



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO

**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

***EL CONCEPTO DE INFORMACIÓN DENTRO DE LA LEY FEDERAL
DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESION DE
PARTICULARES EN MEXICO***

TESIS

**PARA OBENER EL GRADO DE
MAESTRO EN DERECHO DE LA INFORMACIÓN**

**REALIZADOR:
SIDHARTA JOSÉ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ**

**ASESOR DE TESIS: DR. EN FILOSOFÍA ARTURO MORALES
CAMPOS**

MORELIA, MICHOACAN, AGOSTO DE 2015

**LA INFORMACIÓN ES EL ARTE DE LOS SABIOS,
EL PAN DE LOS INFORMADORES Y
EL ÁLGEBRA DE LA SOCIEDAD.**

Agradecimientos.

El camino del conocimiento es un arduo sendero, lleno de sueños, de ideales, de metas. El aprendizaje nunca termina, cada elemento informativo asimilado en nuestra memoria a largo plazo nos ayuda a superarnos, a alcanzar el éxito, la felicidad; y ese camino no sería nada sin el apoyo de las personas que forma parte durante el andar.

Es por esto que agradezco a mis padres principalmente, Verónica y Francisco, excelentes modelos a seguir, acreedores de mi mayor respeto y admiración, quienes siempre han creído en mí, han respetado cada una de mis decisiones y han caminado a mi lado, otorgándome mi espacio, aconsejándome y no dejándome caer en los momentos de desesperación y estrés.

A mi hermano Erick por su genialidad, quien también ha sido uno de mis modelos a seguir, que me ha enseñado que debemos empeñarnos en aprender y hacer nuestro máximo esfuerzo aunque se presente una situación difícil, y que el estudio siempre será recompensado.

A mi asesor, el Dr. Arturo Morales por su disposición, su tiempo, su paciencia y sobre todo su sentido de apoyo, que todo docente investigador debe mantener siempre intacto, para ayudar y formar a las siguientes generaciones de investigadores. Agradezco a Arturo por haber tomado una responsabilidad, que aunque con conocimientos previos de la situación, no le había correspondido desde un inicio y con el profesionalismo que lo caracteriza logró ayudarme y en conjunto encaminar esta investigación que seguirá más adelante.

A mis amigos quienes me han demostrado que siempre estarán ahí, por muy lejos o cerca que nos encontremos, quienes, aún sin conocimientos de causa, están dispuestos a dar una mano para apoyar el andar cuando las piernas no responden, quienes siempre buscan las palabras correctas para alentar cuando he estado a punto de desistir.

A la sociedad en sí misma, que es para nosotros que hago ésta investigación, la que me ha hecho seguir manteniendo mis ideales de cambio y superación, por la cual seguiré dedicando mis estudios, investigaciones y trabajo, pues es la misma sociedad la que nos permite aprender.

ÍNDICE

RESUMEN / ABSTRACT	1
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I	
EVOLUCIÓN DE LA PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN MÉXICO....	22
CAPÍTULO II	
EL RECEPTOR COMO ENTE PASIVO DENTRO DE LA LFPDPPP	36
2.1 Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.	36
2.2 Receptor.....	46
2.3 Opinión pública, conformación de ideología cultural.	62
CAPÍTULO III	
CONCEPTO DE DIFUSIÓN EN LA LFPDPPP	68
3.1 Difusión, divulgación y comunicación social.....	68
3.2 Publicidad social vs publicidad jurídica.	80
3.3 Difusión del derecho dentro de la LFPDPPP.	93
CAPÍTULO IV	
CONCEPTO DE INFORMACIÓN EN LA LFPDPPP	100
4.1 Carácter formativo de la información.....	100
4.2 Concepto de información dentro de la LFPDPPP.	115
4.3 Hacia una nueva conceptualización de la información dentro de la Ley.	118
CONCLUSIONES.....	121
Bibliografía	124

RESUMEN

La comunicación se configura como el principal elemento para la enseñanza de la cultura, lo cual permite el desenvolvimiento y progreso de una sociedad. El estudio de la información dentro de esta investigación se encamina a conceptualizarla como unidad vital para el desarrollo de los seres humanos. Considerando que los datos personales, en conjunto, se convierten en información personal, la cual delimita perfiles, historias de vida, antecedentes e incluso puede permitir la determinación de contextos íntimos se toma como base la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares en México. Se demuestra un trato pasivo durante el proceso comunicativo hacia el receptor por parte de la Ley y se plantea la necesidad de una nueva conceptualización de la información teniendo en cuenta bases comunicativas, jurídicas y educativas.

ABSTRACT

Communication is set up as the main element for teaching culture, enabling the development and progress of a society. The study of information in this research is aimed to conceptualize it as a vital element for the development of humanity. Considering personal data, together, become personal information, which defines profiles, life stories, backgrounds and may even allow the determination of intimate contexts, the basis is the Federal Law on Protection of Personal Data Held by Private Parties in México. The study shows a passive treatment during the communication process to the receiver for the Law and the need for a new conceptualization with communicative, legal and educational fundamentals.

Palabras clave: información, conocimiento, datos personales, difusión, publicidad.

INTRODUCCIÓN

En algunas ocasiones, el conocimiento se puede conceptualizar como el resultado de un proceso que se encuentra sujeto a mecanismos de selección de información, teorización y evolución cultural, ya que se encuentra manipulado por la manera en la que éste se genera, se distribuye y se utiliza. A diferencia de la información, no se podría decir que el conocimiento se halla de forma física, ya que se hace visible una vez que se involucra la participación de las personas y la sociedad interesada en utilizarlo.

Cuando se habla sobre la definición de información se presentan algunos autores a los cuales haré referencia únicamente para apoyar la construcción de una definición de información especificada dentro del capítulo IV de este trabajo. Primeramente mencionamos a Adalberto Chiavenato quien indica que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos. Estos datos se encuentran disponibles para su uso inmediato y sirven para clarificar incertidumbres sobre determinados temas.¹

Por otro lado, Umberto Eco, estructurando una teoría matemática, la delimita con una doble función, la primera como una propiedad estadística de la fuente, designando la cantidad de información que se puede transmitir y en una segunda, como la cantidad precisa de información seleccionada que se ha transmitido y recibido efectivamente, creando una doble ecuación en donde existe la selección de la información utilizando un código para asignarle un significado específico y una segunda en donde se considera la información solamente como vía de transmisión del mensaje sin desempeñar función comunicativa, únicamente como vehículo de unidades de contenido.² Desde este punto de vista se puede decir que la información es todo aquello que se tiene a disposición para poder transmitirse, así como el medio o el estímulo que se utiliza para realizarlo, entiéndase, el canal de transmisión del mensaje.

¹ Chiavenato Adalberto, *Introducción a la teoría general de la administración*, México, McGraw-Hill Interamericana, 2006, p. 110.

² Eco, Umberto, *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen, 2000, p. 71.

De manera que son necesarias otras categorías en todo proceso comunicativo de la información, como el intercambio, interinfluencias, transmisión de información, codificación, decodificación, retroalimentación. Todo mensaje debe apreciarse desde el punto de vista de la deconstrucción del mismo, el cual se encuentra conformado por información, la cual se construye por datos.

José Antonio Paoli menciona que la información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. Dos sujetos tienen la misma información, no cuando tienen los mismos datos, sino cuando tienen el mismo modo de orientar su acción. Cuando evocan en común el significado de su acción, se comunican la misma información. Así, para recibir información, no es necesario evocar en común con otras personas. Pero, si se quiere difundir el modo de dirigir la acción diseñada a partir de los datos de un medio ambiente, se deberán transmitir estos en los términos de los otros, de tal modo que se pueda evocar en común y entenderse.³ Es decir, que la información es comprensible cuando todos los sujetos que la reciben tienen la habilidad de descifrar los mensajes de manera que ambos entiendan su contenido, si un mensaje se encuentra codificado a manera que solo un rubro de receptores con un diferente contexto de conocimiento puedan comprenderla, la información no podrá entenderse de manera total por todos aquellos a quien va dirigida.

Desde este punto de vista y con un sentido jurídico ordenador, y sobre quien basaremos la mayor parte de éste trabajo, Desantes define a la información como todo tipo de relación comunicativa que supone un intercambio de significaciones y una in-formación. Lo toma como un sinónimo de ordenación como factor de realización del orden o como resultado de lo organizado, es decir, la cualidad que tiene la realidad de ser organizada, de conservar ese estado originario, y la capacidad de organizar, de clasificar en sistemas, junto a la de

³ Paoli, José Antonio, *Comunicación e información: perspectivas teóricas*, México, Trillas, 1975, pp. 15-16.

crear y aumentar la organización.⁴ Para lo cual ambos toman a la información como la forma de ordenar el entorno y encaminar la realidad hacia un sentido lineal, tomando únicamente como ente de interés el sujeto obligado, dirigiéndose directamente hacia la institución que es la encargada de organizar dicha información para realizar una ordenación del entorno social.

Desantes toma la información únicamente como objeto de uso y transformación para una ordenación, a diferencia de los autores anteriores quienes la manejan desde un punto educativo y formativo, el ámbito jurídico la toma solamente desde la perspectiva de quien la organiza, ya que se asocia exclusivamente a un orden y clasificación, dejando de lado el segmento referente al receptor. Sin embargo, hace referencia de la enorme importancia que tiene la información en cuestión de derechos, ya que indica que es un Derecho natural al hombre que la ley no concede, sino que debe reconocer,⁵ desde este punto de vista como derecho natural es inherente al ser humano y se delimita una importancia intrínseca.

Por otra parte, y dirigiéndonos a un sentido más humanista y sobre la cual se realizará contraparte en la definición de información, Sergio López Ayllon la conceptualiza como fenómeno social desde diferentes concepciones, funcionalista, estructuralista y marxista. Desde la concepción funcionalista la define como un conjunto de datos que disminuyen la incertidumbre, datos informadores y transformadores del individuo y de la sociedad.⁶

Desde el punto de vista estructuralista y antecedido por la lingüística de Ferdinand de Saussure basado en significado y significante de los signos se toma a la información como los datos estructurados y basados en reglas para poder comunicar un mensaje permitiendo la evocación en común.⁷ Y en su sentido marxista se refiere a que cada sociedad manipula sus datos para transformarlos

⁴ Desantes Guanter, José María, *Fundamentos del derecho de la información*, Madrid, Raycar, 1977, p. 25.

⁵ Desantes Guanter, José María, *El deber profesional de informar*, Valencia, Fundación universitaria San Pablo CEU, 1988, p. 11.

⁶ López Ayllon, Sergio, *El derecho a la información*, México, Porrúa, 1984, p. 23.

⁷ *Ibidem* p. 26.

en información con base a su pasado, su presente y su futuro, basándose en una sociedad como una "totalidad en marcha", es decir, en constante evolución, para lo cual transforma la información dependiendo como va evolucionando cada grupo social.⁸

Puede sugerirse que la comprensión y el entendimiento de la información se encuentra directamente relacionada con la interpretación de la misma, es susceptible de enriquecerse o desvirtuarse ya que depende de esta interpretación referida a quien la selecciona, analiza o resume, a quien la describe y la busca, ya sea con intenciones personales, profesionales, políticas o económicas.

Así, uno de los procesos humanos a través del cual se logra la transmisión de ideas, opiniones, puntos de vista de un emisor a un receptor, la interinfluencia y la retroalimentación se considera transmisión de información. Todo lo cual expresa el carácter unilateral y unidireccional de este proceso, pero no podemos entonces, hablar de la transmisión de información sin olvidarnos de las definiciones anteriores, las cuales mencionan al receptor como ente activo del proceso de comunicación, es decir, el concepto de información se refiere no únicamente a la transmisión de la misma, sino también a la comprensión por parte del oyente.

Cabe resaltar que existe una diferencia entre información y datos: se puede decir que la información son los símbolos descriptivos de hechos, valores, condiciones o situaciones; sin embargo los datos pueden ser una letra, un signo ortográfico, un número o cualquier símbolo que constituya una cantidad, una medida, una palabra o una descripción. Los datos en sí, se caracterizan por no contener ninguna información.

La forma de comunicar un dato se da con el uso de diferentes símbolos tales como las letras del alfabeto, números, movimientos de labios, notas musicales, gestos con el rostro, dibujos, etc. Es posible ordenar de diferentes formas dichos símbolos de manera que sea posible utilizarlos otorgándoles significados específicos a lo que se le denomina información. Un dato puede significar un número, una letra, un signo ortográfico o cualquier símbolo que

⁸ Ibídem p. 27.

represente una cantidad, una medida, una palabra o una descripción. La información se trata de un ordenamiento organizado de datos, que componen un mensaje sobre un determinado hecho o momento.

