiernos de los estados es problemático y diverso. Mientras hay casos que formalmente han diseñado instituciones orientadas al fortalecimiento de las defensorías, en la práctica distan de cumplir tales normas. En dicha situación se encuentran Coahuila y Guerrero que, a pesar de reconocer en sus Códigos de ética o tener Lineamientos propios de las Defensorías de audiencias, no han dado continuidad al nombramiento de personas defensoras. Morelos podría encontrarse en una situación similar, pues nombró a una defensora para el periodo 2016-2019 (Alma María de la Concepción González) y solo hasta 2023 nombró a su segundo defensor, aunque dicho nombramiento fue actualizado un par de meses después.

En el extremo opuesto se encontrarían Ciudad de México, Chiapas, Estado de México, Nuevo León —aunque no hay información disponible sobre las recomendaciones emitidas y su seguimiento— y Tlaxcala. No obstante, sobre el Estado de México cabría acotar que el funcionamiento de la defensoría ha sido desigual a lo largo del tiempo; hasta antes de 2022 la presentación de quejas era limitada, con el nombramiento del último defensor y los cambios en la programación, las actividades de la defensoría incrementaron significativamente, pero, tras su salida, la situación cambió.

Realizar actividades de alfabetización mediática e informacional, que involucren tanto a quienes participan en la creación y producción de contenidos como a las audiencias y que, además, estén orientadas a la difusión de los derechos de las audiencias favorecería la participación, pues los derechos que no se conocen no pueden ser ejercidos. En otros casos se ha incorporado la participación de defensoras(es) en programas informativos de forma periódica, o bien las personas defensoras tienen programas de radio o televisión (de diferente duración y periodicidad) en los que se invita a integrantes de los medios para conocer los procesos de creación y producción de contenidos mediáticos, además de difundir los derechos de las audiencias. No obstante, como bien se refiere, ello depende de los presupuestos de los medios de uso público.

Por otro lado, la participación en organizaciones vinculadas con el tema puede favorecer el desarrollo de actividades de alfabetización mediática e informacional e incidir favorablemente en el proceso de institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas.

Asimismo, es posible identificar limitaciones en relación con las fuentes de información seleccionadas; por lo que, además de diversificarlas, es necesario enriquecer el análisis con testimonios de quienes han estado al frente de las defensorías, de quienes forman parte de los equipos de producción y de las propias audiencias mediáticas.

Las transformaciones en las normas nacionales constituyen otra área de oportunidad relevante, pues, aunque modifican formalmente las funciones y competencias de las defensorías de audiencias mediáticas al fortalecerlas, su implementación sigue en manos de los medios de comunicación y la habilitación de recursos humanos, económicos y organizativos depende de los recursos públicos disponibles para los sistemas estatales.

En última instancia, el análisis aquí presentado contribuye a la discusión sobre las condiciones necesarias y las existentes para favorecer la institucionalización de las defensorías de audiencias mediáticas y fortalecer los mecanismos de participación de las audiencias en su relación con los medios de comunicación. En este sentido, es factible reconocer que los medios cuentan con otros espacios para promover el vínculo con las audiencias y su participación, como los Consejos Ciudadanos que son actores (colectivos) relevantes al analizar su interacción con las defensorías de audiencias mediáticas.

Fuentes de investigación

- Béistegui, Dolores. “Entre medios públicos y medios de los poderes del Estado”, *Derecho de la Información* (México: UNAM, 2006), 225-227. <http://ru.juridicas.unam.mx/xmlui/handle/123456789/27716>.
- Castellanos Gómez, Adriana. “La defensoría de las audiencias tras la promulgación de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014 en México”. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México, 2017.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [CPEUM]*. México: *Diario Oficial de la Federación*, 1917.
- Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, del *Diario Oficial de la Federación*, 31/10/2018 [citado 13 de agosto de 2025]; Disponible en internet: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5503004&fecha=31/10/2017#gsc.tab=0.
- Duque Daza, Javier. “La institucionalización partidista. Una propuesta de abordaje de las estructuras organizativas partidistas”. *Estudios Políticos* 27 (2005), 103-127. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16429055006>.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. *Registro Público de Concesiones*, 2025. <https://rpc.ift.org.mx/vrpc>.
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión [LFTR]. México: *Diario Oficial de la Federación*, 2014. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFTR.pdf>.
- Ley en materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión [LMTR]. México: *Diario Oficial de la Federación*, 2025. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LMTR.pdf>.
- Mutu, Adriana. “Enforcing ethical standards to safeguard the credibility and legitimacy of public media corporations: The role of News Ombudspersons in Spain and France”. *Journal of Infrastructure, Policy and Development* 8, núm. 4 (2024). <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i4.2916>.

- North, Douglas. “Los andamios que el ser humano erige”. En *Organizaciones e instituciones*. Editado por Rodolfo Vergara. México: Siglo XXI editores / Escuela de Administración Pública del Distrito Federal, 2010.
- Palau-Sampio, Dolors, Juan Francisco Gutiérrez-Lozano y Josep Lluís Gómez-Mompart. “‘Ombudsman’ y lectores activos. La interacción en torno a la calidad periodística”, *Revista Latina de Comunicación Social* 71 (2016). <https://doi.org/10.4185/rlcs-2016-1149>.
- Pauwels, Flavia Verónica. “Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina: La pedagogía del Derecho a la Información”. Tesis de maestría, UBA, 2014.
- Pauwels, Flavia Verónica. “Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina: La pedagogía del Derecho a la Información (Tomo II)”. Tesis de maestría, UBA, 2014.
- Puente Martínez, Khemvirg. “Democratización, congreso y gasto público en México: la lógica del pacto político presupuestal entre 1994 y 2010”. Tesis doctoral, El Colegio de México, 2011. <https://hdl.handle.net/20.500.11986/COLMEX/10000856>.
- Puente Martínez, Khemvirg. “Los congresos locales en México. Un modelo para evaluar su grado de institucionalización”, *Estudios Políticos* 44 (2018). <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484903e.2018.44.64753>.
- Repoll, Jerónimo. “En defensa propia. El papel de las audiencias y sus defensores en la era de las redes sociales”, *Derecho a Comunicar* 5 (2012): 92-108. https://www.spr.gob.mx/defensoria/secciones/temas-interes/documentos/articulos/201205_defensa_propia.pdf.
- Scott, Richard. “Teoría contemporánea institucional”. En *Organización e instituciones*. Editado por Rodolfo Vergara. México: Siglo XXI editores / Escuela de Administración Pública del Distrito Federal, 2010.
- Serrano Arévalo, Karla M. “Nuevos retos para la radio pública en México: la Defensoría de las audiencias en Radio Educación”. Tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México, 2019.
- Solís Leree, Beatriz. “Derecho de las audiencias. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014”. Defensoría de Audiencias de Radio Educación. *Sitio web de Radio Educación*, actualizado el 8 de agosto, 2025. <http://defensora.radioeducacion.edu.mx/derecho-de-las-audiencias-145>.

- Solórzano Fuentes, Adriana. “El derecho a la información y las defensorías de las audiencias como mecanismo para su ejercicio”. En *Memorias del XIII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*. México: ALAIC, 2016, 95-101.
- Sosa Plata, Gabriel. “El papel de las defensorías del público en el entorno digital”. *Cuadernos de discusión de comunicación e información* 23 (2023). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385195.locale=en>.