Percibimos toda la información del exterior mediante los sentidos, incluyendo los datos como signos, integramos cada signo y generamos la información necesaria para producir el conocimiento que finalmente permite tomar decisiones para realizar las labores cotidianas que aseguran la convivencia social.

Cabe resaltar que existe una diferencia entre información y datos: se puede decir que la información son los símbolos descriptivos de hechos, valores, condiciones o situaciones; sin embargo los datos pueden ser una letra, un signo ortográfico, un número o cualquier símbolo que constituya una cantidad, una medida, una palabra o una descripción. Los datos en sí, se caracterizan por no contener ninguna información.

La forma de comunicar un dato se da con el uso de diferentes símbolos tales como las letras del alfabeto, números, movimientos de labios, notas musicales, gestos con el rostro, dibujos, etc. Es posible ordenar de diferentes formas dichos símbolos de manera que sea posible utilizarlos otorgándoles significados específicos a lo que se le denomina información. Un dato puede significar un número, una letra, un signo ortográfico o cualquier símbolo que represente una cantidad, una medida, una palabra o una descripción. La información se trata de un ordenamiento organizado de datos, que componen un mensaje sobre un determinado hecho o momento.

Por lo que podemos definir información como la organización de ideas, pensamientos, opiniones y sentimientos, influenciados por un entorno social afectado por su historicidad, que tiene como objetivos disminuir la incertidumbre; generar opinión y criterio; educar y clasificar la realidad para poder alcanzar un ideal sociedad que permita desarrollo de inteligencia, habilidades y construcción de un estado de derecho alcanzable, es decir, herramienta vital para el desarrollo humano.

Con base en esta definición podemos mencionar que el derecho a la intimidad está relacionado estrechamente con algunos aspectos de la vida humana que son importantes para cada sujeto y que cada uno de ellos prefiere dejar (o se supone que prefiere) fuera del conocimiento de los demás, y con referencia al conocimiento se puede adecuar a un conocimiento informativo, es decir, que cada persona tiene el derecho a informar o no sus datos personales.

Esto último que se menciona tiene mucha importancia, pues en materia de intimidad se dice que cualquier tipo de información personal puede ser divulgada por cualquier medio a excepción de que exista cierta prohibición por parte del interesado a que se dé a conocer dicha información. Es decir que el ámbito de su vida no puede ser divulgado sin que él o los llamados por la ley a decidir, lo autoricen. En el derecho, esta diferencia es una regla de actuación para las personas.

El derecho a la intimidad se trata de todo lo que se puede considerar lo más propio y oculto, entendiéndose por propio y oculto la información que se mantiene para sí mismo.⁹ Pero es totalmente indudable que las relaciones que el ser humano mantiene con sus semejantes dentro y fuera de una sociedad al ser parte de ésta misma, los avances tecnológicos que rápidamente se han desarrollado en la sociedad y siempre encontrándose en constante cambio y evolución, han comenzado a inmiscuirse dentro de aquellas áreas que forman parte de lo más íntimo del ser humano.

Es necesario determinar el concepto de intimidad y sus semejanzas con algunos otros conceptos, debido a que se trabajará dentro de los capítulos II y III con la Ley Federal de protección de datos personales en posesión de los particulares, es necesario para esclarecer su importancia dentro de este trabajo así como su competencia apropiada al mencionar el concepto de información, ya que al manifestar que la información es vital para el desarrollo del ser humano, específicamente en la LFPDPPP, se presenta como insumo principal de

⁹ García González, Aristeo, *El derecho a la intimidad desde una perspectiva constitucional: equilibrio, alcances, límites y mecanismos de defensa*, México, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Biblioteca de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, 2005, pp. 94-110.

protección, la información, específicamente la información relacionada con la intimidad, la privacidad y confidencialidad del individuo.

La intimidad no está delimitada y se puede conceptualizar de diferentes maneras dependiendo la persona que intente conceptualizarlos. Entonces podemos decir que la privacidad es la habilidad de un individuo o grupo de mantener sus vidas y actos personales apartados de toda edición y/o referencia pública, o de controlar el flujo de información sobre sí mismos. Por lo tanto, el derecho a la Intimidad implica la libertad de toda persona a decidir qué hacer con su vida privada así como guardar reserva sobre aquellos aspectos de la misma que no desea que sean conocidos por los demás. En muchas ocasiones intimidad, privacidad y confidencialidad se utilizan de forma indiscriminada como si dichos conceptos contaran con el mismo significado, sin embargo, a pesar de sus similitudes, existen algunas diferencias entre ellos.

Todo lo íntimo de cada individuo o su intimidad es la parte privada que cada quien desea guardar para sí mismo y que sólo comparte cuando decide hacerlo, a las personas a las que se les tiene confianza y que, lo cual genera un ambiente de confidencialidad. En el centro de la intimidad se encuentra nuestra vida personal: deseos, sentimientos, pensamientos, ideologías y creencias. Cierta información referida exclusivamente a nuestra persona, entre los que se encuentran los relacionados con nuestra procedencia (genética, raza), las preferencias sexuales, los datos de salud y otros datos que podrían generar algún tipo de discriminación en nuestros círculos sociales y en los ambientes en los que vivimos.

La privacidad se encuentra estrechamente relacionada con la intimidad. Todo lo que seleccionamos como íntimo se encuentra dentro de la privacidad de un individuo, sin embargo, no todo lo privado es íntimo. La vida privada comprende varios aspectos, muchos de ellos cotidianos, como qué y dónde se come, dónde y con quién se pasea, con quién y dónde se vive, qué número de teléfono se tiene, qué se compra, etc. También es considerado como privado el tiempo, los pensamientos, las sensaciones, las creencias, etc.

Existen personas de las cuales muchos de estos rasgos dejan de ser del ámbito privado, por su naturaleza social estas son las personas públicas, que, por su cargo, oficio, profesión o forma de vida, han optado por renunciar a una buena parte de su vida privada. Incluso mucha información y referencias de la vida privada de las personas no públicas son fácilmente accesibles o son obligatoriamente controlables por el Estado o por otros particulares que tienen derecho a saber y manejar esos datos. Así pues, lo privado o la privacidad abarca todas aquellas facetas de nuestra vida que se consideran como propias, pero puede que, por su misma naturaleza o por las circunstancias elegidas, muchas de ellas no sean totalmente propias o incluso, pueden, legítimamente dejar de serlo.

Por otro lado, la confidencialidad puede definirse desde un hecho o un dato confidencial por la actitud que se le pide al sujeto conocedor de ese hecho o dato. La confidencialidad se trata de la actitud o comportamiento de respeto o secrecía que exige el hecho o dato íntimo o privado en el sujeto que lo conoce. Se trata del seguimiento adecuado al carácter íntimo o privado de ciertos ámbitos de la vida de una persona. La confidencialidad deberá ser proporcionada dependiendo el grado de privacidad o de intimidad que tenga o se le asigne al hecho o al dato que se conoce.

El derecho contra la invasión a la intimidad por el gobierno, corporaciones o individuos está garantizado en muchos países mediante leyes, y en algunos casos, la constitución o leyes de privacidad. Casi todos los países poseen leyes que en alguna medida limitan la privacidad. Pérez Luño indica que la protección de los datos personales constituye un importante criterio de legitimación política de los sistemas democráticos, tecnológicamente desarrollados. Su reconocimiento supone una condición del funcionamiento del propio sistema democrático, es decir, se trata de una garantía básica para cualquier comunidad de ciudadanos libres e iguales.¹⁰

¹⁰Pérez Luño Antoni Enrique, "Comentario legislativo: la LORTAD y los derechos fundamentales, Derechos y Libertades", *Revista del Instituto Bartolomé de las casas*, Madrid, N°1, Febrero-October, 1993, pp. 143.

En mi opinión, la protección de datos personales es aquella que se encarga de defender toda la información que cada individuo tiene derecho a mantener para sí, así mismo, es la que permite organizar los datos propios de un sujeto, resguardando su propia identidad como humano, protegiéndolo de una interacción no deseada con su entorno social. La protección de datos personales parte del principio del respeto a la dignidad personal, es decir del respeto al honor, a la imagen y reputación de las personas, en este sentido la vida privada es parte esencial de la persona, entendiendo como el derecho a vivir su propia vida, a desarrollarse de la manera que desea, a relacionarse libremente en los círculos sociales que sean de su interés o a mantenerse ajeno a estos y en soledad.

El derecho fundamental a la protección de datos es, por una parte, un derecho autónomo nuevo que protege a la persona, en especial, la propia información personal frente a las tecnologías de la información; lo que no significa negar que represente también en muchas ocasiones una concretización del derecho a la intimidad en los tratamientos de datos personales, un derecho más específico dentro del más general derecho de privacidad personal¹¹.

Algunos de los principios de la protección de datos son: el consentimiento, en donde cada persona puede negarse a que su información se encuentre en bases de datos, siempre y cuando no la haya proporcionado a fuentes accesibles a todo público; la temporalidad que se debe exigir, pues se estipula que la información de carácter personal no debe conservarse por un lapso mayor al necesario para los fines por los que se recopila, aunado a que toda persona cuenta con un derecho a rectificación y cancelación de datos siempre y cuando sean inexactos o incompletos.

La protección de datos personales parte del principio del respecto a la dignidad personal, es decir del respeto al honor, a la imagen y reputación de las personas, en este sentido la vida privada es parte esencial de la persona, entendiendo como el derecho a vivir su propia vida, a desarrollarse de la manera

¹¹ Troncoso Reigada, Antonio, *La protección de datos personales, en busca del equilibrio*, Valencia, Tirant lo blanch, 2010, p. 27.

que desea, a relacionarse libremente en los círculos sociales que sean de su interés o a mantenerse ajeno a estos y en soledad.

Para la protección de este patrimonio llamado datos personales inicialmente nace el *habeas data*, una de las garantías constitucionales más modernas, aunque se le denomine mitad en latín y mitad en inglés.¹² Su nombre se ha tomado parcialmente del antiguo instituto del *Habeas Corpus*, y su primer vocablo significa “conserva o guarda tú” y el segundo proviene del inglés “data”, sustantivo plural que significa “información o datos”. En síntesis, en una traducción literal sería “conserva o guarda tus datos” a fin de que cada individuo pueda conocerlos y resolver lo pertinente acerca de ellos. Pérez Luño nos dice que:

El *habeas data* constituye un cauce procesal para salvaguardar la libertad de la persona en la esfera informática, que cumple una función paralela, en el seno de los derechos humanos de la tercera generación, a la que en los de la primera generación correspondió el *habeas corpus* respecto a la libertad física o de movimientos de la persona.¹³

Los objetivos del *habeas data* son varios, la privacidad y la protección de la integridad de la persona, la protección del consumidor dentro de un mundo comercial más y más avanzado tecnológicamente, y la transparencia del estado gubernamental.

El *habeas data* permite a su titular ejercer los siguientes derechos:¹⁴

1. El acceso de los datos que se encuentran en banco de datos;
2. Exigir la actualización;
3. Solicitar la rectificación o corrección cuando sean incorrectos;
4. Requerir el aseguramiento de la confidencialidad de los datos por parte de terceras personas; y,

¹² Cesario, Roberto, *Habeas Data Ley n° 25.326*, Buenos Aires, Universidad, 2007, p.108.

¹³ Pérez Luño, Antonio Enrique, *Ensayos de Informática Jurídica*, México, Fontamara, 2001, p. 14.

¹⁴ Gozáini Osvaldo Alfredo, *Hábeas Data Protección de Datos Personales*, Argentina, Rubinzal-Cuñzoni, 2001, p. 35

5. Solicitar la supresión de los datos cuando éstos dejen de ser útiles

Este principio intenta proteger a la persona de los abusos que pueda sufrir respecto del poder informático. Se entiende por tal, la producción, almacenamiento y transferencia de información personal que pueden realizar instituciones públicas y privadas, empresas y personas en general, en base a los avances tecnológicos que hoy existen.

Dicha información personal, a más de poder ser incorrecta o desactualizada, puede abarcar situaciones pasadas ya superadas, así como también ser de carácter sensible, esto es, referirse a las convicciones políticas o religiosas de la persona, a su comportamiento sexual, a su estado de salud, etc., información ésta que al ser realmente íntima no debería ser de conocimiento y manejo público, salvo que su mismo titular así lo acepte expresamente.

En la época actual en dónde existen enormes bases o bancos de datos se pueden mencionar tres importantes operadores de este sistema: el productor de datos, es decir quien los recolecta y los transforma a lenguaje digital computarizado, el gestor o quien se encarga de conservar y organizar la información creando un *software* necesario para que los usuarios puedan consultar sus datos y el distribuidor, quien transmite los datos fungiendo como intermediario entre el gestor y el usuario.¹⁵

El habeas data, por lo tanto, supone una garantía sobre el adecuado manejo de la información personal que se encuentra bajo poder de terceros. Esto permite evitar los abusos y subsanar los errores involuntarios en la administración y publicación de los datos.

Dentro del habeas data también se encuentra la información financiera, que también se le denomina el habeas data financiero y es el derecho que tiene todo individuo a conocer, actualizar y rectificar su información personal comercial, crediticia y financiera, contenida en centrales de información públicas o privadas,

¹⁵ Stiglitz Rosana, Marta, "Impacto de la información en la sociedad", *Revista La Ley*, Buenos Aires, núm.8, 1987, p. 59.

que tienen como función recopilar, tratar y circular esos datos con el fin de determinar el nivel de riesgo financiero de su titular.

Una vez que se crea la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública aparece la prerrogativa de la protección de los datos personales, debido a que con el nacimiento de esta Ley se habla sobre la obtención y conocimiento de datos de los cuales anteriormente no se tenía ningún reparo y los cuales habían quedado desprotegidos.

En relación a la protección de datos personales es muy importante tener en cuenta que toda persona física que sea poseedor de datos personales se le debe conocer como el titular de los mismos y por consecuencia le pertenecen y decide sobre de ellos. Todo aquel particular que recabe, almacene, difunda y utilice datos personales estará obligado a cumplir con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) ya que dicha ley aplica a los profesionistas que prestan sus servicios de manera privada o independiente; por lo que toda persona física y moral que realice el tratamiento de los datos personales se les denominará como Responsables.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos reconoce el derecho a la protección de los datos personales en los artículos 6° y 16° al señalar que: la información sobre la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes; el derecho de toda persona al acceso gratuito de sus datos personales o a la rectificación de éstos, y que toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales, al acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición, en los términos que fije la ley, en la cual se establecerán los supuestos de excepción a los principios que rijan el tratamiento de datos.¹⁶

Una vez que establece la importancia del *habeas data*, como protección de la información privada de cada individuo, de manera específica se establecen los derechos ARCO que son los que se refieren al acceso, rectificación,

¹⁶ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917, Última reforma publicada el 11 de Junio de 2013.

cancelación y oposición que podemos hacer validos primero, ante el Responsable que recabo nuestros datos personales o en su caso ante el INAI (Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales), autoridad encargada de velar por el buen uso de nuestros datos personales.

El derecho fundamental a la protección de datos personales tiene por objeto garantizar a toda persona el poder de decisión y control que tiene sobre su propia información, esto es, el uso y destino que se le da a sus datos personales. Ahora bien, el responsable, en todo momento, se encontrará obligado a cerciorarse de la identidad del titular que pretenda ejercer sus derechos de ARCO, así como en el caso que se busque revocar el consentimiento; en estos casos, será indispensable que el titular presente alguna identificación oficial como IFE, cartilla de servicio militar, pasaporte, cedula profesional, etc.

Los cuatro derechos ARCO se refieren específicamente a lo siguiente:¹⁷

- a) Acceso a sus datos personales. Permite a los individuos solicitar que se le indique qué datos son los que mantiene en resguardo una empresa.
- b) Rectificación. Esto cuando la información no se encuentra actualizada o contiene algún error.
- c) Cancelación. Cuando ya no se tiene un fin en particular con los datos personales, el individuo puede solicitar que se borre o se suprima la información con la que se cuenta
- d) Oposición. Se refiere a que se el sujeto dueño de la información se puede oponer los datos sean usados para fines distintos a los autorizados.

Los datos personales se refieren a toda aquella información relativa al individuo que lo identifica o lo hace identificable. Entre otras cosas, le dan identidad, lo describen, precisan su origen, edad, lugar de residencia, trayectoria académica,

¹⁷ Villalobos, Jorge, "La nueva ley de protección de datos", *Entrepreneur*, Mexico, Vol. 19 Issue 12, dic 2011, pp 84-86.

laboral o profesional. La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) define 'datos personales' en su Fracción V como: "cualquier información concerniente a una persona identificada o identificable".¹⁸

Cuando la información está asociada a un titular, es información personal, no por la información en sí, sino por su asociación con la persona física a la que se protege. Esta normativa, en su Fracción VI, define además los llamados datos sensibles, a los que se refiere como "aquellos datos personales que afecten a la esfera más íntima de su titular, o cuya utilización indebida pueda dar origen a discriminación o conlleve un riesgo grave para éste"¹⁹. Finalmente, esta Ley distingue también a los datos financieros o patrimoniales, que necesitan de consentimiento expreso para su tratamiento.

Hay diferentes categorías de datos, por ejemplo, de identificación (nombre, domicilio, teléfono, correo electrónico, firma, RFC, CURP, fecha de nacimiento, edad, nacionalidad, estado civil, etc.); laborales (puesto, domicilio, correo electrónico y teléfono del trabajo); patrimoniales (información fiscal, historial crediticio, cuentas bancarias, ingresos y egresos, etc.); académicos (trayectoria educativa, título, número de cédula, certificados, etc.); ideológicos (creencias religiosas, afiliación política y/o sindical, pertenencia a organizaciones de la sociedad civil y/o asociaciones religiosas; de salud (estado de salud, historial clínico, enfermedades, información relacionada con cuestiones de carácter psicológico y/o psiquiátrico, etc.); características personales (tipo de sangre, ADN, huella digital, etc.); características físicas (color de piel, iris y cabellos, señales particulares, etc.); vida y hábitos sexuales, origen (étnico y racial.); entre otros.

Todos los anteriores clasificados de la siguiente manera en la LFPDPPP tal como lo estipula en su artículo Trigésimo Segundo: "Será confidencial la información que contenga datos personales de una persona física identificada o identificable relativos a:I.- Origen étnico o racial; II.- Características físicas; III.-

¹⁸ *Ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares*. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de julio de 2010. Artículo 3°,

¹⁹ *Ídem*.

Características morales; IV.- Características emocionales; V.- Vida afectiva; VI.- Vida familiar; VII.- Domicilio particular; VIII.-Número telefónico particular; IX.- Patrimonio; X.- Ideología; XI.- Opinión política; XII.- Creencia o convicción religiosa; XIII.-Creencia o convicción filosófica; XIV.- Estado de salud física; XV.- Estado de salud mental; XVI.- Preferencia sexual, y XVII.-Otras análogas que afecten su intimidad, como la información genética.

También son personales los datos relativos a personas identificables que muchas veces pasamos desapercibidos con los que pueden asociarse fácilmente, aunque no directamente, a sus titulares. Por ejemplo, las imágenes de una grabación de videovigilancia de una empresa no identifican a las personas que graban, pero viendo esas imágenes, alguien de esa empresa podría reconocer quiénes son tales personas y a qué hora llegan o salen de su lugar de trabajo, existen algunos otros como la dirección IP de los equipos de cómputo, el número de matrícula del vehículo propio, los rasgos físicos (a la impresión de las huellas dactilares, el escáner del dibujo del iris, etc).

El derecho a la protección de los datos personales permite a los individuos tener control sobre su información personal. Para ello, como en todo derecho, son necesarias herramientas concretas para su ejercicio. Así, la Ley prevé mecanismos específicos para que las personas controlen su información personal, exijan que los datos personales sean tratados conforme a lo dispuesto por la Ley, y para que quienes los utilizan cumplan con sus obligaciones. Esto, desde un punto humanista, otorgando la primordial importancia al sujeto de quien se hace referencia la información; dicho sujeto es conocido como receptor directo de la misma, es decir, aunado a que la información va dirigida a las instituciones, las leyes se basan en datos destinados al conocimiento de un ente que la reciba, el ciudadano común, quien, en este caso, es el principal acreedor de derechos.

Existe una diferencia entre información y datos: se puede decir que la información son los símbolos descriptivos de hechos, valores, condiciones o situaciones; sin embargo los datos pueden ser una letra, un signo ortográfico, un número o cualquier símbolo que constituya una cantidad, una medida, una palabra

o una descripción. Los datos en sí, se caracterizan por no contener ninguna información.

La forma de comunicar un dato se da con el uso de diferentes símbolos tales como las letras del alfabeto, números, movimientos de labios, notas musicales, gestos con el rostro, dibujos, etc. Es posible ordenar de diferentes formas dichos símbolos de manera que sea posible utilizarlos otorgándoles significados específicos a lo que se le denomina información. Un dato puede significar un número, una letra, un signo ortográfico o cualquier símbolo que represente una cantidad, una medida, una palabra o una descripción. La información se trata de un ordenamiento organizado de datos, que componen un mensaje sobre un determinado hecho o momento.

Percibimos toda la información del exterior mediante los sentidos, incluyendo los datos como signos, integramos cada signo y generamos la información necesaria para producir el conocimiento que finalmente permite tomar decisiones para realizar las labores cotidianas que aseguran la convivencia social.

Es necesario delimitar la función del receptor desde un punto de vista individual, queda claro que forma parte de un proceso estructurado de comunicación, el cual se trabajará a fondo y de manera detalla en el capítulo II y se establecerá el rol que maneja dentro de la ley, de lo cual se hablará en el capítulo IV de ésta investigación; sin embargo, para adentrar la significación del concepto es necesario detallar cómo lo definen los autores sobre los que mayormente se trabajará dentro de este trabajo.

En el área de la comunicación, entonces, el receptor es a quien va dirigido un determinado mensaje, sin importar que dicho mensaje tenga intencionalidad consciente o no, el receptor o quien (quienes) recibe el mensaje es el ente que decodifica la información para transformarla en una propia opinión, la cual no es más que la construcción individual de un conjunto de ideas y teorías, la libre expresión de un pensamiento propio reconstruido.

Desde un ámbito más concreto, en la teoría de la comunicación, el receptor es aquella persona a quien va dirigida la comunicación. Es aquel que

descifra e interpreta los signos utilizados por el emisor; es decir, descodifica el mensaje que recibe del emisor. Todo sujeto que cuente con la capacidad de recibir e interpretar un mensaje, sea de la índole que sea este mensaje, y sea cual fuera el código empleado para su materialización y los canales elegidos para su transporte.

Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor, pero este último no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia la persona que recibe el mensaje a través del medio. La comunicación constituye una característica y una necesidad de las personas y de las sociedades con el objetivo de poder intercambiarse informaciones y relacionarse entre sí.

El receptor es quien recibe y decodifica el mensaje, en un momento dado cambia roles con el emisor aunque puede variar de código y/o de canal. Por ejemplo: en una plática entre dos personas, los roles de emisor y receptor cambian constantemente y ambos emplean el mismo código y canal. En el caso de una estación de radio la emisión se establece por un canal mientras que la respuesta de la audiencia puede darse por uno diferente, por ejemplo el teléfono, o en su defecto no existir, que en el caso de la estructura de comunicación de masas en la mayoría de las ocasiones no existe una retroalimentación.

Según el modelo de Shannon y Weaver, el emisor es una fuente que posee más o menos complejidad, mientras que el receptor se trata de un órgano de llegada. De acuerdo con Berlo la fuente es alguna persona o personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación.²⁰ Según Hervás el emisor es el que emite el mensaje", mientras que el receptor es el destinatario del mensaje.²¹ En el campo de la etología, la función primordial de la comunicación en el polo del emisor resulta ser la manipulación del receptor, mientras que en el polo del

²⁰ Berlo, David, *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*, Buenos Aires, El Ateneo, 1987, p.18.

²¹Hervás, Gonzálo, *Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal*, Madrid, Playor, 1998, p.12.

receptor, la función se centra en la interpretación de aquello que el emisor pretende, con el propósito de que éste obtenga la menor ventaja posible.²²

José María Desantes define al receptor como una parte dentro de un proceso jurídico quien se activa cuando existe una afectación entre uno y otro sujeto,²³ se menciona una idea de que quien recibe la información solo implica una parte receptora, no se habla de una asimilación del mensaje (ni de un interés por parte del emisor de que esta lo comprenda). Mayormente en el caso jurídico se le ve al destinatario como aquel que tiene el derecho más no la obligación de actuar, y como lo menciona Desantes, se activa únicamente cuando aparece una afectación, es decir, que el receptor se encuentra en una situación pasiva, quien despierta cuando se ve lesionado alguno de sus derechos.

Desantes habla sobre el deber de informar como parte primordial del derecho de la información, menciona que el informador es el núcleo personal en el que coinciden derecho y deber, toma el deber de informar como un derecho del profesional, del sujeto cualificado, es decir del periodista.²⁴ En cuestión jurídica se habla de los preceptos que debe tener un informante con la intención de regir el principio de acceso y difusión, basados en que el hombre tiene derecho a la información porque ésta le es imprescindible para vivir en la comunidad a la que también tiene derecho y que constituye el ámbito de la comunicación. Se habla de la importancia de la información para el receptor, pero no de un derecho a la comprensión y entendimiento de la información. Desde un punto básico y mencionándolo como la única opción activa, conforme la descripción del artículo 19 de la Declaración de Derechos Humanos de la O.N.U. se habla de que todo sujeto como tiene el derecho de investigar, recibir y difundir, es decir, únicamente conocer y retransmitir esa información.

En nuestra constitución se encuentra garantizado este Derecho en el artículo 6° el cual indica literalmente *“El derecho a la información será garantizado*

²² Riba Carles, “El pensamiento animal a la luz de la comunicación”, en Peláez del Hierro Fernando y Veà Baró Joaquín, *Etología, Bases biológicas de la conducta animal y humana*, Madrid, Pirámide, 1997, p. 39.

²³ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 4, p. 27.

²⁴ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 5 p. 11.

por el Estado”, y la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en su artículo 6° menciona que:

El derecho de acceso a la información pública se interpretará conforme a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; la Declaración Universal de los Derechos Humanos; el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos; la Convención Americana sobre Derechos Humanos; la Convención Sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer, y demás instrumentos internacionales suscritos y ratificados por el Estado Mexicano y la interpretación que de los mismos hayan realizado los órganos internacionales especializados.

Esta ley está dispuesta a interpretarse con base a la Declaración Universal de los Derechos Humanos o al Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos cuyos artículos aseguran la búsqueda, recepción y difusión de informaciones e ideas de toda índole, lo cual jurídicamente hablando no implica un proceso de apropiación de los datos, solo de acceso y transmisión.

Sergio Lopez Ayllon hace referencia a la información y a la sociedad, es decir, intenta delimitar al receptor como sujeto informado, desde un ámbito económico, político, de educación y de cultura. Lopez Ayllon intenta hacer referencia a la forma y función en que la fuente trata de afectar a quien recibe al mensaje, es decir, la intención que se tiene al emitir un mensaje, y aunque intenta darle un sentido más humanista desde la definición de información al concepto y función del receptor sigue manteniéndolo únicamente como individuo receptor sin actuación propia.

Se puede observar que la información se considera un elemento esencial para el desarrollo del intelecto y, por ende, los valores y la moral de las personas. Si no contáramos con información sería imposible desarrollar un pensamiento racional, lo cual no permitiría la posibilidad de generar juicios morales. La protección y difusión de la información son requisitos elementales para la educación del ser humano, lo cual indica que la ésta, más que ser únicamente un insumo de intercambio, es generadora y debe conceptualizar al receptor como parte activa e importante dentro del proceso comunicativo, ya que como se podrá

definir más adelante, la información es una herramienta vital para el desarrollo de la sociedad.

CAPÍTULO I

EVOLUCIÓN DE LA PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN MÉXICO.

La constante evolución del manejo de la información dentro de las nuevas tecnologías de la información ha generado un trato masivo y de especial importancia de los datos referentes a las personas, es decir, de los datos personales, también ha generado que aparezca un nuevo derecho de las personas, el derecho a la protección de datos de carácter personal, que a diferencia de otros, se ha desarrollado y legislado de manera realmente rápida.

El Artículo 12 de la "Declaración Universal de los Derechos Humanos" adoptada por la Asamblea General de Naciones Unidas establece que el derecho a la vida privada es un derecho humano.²⁵ El Artículo 17 del "Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos" adoptado por la Asamblea General de Naciones Unidas, consagra, al respecto, lo siguiente:²⁶

1. Nadie será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honra y reputación.
2. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o esos ataques.

Si el derecho al respeto de la vida privada es un derecho subjetivo y cae dentro de la categoría de los derechos de la personalidad, aparecerán entonces en forma concomitante ciertos caracteres jurídicos propios de dichos derechos. El derecho a la vida privada puede calificarse igualmente de inalienable e imprescriptible. Su titular no puede renunciar a tal derecho en forma total y definitiva, ya que una renuncia de esta naturaleza sería absolutamente nula.

En 1973 en Suecia entra en vigor la primera ley en el mundo para la protección de la información de particulares, contando con un organismo que

²⁵ Declaración Universal de Derechos Humanos, Proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de Septiembre de 1948, disponible en <http://www.un.org/es/documents/udhr/>, consultada 10 de Junio de 2013.

²⁶ Pacto internacional de Derechos Civiles y políticos, Adhesión de México: 24 de Marzo de 1981, Decreto Promulgatorio DO 20 de Mayo de 1981, Fe de Erratas DO 22 de Junio de 1981.

supervisará el cumplimiento de la misma, llamado *Data InspektionBoard*. Por otra parte, en 1974 en Estados Unidos se aprueba una ley de carácter general titulada *PrivacyAct*, luego, entre 1977 y 1979 en países como Canadá, Francia, Dinamarca, Noruega, Austria y Luxemburgo se publicaron leyes referentes a la protección de datos personales.²⁷

La constitución portuguesa de 1976 fue la primera en hacer una referencia específica a la protección de datos personales. Dedicó un precepto expreso a esta cuestión, el artículo 35, que señala: "1. todo ciudadano tendrá derecho a tener conocimiento de lo que conste en forma de registros informáticos acerca de él y de la finalidad a que se destinan esos datos, y podrá exigir su rectificación, así como su actualización, sin perjuicio de lo dispuesto en la ley sobre secretos Estado y secretos de actuaciones judiciales."²⁸

En el caso de España el artículo 18.4 de su Constitución de 1978²⁹ determina que "la ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos." Es un hecho indiscutible que existe la posibilidad de que los datos se complementen unos con otros hasta formar un perfil completo de cada persona. Las circunstancias de tiempo y lugar no son ya un obstáculo para el tratamiento de datos y mucho menos para que terceros ajenos al titular de los mismos puedan acceder a ellos. "De este modo, un dato carente en sí mismo de interés puede cobrar un nuevo valor de referencia y, en esta medida ya no existe, bajo las condiciones de la elaboración automática de datos, ninguno 'sin interés'".³⁰

En 1980 en el marco de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico se pronuncia una recomendación indicando las pautas

²⁷Oliveros Davila Antonio, *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares*, Magazcitur, México, Año 2, núm. 1, Enero 2011 disponible en <http://www.magazcitur.com.mx/?p=1169>, Consultado 3 de Mayo 2013.

²⁸Troncoso Reigada, Antonio, op. cit., nota 11, p. 49.

²⁹Constitución Española, 1978, Publicado en BOE núm. 311 de 29 de Diciembre de 1978. Vigencia desde 29 de Diciembre de 1978. Revisión vigente desde 27 de Septiembre de 2011.

³⁰ Sentencia del Tribunal Constitucional Alemán de 15 de diciembre de 1983 sobre la Ley del Censo de 31 de marzo de 1982. Citado por Lucas Murillo, Pablo, *El derecho a la autodeterminación informativa. La protección de los datos personales frente al uso de la informática*. Madrid, Tecnos, 1990, pp. 122 - 123

relativas a la protección de la privacidad y límites de transferencia de datos personales, que constituyó el primer instrumento supranacional que analiza a profundidad el derecho a la protección de estos datos.

En 1981 se aprobó un Convenio para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal³¹ con la intención de maximizar el amparo y el cuidado de la información privada de cada sujeto, en el cual insta a los Estados firmantes a que establezcan para su propio territorio las medidas necesarias (art.4.1) para que sea efectiva la protección y nombra autoridades para el cumplimiento de éstas (art.13.3), señala como principios esenciales de la protección de datos, tanto para los ficheros públicos como para los privados los siguientes:

- a) Se obtendrán y tratarán leal y legítimamente;
- b) Se registrarán para finalidades determinadas y legítimas y no se utilizarán de forma incompatible con dichas finalidades;
- c) Serán adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con las finalidades para las cuales se hayan registrado;
- d) Serán exactos y si fuera necesario puestos al día;
- e) Se conservarán bajo una forma que permita la identificación de las personas concernidas durante un periodo de tiempo que no exceda del necesariamente para las finalidades las cuales se hayan registrado (art. 5)

Exceptúa el manejo y uso de los datos sensibles, como lo pueden ser ideología, religión, origen racial, opiniones políticas, preferencia sexual, salud y condenas penales (art. 6) e indica que las personas sobre las que se tienen datos resguardados tienen los siguientes derechos:

- a) Conocer que existe una lista del registro, sus finalidades principales, la identificación y residencia habitual de quien cuenta con dicha información

³¹ Convenio de 1981 sobre Protección de datos personales publicado el 20 de Julio de 1993 en el Boletín de Jurisprudencia Constitucional.

b) Solicitar que se verifique la información y si se requiere el borrado o modificación de la misma.

Desde este aspecto se reconoce que todo sujeto tiene derecho a oponerse al tratamiento de su información personal, fuere cual fuere el medio de obtención y a que sea confidencial; con el objetivo de proteger las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, especialmente en su honor e intimidad personal y familiar, sin embargo, en esta era digital la mayor parte de las empresas se rigen por bases de datos por lo que Ana Azurmendi indica:

Dentro de un mercado único en el que existe la libre circulación de capitales, personas y bienes y servicios, y en el que, consecuentemente, existe también un trasvase de los Estados miembros, con el fin de que unas limitaciones excesivas en este campo no frenen la actividad económica. No en vano, en la llamada sociedad de la información, y tal y como afirma la comisión correspondiente Libro Verde, la mayor parte de los productos y servicios se gestionarán a partir de bases de datos.³²

Existen también los datos especialmente protegidos dentro de los que se encuentra la información sensible que es proporcionada única y exclusivamente con el consentimiento del afectado teniendo muy presente que se debe contar con un secreto profesional. Sin olvidarnos que también se encuentran los secretos oficiales los cuales son aquellos que puedan dañar o poner en riesgo la seguridad y defensa del Estado.

Antes de profundizar en la evolución de la protección de datos en nuestro país, es muy importante referirse a tres importantes declaraciones internacionales en las que se ha reconocido el derecho a la intimidad y a la protección de datos de carácter personal.

Como anteriormente se mencionaba, el artículo 12 de la Declaración Universal de Derechos Humanos establece que “nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de

³² Azurmendi, Ana, *Derecho de la información*, Navarra, Eunsa, 2011, pp. 102.

ataques a su honra o reputación. Toda persona tiene derecho a la protección de la ley contra tales injerencias o ataques”.³³

A seguir, el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales del Consejo de Europa³⁴ establece en su artículo 8 que: “Toda persona tiene derecho al respeto de su vida privada y familiar, de su domicilio y de su correspondencia”.

En tercer lugar, el Convenio 108 del Consejo de Europa establece en su artículo 1°:

Garantizar, en el territorio de cada Estado, a cualquier persona física sean cuales fueren su nacionalidad o su residencia, el respeto de sus derechos y libertades fundamentales, concretamente su derecho a la vida privada, con respecto al tratamiento automatizado de los datos de carácter personal correspondientes a dicha persona.³⁵

Con la intención de garantizar a los ciudadanos de los Estados contratantes el respeto de sus derechos y libertades, en particular, el derecho a la vida privada, conciliándolo con la libre circulación de la información entre los Estados miembros. Sin embargo cabe resaltar que México aún no se adhiere a dicho convenio aunque se encuentra en proceso de adjuntarse. De esta manera la República Federal de Alemania, Francia, Dinamarca, Austria y Luxemburgo contaron con el primer instrumento vinculatorio de carácter internacional sobre protección de datos, al cual se le sumaron después países como Islandia, Gran Bretaña, Irlanda, Holanda, Portugal, España y Bélgica.

³³ Declaración Universal de Derechos Humanos, op. cit., nota 25.

³⁴ Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales del Consejo de Europa, Proclamado en Roma el 4 de Noviembre de 1950, disponible en <http://www.derechoshumanos.net/Convenio-Europeo-de-Derechos-Humanos-CEDH/index.htm> consultada 25 de Julio 2013.

³⁵ Convenio n° 108 del consejo de Europa para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal y protocolo adicional al convenio para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal, a las autoridades de control y a los flujos transfronterizos de datos Proclamado el 28 de enero de 1981 adoptado en Estrasburgo, disponible en: <http://inicio.ifai.org.mx/DocumentosdeInteres/B.28-cp--CONVENIO-N-10--108-DEL-CONSEJO-DE-EUROPA.pdf>, Consultada 25 de Julio 2013.

Es en 1997 es Brasil el primer país latinoamericano en el que se promulga una Ley de Protección de Datos; le sigue Argentina en el año 2000, año en que se aprueba la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea en donde se realizó la protección de los datos personales como un derecho fundamental³⁶ y dos años después, en 2002, México toma la iniciativa con la entrada en vigor de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y la creación del organismo que se encarga de supervisar la mencionada ley: el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI). Su campo de vigilancia solamente son las entidades de la Administración Pública Federal así como también los organismos autónomos como el Instituto Federal Electoral (IFE), la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH) y el Banco de México.

La Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), es una herramienta con la que cuentan los particulares sin importar su edad, sexo, religión, etc., para que puedan acceder a información que esté en poder de una dependencia o entidad del Gobierno Federal. La LFTAIPG establece que toda la información que posean las dependencias de la Administración Pública Federal, los Poderes de la Unión y cualquier otra entidad federal es pública, excepto aquella que clasifiquen como reservada o confidencial.

Esta Ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de junio de 2002, entrando en vigor el día siguiente de su publicación y contempla, entre sus principales aspectos, la forma de mejorar la organización, clasificación y manejo de los documentos; las excepciones al principio de publicidad; el periodo de reserva; el ámbito de aplicación; la publicidad de información sin que medie solicitud ; el costo de la información; el período de resolución a una solicitud; el recurso de revisión; el control judicial; las responsabilidades y sanciones.

En nuestro país está establecido en la fracción II del Artículo 6o de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. La información que se

³⁶En la actualidad el Tratado de Lisboa mantiene este reconocimiento al derecho a la intimidad y a la privacidad de las personas como un derecho autónomo.

refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y las excepciones que fijen las leyes.³⁷

En México el 6 de Marzo de 2006 se presenta al pleno de la Cámara de Diputados un proyecto que reforma el artículo 6° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en donde se presenta como regente del ejercicio de acceso a información la protección de los datos personales y lo referente a la vida privada, apareciendo como se muestra a continuación:

Artículo 6. ...Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los Estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios y bases...

II. La información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes...³⁸

El 27 de marzo de 2007, se presenta ante el Pleno de la Cámara de Diputados un proyecto de decreto que reforma el artículo 73 de la Constitución, el cual tiene por objeto dotar de facultades al Congreso Federal para que legisle en materia de protección de datos en posesión de los particulares, quedando de la siguiente manera: “El Congreso tiene facultad... Para legislar en materia de protección de datos personales en posesión de particulares...”

El 20 de septiembre del mismo año, el dictamen de referencia se aprueba por unanimidad y en la sesión del 25 de septiembre de 2007, el Senado recibe la minuta en cuestión, la cual fue turnada a las Comisiones Unidas de Puntos Constitucionales y Estudios Legislativos, para los efectos constitucionales conducentes.

El 25 de noviembre de 2008, se presenta ante el Pleno de la Cámara de Senadores un proyecto en el cual se adiciona un párrafo al artículo 16

³⁷ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917, Última reforma publicada el 11 de Junio de 2013.

³⁸ Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI), *Reforma al artículo 6° constitucional que establece el acceso a la información pública como un derecho fundamental de los mexicanos*, México, IFAI, 2007, p 5, disponible en <http://inicio.ifai.org.mx/Publicaciones/ModificacionArt6.pdf>, Consultada 1 de Agosto 2013.

constitucional³⁹ con la finalidad de reconocer el derecho a la protección de datos personales como derecho fundamental y autónomo, como a continuación se transcribe:

Artículo 16. Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de la autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento.

Toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales, al acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición, en los términos que fije la ley, la cual establecerá los supuestos de excepción a los principios que rijan el tratamiento de datos, por razones de seguridad nacional, disposiciones de orden público, seguridad y salud públicas o para proteger los derechos de terceros.

Esta iniciativa se turna a las Comisiones de Puntos Constitucionales y de Estudios Legislativos quienes elaboraron el dictamen correspondiente para su lectura y aprobación por el Pleno del Senado. El 4 de diciembre de 2008, el dictamen fue aprobado por 97 votos a favor, 0 en contra y 1 abstención sin modificación alguna, turnando la minuta a la Cámara de Diputados para los efectos conducentes.

Así, la Cámara de Diputados recibió la minuta la cual fue turnada a la Comisión de Puntos Constitucionales el 9 de diciembre de 2008. El dictamen correspondiente se agenda para primera lectura el 11 de diciembre. Al dictamen le fueron dispensados los trámites correspondientes y se discutió y aprobó en lo general y en lo particular con 340 votos a favor, 0 en contra y 0 abstenciones sin modificación alguna, turnándose a las legislaturas de los estados. Sin embargo, no es sino hasta el año 2009 cuando la mayoría de las legislaturas locales aprobaron la reforma constitucional propuesta por el Congreso Federal, la cual fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 1° de junio de dicho año.⁴⁰

³⁹Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, op. cit., nota 37.

⁴⁰Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, La Constitución Política y sus reformas Febrero 1917 - Marzo 2013, Documentación Legislativa, México, 2013, p. 78, disponible en http://www.diputados.gob.mx/cedia/biblio/doclegis/cuad_cons_mar13.pdf, consultada 2 de Agosto 2013.

El 12 de noviembre de 2008 se llevó a cabo una reunión de la Comisión de Puntos Constitucionales del Senado de la República, en la cual se discutió y aprobó el predictamen con una modificación al artículo 73 como a continuación se indica:⁴¹ “El Congreso tiene facultad ...Para legislar en materia de protección de datos personales en posesión de particulares...”

El mencionado dictamen se aprueba por el Pleno de la Cámara de Senadores el 4 de diciembre de 2008 con 371 votos a favor, 0 en contra y 0 abstenciones, turnándose la minuta a las legislaturas de los estados para los efectos conducentes.⁴² El 19 de marzo de 2009, la Cámara de Senadores realizó el escrutinio de los votos de las legislaturas de los estados y emitió la declaratoria de aprobación del proyecto de decreto, publicándose la reforma correspondiente en el Diario Oficial de la Federación el 30 de abril del 2009.

De este modo el Estado Mexicano da el primer paso al reconocer el derecho de protección de datos personales como un derecho fundamental y autónomo, contribuyendo a mejorar la dignidad humana al garantizar la no injerencia y uso indiscriminado y excesivo de los datos de las personas que circulan a diario por el avance de las tecnologías de la información. Con la aprobación de dichas reformas se reafirman las bases para la creación de una ley en la materia que legisle el tratamiento de datos personales en posesión del sector privado.

A nivel estatal, los estados de Colima, Jalisco y Tlaxcala cuentan con leyes de protección de datos para el sector público y privado. Los estados de Guanajuato, Coahuila, Oaxaca y el Distrito Federal sólo regulan la protección de datos personales en posesión del sector público. Por otra parte, la mayoría de las legislaciones estatales contienen un capítulo de protección de datos personales.⁴³

⁴¹ Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, *Reformas Constitucionales en Orden Cronológico*, Última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de julio de 2013, disponible en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum_crono.htm, consultado el 2 de Agosto de 2013.

⁴² Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, op. cit., nota 40, p. 277

⁴³ Geraldine Da Cunha et al., *Legislaciones y Autoridades Reguladoras de las Entidades Federativas en Materia de Derecho de Acceso a la Información y Protección de Datos en México*, México, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales/CIJUS, 2009, pp. 123-141.

Es muy importante resaltar que dentro del continente Americano Canadá cuenta con leyes de protección de datos personales a nivel federal y provincial. Igualmente, Estados Unidos de América goza de regulaciones sectoriales, aunque no reconoce el derecho como tal. Por otro lado, los países latinoamericanos con reconocimiento constitucional del derecho a la protección de datos personales son Perú, Venezuela, Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua y México. De esta misma forma, Argentina, Chile, Colombia y Uruguay han legislado específicamente en la materia.

Desde julio de 2007 se comienzan acciones con la intención de legislar la protección de datos personales en posesión de las empresas particulares, sin embargo, no es sino hasta después de tres años y tras algunas modificaciones a artículos referentes al derecho de la información contenidos en la Constitución Mexicana, la transformación como un organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal con autonomía operativa del IFAI, para lograr la publicación en julio de 2010 del decreto que expide la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares, el cual se denominará con las siglas LFPDPPP en adelante.

Dentro de la mencionada Ley se indica que los sujetos que se encuentran como responsables del tratamiento de datos personales, deberán observar los principios de licitud, proporcionalidad, calidad, finalidad, consentimiento, información, lealtad, y responsabilidad previstos en la Ley, para lo cual se destacan los siguientes puntos:

1. Los datos personales deberán recabarse y tratarse de manera lícita y que la obtención de datos personales no debe hacerse a través de medios engañosos o fraudulentos con la expectativa de que el tratamiento de dichos datos debe ser de manera privada.

2. Todo tratamiento de datos personales estará sujeto al consentimiento de su titular, salvo las excepciones previstas por la Ley con consentimiento expreso manifestado verbalmente, por escrito, por medios

electrónicos, ópticos o por cualquier otra tecnología, o por signos inequívocos.

3. Se entenderá que el titular debe consentir tácitamente el tratamiento de sus datos, cuando habiéndose puesto a su disposición el aviso de privacidad, no manifieste su oposición. Dicho consentimiento podrá ser revocado en cualquier momento sin que se le atribuyan efectos retroactivos y para revocar el consentimiento, el responsable deberá, en el aviso de privacidad, establecer los mecanismos y procedimientos para ello. Cuando se trate de datos financieros o patrimoniales se requerirá el consentimiento expreso de su titular, salvo las excepciones previstas en la ley.

4. Hablando de datos personales sensibles, el responsable del manejo de los datos tendrá que obtener el consentimiento expreso y por escrito del titular para su tratamiento, a través de su firma autógrafa, firma electrónica, o cualquier mecanismo de autenticación que al efecto se establezca.

5. El responsable intentará que los datos personales que se encuentran en las bases de datos sean pertinentes, correctos y actualizados para los fines para los cuales fueron recabados con un tratamiento limitado al cumplimiento de las finalidades previstas en el aviso de privacidad. El tratamiento de datos personales será el que resulte necesario, adecuado y relevante en relación con las finalidades previstas en el aviso de privacidad.

Quien se responsabiliza de la información debe vigilar el cumplimiento de los principios de protección de datos personales establecidos por la Ley, adoptando medidas necesarias para su aplicación. Lo anterior aplicará aún y cuando estos datos fueran tratados por un tercero a solicitud del responsable. Se tendrá la responsabilidad por parte de quien mantenga los datos, de informar a los titulares de la información que se recaba de ellos y con qué fines, a través del aviso de privacidad.

El mencionado aviso de privacidad es un documento muy importante en el tratamiento de los datos personales en el que se menciona una parte significativa de las responsabilidades de esta ley, debe ponerse a disposición de los titulares por medio de formatos impresos, digitales, visuales, sonoros o cualquier otra tecnología. Dicho aviso debe contener al menos la siguiente información:⁴⁴

La identidad y domicilio del responsable que los recaba; las finalidades del tratamiento de datos; las opciones y medios que el responsable ofrece a los titulares para limitar el uso o divulgación de los datos; los medios para ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición (derechos ARCO), de conformidad con lo dispuesto en la Ley; en el caso que se requiera, las transferencias de datos que se efectúen; el procedimiento y medio por el cual el responsable comunicará a los titulares de cambios al aviso de privacidad, de conformidad con lo previsto en la Ley; y en el caso de datos personales sensibles, el aviso de privacidad deberá señalar expresamente que se trata de este tipo de datos, (entendiendo que se encuentran definidos en la LFPDPPP).

Dentro de las obligaciones que marca esta ley podemos resaltar una de las más importantes que se encuentra establecida en el artículo 19, la cual indica que “todo responsable que lleve a cabo tratamiento de datos personales deberá establecer y mantener medidas de seguridad administrativas, técnicas y físicas que permitan proteger los datos personales contra daño, pérdida, alteración, destrucción o el uso, acceso o tratamiento no autorizado”.⁴⁵

Sin embargo el punto a resaltar más importante de esta obligación de seguridad se complementa con la indicación del artículo 20 que establece:

Las vulneraciones de seguridad ocurridas en cualquier fase del tratamiento que afecten de forma significativa los derechos patrimoniales o morales de los titulares, serán informadas de forma inmediata por el responsable al titular, a fin

⁴⁴Instituto Federal de Acceso a la información y protección de datos, *El ABC del aviso de privacidad*, México, IFAI, 2013, disponible en <http://abcavisosprivacidad.ifai.org.mx/>, Consultado 2 de Agosto 2013.

⁴⁵Ley Federal de Protección de Datos personales en Posesión de los Particulares, Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de julio de 2010.

de que este último pueda tomar las medidas correspondientes a la defensa de sus derechos.⁴⁶

Es meritorio mencionar que al finalizar este capítulo se determina una obligación genérica de confidencialidad de la información en el artículo 21 el cual menciona que “el responsable o terceros que intervengan en cualquier fase del tratamiento de datos personales deberán guardar confidencialidad respecto de éstos, obligación que subsistirá aun después de finalizar sus relaciones con el titular o, en su caso, con el responsable”.⁴⁷

En conclusión se puede mencionar que el derecho a la protección de los datos personales permite que todo sujeto pueda tener vigilancia sobre sus datos personales. Por lo que, como en todo derecho, es necesario que se cuenten con las herramientas necesarias para su ejercicio. Con esto, la Ley constituye mecanismos adecuados y específicos para que las personas manejen de forma adecuada su información personal, exijan que sus datos sean tratados conforme a lo dispuesto por la Ley, y para que quienes los utilizan cumplan con las obligaciones establecidas.

El derecho de y a la información es un tema muy reciente y novedoso, la protección a la intimidad y protección de los datos personales, específicamente, es un tema poco explorado por los juristas en todo el mundo; se encuentra en sus primeros pasos y aún le queda un gran camino por recorrer en nuestro país; siempre es recomendable tomar en cuenta las acciones internacionales para tenerlas como base y sustento, sin embargo, es de crucial importancia no realizar acciones exactamente iguales ya que la variación de contextos geográficos, sociales, económicos y hasta climáticos generan diferencias en la sociedad y todo Derecho debe adecuarse al margen y medio local, teniendo siempre las bases morales del entorno en el que se establece.

Es claro que en nuestro país le corresponde al Estado proteger la individualidad y la intimidad, trazando con claridad sus límites, para que el interés

⁴⁶ *Ibidem.*

⁴⁷ *Ibidem.*

general de acceder a la información no se vea menguado o se contrapunte con el del derecho a la intimidad.

En México se presentan muchos retos en relación a este tema pues lo referente a los datos personales es relativamente nuevo, mediante la difusión y socialización de este derecho eventualmente se generará mayor conocimiento del mismo para que su cumplimiento y buen manejo sea responsabilidad de todos, y así, podamos crear una cultura crítica de autoprotección de nuestros datos, y no solo de los de carácter personal.

La normativa del derecho a la protección de datos personales es una de las más completas de los llamados derechos de cuarta generación, sin embargo, la socialización de la legislación no se ha dado de manera adecuada, ya que es un derecho poco conocido y por ende, poco exigido.

CAPÍTULO II EL RECEPTOR COMO ENTE PASIVO DENTRO DE LA LFPDPPP

2.1 Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

La Constitución Mexicana ha intentado garantizar que el resguardo de datos personales o privados que circulan o se encuentran en manos de terceros no se manejen con fines distintos para los que tales referencias privadas se ofrecieron o captaron.

De acuerdo con Lucas Murillo relevantes razones socioeconómicas favorecen estas tendencias a la acumulación de información en sistemas informáticos. Así, por ejemplo, se ha señalado que tres factores sociológicos explican el nacimiento y posterior multiplicación de empresas que, con la tecnología informática, prestan el servicio de facilitar datos personales:

- El primero de ellos lo constituye la gran expansión del uso del crédito y de las tarjetas de crédito;
- En segundo lugar, la movilidad extraordinaria de la población, no sólo dentro de un país, sino por todo el mundo, y
- Por último, el enorme incremento, en cantidad y calidad de la fuerza de trabajo.⁴⁸

La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares argumenta que el uso de nuevas tecnologías ha supuesto una irrupción en el ámbito de lo privado, vulnerando la esfera de uno de los derechos fundamentales de los individuos que es la privacidad.

A partir de esta ley, toda persona tiene la facultad de decidir quién, cómo y para qué se usa su información personal, porque el consentimiento de cada

⁴⁸ Lucas Murillo, Pablo, *Informática y protección de datos personales*. Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1993. p. 109.

persona es el eje rector del nuevo derecho, ya que los datos sí tienen un dueño: el propio individuo.

Esta garantía ha cobrado gran importancia en la actualidad, con el auge de los bancos informáticos de datos, a los cuales se puede acceder fácilmente de muy diversos y sofisticados modos (por ejemplo: por medio de una línea telefónica, a veces incluso burlando las medidas de seguridad del propio banco de datos; de Internet, etc.); todo lo cual multiplica la posibilidad de propagar datos personales, cuya difusión pudieran perjudicar –de cualquier modo- a su titular, agravando así su Derecho a la Intimidad.⁴⁹

El objetivo primordial de la LFPDPPP es garantizar la privacidad de las personas y regular la autodeterminación informativa, el derecho a la autodeterminación informativa aparece como concepto dentro la jurisprudencia de España y Alemania para después ser desarrollado por el maestro Pablo Lucas Murillo, quien lo define como.⁵⁰

El control que a cada uno de nosotros nos corresponde sobre la información que nos concierne personalmente, sea íntima o no para preservar, de este modo y en último extremo, la propia identidad, nuestra dignidad y libertad...implica necesariamente poderes que permitan a su titular definir los aspectos de su vida que nos sean públicos que desea que se conozcan, así como las facultades que le aseguren que los datos que de su persona manejan informáticamente terceros son exactos, completos, actuales y que se han obtenido de modo leal y lícito.

Hay autores, que se pronuncian a favor de separar el derecho a la autodeterminación informativa del derecho a la intimidad. Lucas Murillo ha señalado que si no coinciden los ámbitos materiales que se quieren defender con el derecho a la intimidad y con la protección de datos personales; si aquél responde a una concepción preinformática; si ésta va configurándose como un sector especializado del ordenamiento jurídico cada vez más articulado y denso,

⁴⁹ Fernández Rodríguez, José Julio, *Lo público y lo privado en Internet. Intimidad y libertad de expresión en la red*, México, Instituto de Investigaciones Jurídica, Serie Doctrina Jurídica, No. 154. UNAM, 2004, pp. 97 - 99.

⁵⁰ Lucas Murillo, Pablo, *Ley 15/1999 o de Protección de Información Personal Automatizada*, Madrid, Themis, 2000, pp. 32-33.

tal vez convenga abandonar la referencia de la intimidad y encabezar la exposición de esta problemática con un epígrafe distinto. La autodeterminación informativa se manifiesta esencialmente en dos aspectos:

- El activo, ya que su ejercicio y contenido queda directamente vinculado a la voluntad del titular del mismo, entendiendo como titular a toda persona humana, independientemente de su condición, edad, sexo, nacionalidad, etc.
- El pasivo, ya que el titular tiene el derecho de excluir a todas las demás personas del conocimiento de aspectos que quiere mantener en reserva.⁵¹

Noe Riande menciona que el Derecho a la autodeterminación informativa se refiere al manejo de información que todo sujeto presenta frente a cualquier ente público o privado, el cual es inviolable, a excepción de que exista una autorización expresa (de él mismo o por mandato de ley o judicial), en aquellos aspectos que no son públicos, es decir, que forman parte de su vida personal y familiar; su vida privada, aquellos documentos, correspondencia y hasta su propio domicilio, para conocerlos, conservarlos, procesarlos y/o transmitirlos, independientemente de que dicha acción le cause o no, algún daño o molestia.⁵²

Algunos autores se encuentran con la premisa de que el derecho a la privacidad debe encontrarse siempre de la mano con el derecho a la autodeterminación informativa, pues, por medio de la protección de datos personales se intenta alcanzar un completo disfrute del derecho a la privacidad en donde se involucra la voluntad de cada sujeto a determinar el fin para el cual se utilizarán sus datos y el tratamiento que se les otorgará.

Sin embargo, la protección de datos personales no se encuentra encaminada a que se salvaguarde la privacidad, sino que implica el ejercicio libre de una decisión consciente como lo es el permitir o negar la circulación de información personal que cada individuo considere conveniente, así como le

⁵¹ Lucas Murillo, Pablo, *El derecho a la autodeterminación informativa. La protección de los datos personales frente al uso de la informática*, Madrid, Tecnos, 1990. pp 122-123.

⁵² Riande, Noe, "El Derecho a la autodeterminación informativa", *Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa*, México, Año V, Núm. 13, Mayo 2013 Disponible en: <http://www.tfjfa.gob.mx/investigaciones/pdf/elderechoalautodeterminacion.pdf>, consultada 27-01-2014

derecho de solicitar la intervención del Estado para reprimir la intromisión o la difusión de dicha información que puede lesionar su honor, honra, imagen, etc. Es decir, que la autorregulación se refiere únicamente al manejo, uso y tratamiento que se le dará a los datos personales proporcionados a cualquier ente, olvidándose directamente de la protección a la intimidad o al honor de una persona, por lo que, ¿no se podría hacer uso de este derecho para proteger la información íntima que se desea mantener en privacidad?

Tomando en cuenta que el derecho a la intimidad se encarga de proteger cualquier invasión que se pueda presentar de la vida personal y familiar que cada sujeto desea excluir del conocimiento ajeno y de cualquier tipo de intromisión de terceros en contra de su voluntad y; que la protección de datos, a la cual va dirigida la autorregulación informativa, garantiza a las personas poder controlar el uso y tratamiento de su información, con la intención de no permitir un tráfico ilícito y lesivo para su propia dignidad, podemos sugerir que mientras el primer derecho faculta que se reserve del conocimiento de los demás la información propia de una persona, el segundo garantiza un poder de disposición.⁵³

Aunque en nuestro país no se habla como tal de éste derecho, podemos hacer mención de los derechos ARCO, que son aquellos que se refieren al acceso, rectificación, cancelación y oposición que podemos hacer válidos, primero ante el responsable que recabo nuestros datos personales o en segunda instancia, ante el Instituto Federal de Acceso a la Información, autoridad encargada de velar por el buen uso de nuestros datos personales que hacen que un sujeto se vuelva identificable. Este derecho se refiere directamente a los datos personales sin tomar en cuenta la información relacionada con la intimidad o la vida privada de las personas, pero con base a dichas premisas, se puede insinuar la posibilidad de la protección de la intimidad mediante la protección de datos personales, sin olvidar sus predisposiciones.

⁵³ Mieres Mieres, Luis Javier, "Intimidad personal y familiar. Prontuario de jurisprudencia constitucional", en Garrido Gómez, María Isabel, *Derechos fundamentales y Estado social y democrático de derecho*, Madrid, Dilex, 2007, p. 206.

Es en relación con estas ideas que Lucas Murillo formula su tesis sobre el derecho a la autodeterminación informativa el cual implica necesariamente poderes que permitan a su titular definir los aspectos de su vida que no sean públicos y que desea o no que se conozcan.⁵⁴ Así como se delimita qué datos personales se proporcionan, a quién y en qué condiciones, es imprescindible realizar la misma operación con la información relacionada a lo más íntimo de cada sujeto, cada persona es dueña de su propia intimidad y debe responsabilizarse sobre la información que proporciona, teniendo el derecho de darla a conocer tomando en cuenta la responsabilidad que éste acto implica.

Por lo que, el derecho a la autodeterminación informativa queda consolidado como la doctrina alemana lo maneja, de libre desarrollo de la personalidad, en donde aparecen dos libertades esenciales: la libertad general de acción, que se refiere a la libertad de decisión en la actuación o limitación de ciertos actos y la sucesiva facultad de comportarse conforme a la decisión tomada; y la autodeterminación informativa que se refiere a la libertad de determinar quién, qué y con qué ocasión pueden conocer informaciones que conciernen a cada sujeto.⁵⁵

La Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares establece las reglas, requisitos, condiciones y obligaciones mínimas que deberán observar los particulares que recaben, almacenen, difundan y utilicen datos personales. Esta Ley aplica tanto a los profesionistas o personas físicas que prestan sus servicios de manera independiente, entre ellos abogados, doctores o contadores, como a las organizaciones y micros, pequeñas, medianas y grandes empresas, como bancos, instituciones educativas, tiendas de autoservicio y departamentales, aseguradoras, asociaciones de profesionistas, clubes deportivos, entre otros.

⁵⁴ Lucas Murillo, Pablo, *Ley 15/1999 o de Protección de Información Personal Automatizada* op. cit., nota 50, p. 33.

⁵⁵ Pérez Luño, Antonio Enrique, "Los derechos humanos en la sociedad tecnológica", en Mario Losano y otros, *Libertad informática y leyes de protección de datos*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1990. p. 156.

Los particulares tienen obligaciones al momento de usar y/o solicitar los datos personales para la obtención y uso de los datos personales, están obligados a:⁵⁶

- Darle un uso a los datos personales respetando la Ley, desde el momento de su obtención.
- No utilizar medios engañosos o fraudulentos para obtener los datos personales.
- Obtener el consentimiento o autorización para el tratamiento de los datos personales, salvo las excepciones previstas en el artículo 10 de la Ley.
- Dar a conocer el aviso de privacidad para que dé informe sobre quién y para qué recaba los datos personales, cómo ejercer los derechos ARCO, así como los términos y condiciones generales del tratamiento a los que será sometida la información personal.
- Recabar sólo aquellos datos personales que sean necesarios para las finalidades para las que se obtienen.

Durante el tratamiento de los datos personales:

- Sólo utilizar los datos personales para las finalidades que se autoriza o consiente.
 - Mantener los datos personales actualizados y correctos.
 - Conservar los datos personales sólo por el periodo que sea necesario para llevar a cabo la finalidad para la que se obtuvieron.
 - Sólo compartir los datos personales con terceros si se autoriza, salvo las excepciones previstas en el artículo 37 de la Ley.
 - Guardar la confidencialidad de los datos personales.

⁵⁶ Rizo Rivas, José Mario, "Manual del principiante. Datos personales en posesión de particulares", *Revista Contaduría Pública*, México, 04 Abril de 2012, disponible en: <http://contaduriapublica.org.mx/?p=3043> Consultada el 1 de julio de 2013.

- Implementar medidas de seguridad que eviten el daño, pérdida, alteración, destrucción o el uso, acceso o tratamiento no autorizado de los datos personales.
- Informar al titular si ha ocurrido una vulneración a la seguridad de las bases de datos que pueda afectar sus derechos patrimoniales o morales, para que pueda tomar medidas que considere necesarias en su protección.

Una vez que ha concluido el uso de los datos personales:

- Eliminar de las bases de datos o archivos tus datos personales, cuando hayan concluido las finalidades que dieron origen a su obtención.

Es importante tener presente que no siempre se podrán eliminar de manera inmediata los datos personales, pues a veces será necesario conservarlos por algún periodo por cuestiones legales, de responsabilidades, o contractuales. A este periodo se le conoce como bloqueo, y durante este tiempo los datos personales no podrán ser utilizados para ninguna finalidad, y una vez concluido se deben eliminar, como lo indica Santana, “el responsable establecerá y documentará procedimientos para la conservación y, en su caso bloqueo y supresión de los datos personales, que incluyan los períodos de conservación de los mismos”.⁵⁷

Para efectos de la investigación que nos compete no se hablará de la Ley en general, sino que se mencionarán los artículos que muestran referencia con los puntos de interés que se plantean al inicio de éste trabajo. Primeramente cabe resaltar que dentro del capítulo VI el cual se habla sobre las autoridades en donde se señala que el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales), ahora INAI, por su reciente cambio a Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, será la autoridad que deba vigilar el correcto cumplimiento de la Ley, así como

⁵⁷ Santana, Guillermo, "*Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares*", *Excelencia Profesional, Asociación Mexicana de Contadores Públicos A.C.*, México, núm. 159, Mayo 2013, p. 21.

encargarse de lo referente a los procedimientos de protección de derechos, verificación y sanción.

El artículo 38, el cual habla sobre las obligaciones del Instituto, menciona que será quien tendrá por objeto difundir el conocimiento del derecho a la protección de datos personales en la sociedad mexicana, promover su ejercicio y vigilar por la debida observancia de las disposiciones previstas en la presente Ley y que deriven de la misma; en particular aquellas relacionadas con el cumplimiento de obligaciones por parte de los sujetos regulados por este ordenamiento.⁵⁸ Para comenzar se habla sobre un concepto que se definirá a mayor medida más adelante, el concepto de difusión, a lo que se refiere la Ley en difundir el conocimiento únicamente; dentro de toda la ley no se hace referencia a la difusión de un procedimiento para lo cual no queda completamente clara esta obligación; se habla también sobre la promoción del ejercicio, si no existe la claridad en el procedimiento no es posible comprender en su totalidad su ejercicio, es decir, cómo, cuándo y dónde se puede ejercer, se podría hablar sobre cómo un procedimiento es primordial para hacer valer un derecho.

Dentro del artículo 39, que se encuentra en el mismo capítulo, se hablan sobre las atribuciones con las que cuenta el Instituto, para una de las cuales en el título XI se indica que es desarrollar, fomentar y difundir análisis, estudios e investigaciones en materia de protección de datos personales en Posesión de los Particulares y brindar capacitación a los sujetos obligados,⁵⁹ deslindado su responsabilidad de corroborar comprensión directa por parte del primer receptor que son las instituciones privadas, quienes a su vez, tendrán que replicar el mensaje a los usuarios de quienes sean responsables dichas empresas del cuidado de la información personal. A esto surge una de las primeras incertidumbres: ¿Realmente se cubre en capacitación adecuada a todos los sujetos obligados?, podría entenderse que por ser una obligación así debería de ser.

⁵⁸ *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares*, Nueva Ley DOF 05-07-2010, p. 9.

⁵⁹ *Ibídem* p. 10

Dentro de la Ley se presentan algunas inconsistencias en relación a las atribuciones entre instituciones ya que, dentro del mismo capítulo en su sección II, la cual habla sobre las autoridades reguladoras, le da a la secretaría de Economía la función de difundir el conocimiento de las obligaciones en torno a la protección de datos personales entre la iniciativa privada nacional e internacional con actividad comercial en territorio mexicano, para lo cual nuevamente aparece el concepto de difusión, por lo que primeramente queda reforzada la importancia de definir concretamente a qué se refiere dicho término y a qué debería encaminarse para encaminar hacia la importancia del receptor así como el interés que se tiene para este estudio lo referente a la información. Retomando la cuestión de la atribución mencionada, también es importante cuestionarse el por qué no se le otorga dicha atribución a la Institución primaria, que en este caso es el INAI. Dentro de esta misma sección y si desviarnos de contexto, en el artículo 43 se habla sobre la atribución que tiene la secretaría de difundir el conocimiento respecto a la protección de datos personales en el ámbito comercial, para lo cual se vuelve a sugerir la misma premisa anterior.

Otro de los pormenores importantes en el aspecto informativo de la LFPDPPP es que no se especifica dentro de ésta el detalle del tratamiento exacto de los datos, éste aparece especificado en el reglamento Reglamento de la ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares, dentro de la ley se expresa de forma vaga y poco específica, lo cual lo hace no comprensible totalmente para un lector común. Es importante mencionar que dentro de dicho reglamento se hace mención de los principios de la protección de datos personales en posesión de particulares que se encuentra estipulados en el artículo 23 de la misma, para lo cual uno de ellos es de informar, que menciona que el responsable deberá dar a conocer al titular la información relativa a la existencia y características principales del tratamiento a que serán sometidos sus datos personales a través del aviso de privacidad, de conformidad con lo previsto en la Ley y el presente Reglamento;⁶⁰ se puede tomar en cuenta desde un análisis

⁶⁰ Reglamento de la ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares, Nuevo Reglamento DOF 21-12-2011, p. 6.

dialógico, como un acercamiento a su definición de informar, lo cual solo implica poner al alcance la información, que se encuentre de forma accesible únicamente.

Esto nos deja con la idea de que el acceso a la información se dirige a todos, pero, ¿estamos hablando realmente de todos? Qué ocurre con las personas que no cuentan con la facilidad de acceder a la educación, es decir aquellas que no tienen conocimientos de lectura y escritura, o en su defecto, aquellos con el conocimiento básico. La LFPDPPP en su artículo 15 obliga a las instituciones particulares a poner de forma accesible un aviso de privacidad el cual es un documento físico, electrónico o en cualquier otro formato, por medio del cual el responsable informa al titular sobre la existencia y características principales del tratamiento al que serán sometidos sus datos personales, pero lo cual existe un lineamiento específico para su correcta publicación, publicado en el Diario Oficial de la Nación el 17 de Enero de 2013. A través del aviso de privacidad se cumple el principio de información que establece la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (en lo sucesivo la Ley) y su Reglamento.⁶¹

El Instituto Nacional, solo obliga a las empresas a hacer del conocimiento del titular dicho documento, sin obligar al responsable a entregar una copia del aviso de privacidad al titular, al menos que éste lo solicite a través del ejercicio de su derecho de acceso, es decir, que únicamente tiene el deber dar a conocer la información referente al uso y tratamiento de sus datos personales.

El INAI da ciertas recomendaciones para que los usuarios puedan comprender el aviso de privacidad como las siguientes:⁶²

- No usar frases inexactas, ambiguas o vagas, como “entre otros”, “como por ejemplo” o “de manera enunciativa más no limitativa”.
- Redactar el aviso de privacidad en función del perfil de los titulares o público a quien va dirigido, por ejemplo, el lenguaje que se utilizaría en un aviso de

⁶¹ INAI, op. cit., nota 44, p. 2.

⁶² *Ibíd*em p. 6

privacidad dirigido a universitarios tendría que ser distinto a aquél que se emplearía en uno destinado a menores de edad.

- No incluir textos o frases que induzcan al titular, de manera engañosa o fraudulenta, a seleccionar una opción en específico, por ejemplo, “Le recomendamos que nos autorice el uso de su información personal sin restricción alguna, para ser más eficientes en nuestro servicio”.

- No incluir casillas u otros mecanismos similares que estén marcados previamente, que obliguen a los titulares a es marcarlos para modificar la condición ahí establecida.

A pesar del esfuerzo del Instituto por intentar lograr una correcta comprensión del mensaje, no lo tiene reglamentado y solamente lo indica como una sugerencia, tan vaga y básica que no asegura que los receptores sean capaces de comprenderlo, y en muchos de los casos, las capacitaciones solo se enfocan en qué es lo que debe contener dicho aviso, no en cómo se puede comunicar la información de manera clara, sintetizada y específica.

2.2 Receptor

Se puede decir que la comunicación es un proceso que involucra en su modelo básico, establecido inicialmente por Aristóteles, un emisor, un receptor, y un mensaje, con la intención de entablar una conexión dentro de un contexto determinado para transmitir, compartir o intercambiar información con un uso de signos y una intención determinada (de manera consciente o no consciente). Más adelante se involucraron algunos elementos más tales como el canal, la retroalimentación, el estímulo, etc. Hasta llegar incluso a referirse con premisas específicas en relación a cada sujeto participante en el proceso, al hablante como “quién”, al mensaje o discurso como “qué”, al oyente como “a quién”, al tema como

“de qué”, al escenario o contexto como “dónde” y a la forma de discurso como “cómo”.⁶³

Para continuar con un modelo propuesto por Shannon y Weaver en 1948 con base en la teoría de la información, una concepción matemática del proceso de comunicación el cual inicia con una fuente de información o base informativa, la cual podemos entender como el emisor, que con la ayuda de un transmisor o medio comunicativo emite una señal codificando ya sea la voz o imágenes, cifrando el mensaje para asegurar su privacidad, dicho mensaje se traslada por medio de un canal ya sea en señales eléctricas o electromagnéticas, hacia un receptor que decodifica el mensaje enviado, sin embargo, durante la transmisión del mensaje pueden existir transferencias llamadas ruido que pueden causar que el mensaje no llegue de manera completa, y al momento de su decodificación no se logre entender de manera adecuada.⁶⁴

Este modelo implica que el destinatario(o destinatarios) manejen el mismo código que quien emite el mensaje, sin embargo, esto no asegura que el mensaje se comprenda completamente ya que debido a diferencias culturales, académicas, profesionales o incluso psicológicas también pueden presentarse estos mencionados ruidos que pueden tergiversar el mensaje convirtiéndolo en un mensaje completamente diferente al que se intentó enviar desde un principio. Desde este punto de vista y bajo la perspectiva de Shannon y Weaver, ellos mencionan dentro de su teoría "La palabra comunicación se usará aquí en un sentido muy amplio para incluir todos los procedimientos por los cuales una mente puede afectar a otra",⁶⁵ por lo que consideran a la comunicación como un proceso lineal de transmisión de información con la capacidad de “afectar” o poder interferir en la construcción y deconstrucción de mensajes internos en cada individuo.

Berelson y Steiner conciben a la comunicación como un acto o proceso de transmisión no únicamente de información, sino también de ideas, emociones,

⁶³ Ávila, Raul, *La lengua y los hablantes*, México, Trillas, 1990, p. 73.

⁶⁴ Saladrigas Medina, Hilda, *Introducción a la Teoría y la Investigación en Comunicación*, La Habana, Félix Varela, 2005. p 15.

⁶⁵ Shannon Claude E, Weaver Warren, *The Mathematical Theory of Communication*, Illinois, Urbana: University of Illinois Press, 1971, p. 4.

destrezas, etc. mediante símbolos-palabras, cuadros, cifras, gráficos, etc.,⁶⁶ que a criterio, ya se puede incluir dentro de la información no solamente a los datos sino también sentimientos, y no como concepto abstracto, sino como signo susceptible de transmisión, lo cual daría paso a la influencia de la comunicación hacia quien recibe la información.

Después de establecer los procesos básicos de comunicación podemos comenzar a puntualizar la comunicación de masas, incluso hablar de una comunicación social en donde se conjugan las técnicas de información, sociología, políticas y económicas con la intención de difundir, e incluso en algunos casos de sensibilizar la información. Estableciendo una de las grandes funciones de la comunicación, que se ya se conceptualizaba anteriormente, la comunicación de masas intenta formar y educar con la adquisición de conocimientos por parte de los receptores. Podemos sugerir que por medio de la comunicación de masas es posible hacer una construcción de cultura y sociedad, es posible el establecimiento de valores.

Aladro Eva menciona que la seguridad psicológica humana se establece en muchas ocasiones a partir del control del poder determinante de la información interpersonal. En otras ocasiones, y casi de una manera alternativa, esa seguridad la establece la información interpersonal exclusivamente. En otros casos, es la comunicación masiva, a gran escala, la que determina la seguridad del individuo.⁶⁷

Umberto Eco menciona que pueden existir procesos de comunicación en los cuales puede parecer ausente la convención significante y ésta produce un mero paso de estímulos o de señales y lo remite como una cadena de causas y efectos para lo cual, la información dentro de la comunicación estimula, provoca y causa una reacción en el sujeto al que se dirige un mensaje codificado.⁶⁸

Aunque se trate de un mensaje con una base de codificación convencional en un determinado grupo, esto no asegura que la comprensión del mensaje o de

⁶⁶ Berelson Bernard, Steiner Gary, *Human Behavior*, New York, Harcourt, Brace and World, Inc., 1964, p. 527.

⁶⁷ Aladro Vico, Eva, *La información determinante*, Madrid, Tecnos, 2009, p. 77.

⁶⁸ Eco, Umberto, *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen, 2000, p. 58.

la información sea la correcta, como ya se había mencionado, puede existir ruido que cause incompetencia para la comprensión del mismo, desde una mala emisión o recepción de un mensaje; una confusión epistemológica entre quien comunica y quién recibe el mensaje, una falta de comprensión debido a diferencias culturales, académicas, contextuales e incluso geográficas entre partes; o también puede ser emocional, una causal de falta de interés entre un elemento y otro, prejuicios, deseos, una necesidad diferente, etc. Es importante que exista un campo común de experiencia entre el emisor y el receptor para que ambos logren la codificación y decodificación de los mensajes de forma adecuada sin presencia de ruido.

La comunicación pública es el componente del control que apoya la construcción de visión compartida, y el perfeccionamiento del entramado de relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, es decir la interacción entre las personas y la realidad organizacional con el propósito de lograr que mensajes, datos, ideas y actitudes que apoyen el acercamiento de la entidad a los públicos que atiende y estos a su vez, faciliten el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

Los seres humanos son sociales por naturaleza, requieren de la comunicación interpersonal para subsistir entre ellos, por esto Aladro menciona que los seres humanos mimetizamos las capacidades representacionales que vemos que los demás asumen. Nuestro cerebro, como el de los animales, tiende a absorber la información determinante que vemos que es activa para otros. Esta capacidad se multiplica conforme el número de personas o individuos implicados en un fenómeno simbólico aumenta. Así la velocidad de traslado de la capacidad determinante de una información es exponencial: es mayor cuanto más gente está implicada y activa en esa acción sígnica o simbólica.⁶⁹

El proceso de comunicación masiva puede referirse al control del comportamiento de ciertos grupos, estableciendo lineamientos; tiene la capacidad de motivar y estimular para la satisfacción del mismo grupo; informa, que es uno

⁶⁹ Aladro Vico, Eva, op. cit., nota 67, p. 124.

de los puntos de mayor importancia en el proceso de comunicación masiva y al momento de informar es posible realizar la transmisión de valores y la generación de un criterio social, no siempre deseado, pero si con bases formativas firmes.

Jose Maria Desantes conceptualiza la comunicación desde un ámbito jurídico, refiriéndose a ella como comunicación social, la cual referencia como un problema necesariamente jurídico, la establece como la relación de la conciencia con el mundo, del hombre con las cosas; y... la acción conjunta de los hombres sobre las cosas, sugiere que la comunicación es política ya que se encuentra ordenada racionalmente e informada por el Derecho⁷⁰. Desde esta perspectiva, podemos mencionar que la comunicación como jurisprudencia se delimita desde derecho a la información, es decir, los preceptos básicos de búsqueda, recepción y difusión de informaciones y opiniones.

El mismo Desantes considera de una forma más apropiada para su estudio jurídico a la comunicación como la ciencia jurídica universal y general que, acotando los fenómenos informativos, les confiere una específica perspectiva jurídica capaz de ordenar la actividad informativa, las situaciones y relaciones jurídico-informativas y sus diversos elementos, al servicio del derecho a la información⁷¹. Hace referencia en el área de la comunicación al hecho de informar, lo cual, para él, es dar a conocer el mensaje de manera que estos sean susceptibles de ser comunicados a través de distintos medios posibles, conformándose por varias fases, las cuales son: la creación de una idea o emisión de un juicio; la producción que incorpora un mensaje como soporte único, es decir, la forma en la que se establecerá el mensaje (papel, ondas, red, etc.); la distribución, que es la fase informativa de comercialización del medio y la difusión, que podría equivaler a la publicación.⁷²

Sin embargo, Desantes intenta conceptualizar el término desde un ámbito humanista y social que refleja la necesidad del ser humano de comunicarse y en

⁷⁰ Desantes Guanter, José María, *Fundamentos del derecho de la información*, Madrid, Raycar, 1977, p. 24.

⁷¹ Ibidem. p. 243.

⁷² Desantes Guanter, "La documentación en cuanto medio informativo", *Documentación de las ciencias de la información*, Nº 9, España, 1985, pp. 131-132.

asociación a su definición como medio de ordenamiento, indica que entre comunidad y comunicación hay una relación estrecha: no hay comunicación sin comunidad y no hay comunidad sin comunicación,⁷³ lo cual refleja la necesidad inherente de una relación estrecha entre emisor y receptor y viceversa.

Ernesto Villanueva señala la definición de comunicación como la rama del derecho público que tiene por objeto el estudio de las normas jurídicas que regulan, lato sensu, las relaciones entre Estado, medios y sociedad, así como, stricto sensu, los alcances y los límites del ejercicio de las libertades de expresión y de información y el derecho a la información a través de cualquier medio.⁷⁴

López Ayllón lo delimita como un concepto doctrinal que se refiere al estudio y sistematización de las disposiciones jurídicas vigentes en materia de información. Por definición incluye, pero no se agota, en el estudio de las libertades de buscar, recibir y difundir informaciones y opiniones.⁷⁵

Estas tres facultades que en Derecho y referentes a la comunicación de la información implican la búsqueda de la misma que puede atribuirse a profesionales de la información, como lo son los periodistas y sus medios informativos, así como cualquier sujeto, quienes tienen la posibilidad de acceder directamente a las fuentes de información sin ningún tipo de limitante. La libertad de difundir la información es la facultad de hacer públicos cualquier tipo de datos, por supuesto con sus respectivas excepciones, es la libertad de difundir e informar.

Hay autores que referencian esta libertad a los medios de comunicación social quienes tienen la responsabilidad de contribuir a la formación de opinión y expresión social. Sin embargo, no se debe considerar únicamente un privilegio de

⁷³ Desantes, Jose Maria, *El deber profesional de informar, lección magistral leída en la apertura del curso 1988-89*, Madrid, Fundación universitaria de San Pablo CEU, p. 12.

⁷⁴ Fix-Zamudio, Héctor, "Metodología, docencia e investigación jurídicas", México, Porrúa, 1995, p. 97., en Villanueva, Ernesto, *Derecho mexicano de la información*, México, Oxford University Press, 2000, p. 1.

⁷⁵ López-Ayllón, Sergio, "El derecho a la información como derecho fundamental", en Carpizo, Jorge y Carbonell, Miguel (coords.), *Derecho a la información y derechos humanos. Estudios en homenaje al maestro Mario de la Cueva*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie Doctrina Jurídica, 2000, núm. 37, pp. 173 - 174

sujetos profesionales de la información, sino del ciudadano común. Luis Escobar menciona que se trata de un derecho del ciudadano a la libre difusión de opiniones e información y es un derecho que no se debería discutir.⁷⁶

Y por último, pero no menos importante, se menciona la libertad de recibir información la cual implica la posibilidad de todo sujeto de recibir de manera libre cualquier tipo de información, así mismo con sus respectivas excepciones justificadas. Esta facultad es directa de los receptores y se encuentra dirigida con mayor especificidad. Bonet menciona que la doctrina muestra una coincidencia dentro de esta libertad, la cual se refiere a la información que se transmite por los medios de comunicación y observa al receptor como un ente pasivo que únicamente tiene la facultad de elección en el medio y la forma cómo recibirá la información.⁷⁷

Esto deja al sujeto receptor de la información como individuo predispuesto a la manipulación y mayormente en los casos en los que se pueda presentar ruido en el mensaje. Tomando en cuenta la posibilidad de esquemas creados específicamente con intenciones directas, dicho receptor se encuentra inmune a la codificación concreta de quien crea o genera el mensaje.

Por lo que, la comunicación en sí, es el proceso de transmisión sígnica, que requiere necesariamente de alguien envíe un mensaje y de alguien que lo reciba, entendiéndose en ambos casos como individuos, porque, aunque se trate de una comunicación pública y/o de masas esta codificación del mensaje la hace únicamente un sujeto y, aunque la reciba un grupo extenso de personas, cada cual la decodificará de manera personal, ya que cada persona le otorga sentido de acuerdo a su contexto, su paquete cultural, su experiencia personal, deseos, prejuicios, etc.

Osgood menciona que existe la comunicación cuando se quiere que un sistema o una fuente inflencie a otra, es decir, al destinatario por medio de la

⁷⁶ Escobar de la Serna, Luis, *Derecho de la Información*, 3ª ed., Madrid, DYKINSON, 2004, p. 25.

⁷⁷ Bonet, Jordi, *El derecho a la información en el Convenio Europeo de Derechos Humanos*, Barcelona, PPU, 1994, p. 29.

manipulación,⁷⁸ se intenta persuadir a quien recibe el mensaje como meta central de la comunicación, el proceso de transmisión de información tiene como finalidad el cambio de actitud del entorno, entiéndase de manera individual o masiva, para lo que se presenta la premisa, de ¿quién o qué es el receptor? de manera específica.

Los estudios referentes a la comunicación hablan de ella desde el área de la expresión, la difusión, la interacción y la estructuración; se toma básicamente desde una perspectiva de los medios masivos de comunicación o sujetos cualificados y de los sujetos obligados, incluso se hace mención, desde una doctrina jurídica, del sujeto universal o toda persona, pero únicamente como sujeto del derecho humano a la información, es decir, a recibirla, investigarla y acceder a ella, como ente pasivo. El análisis que se refiere a la expresión y a la dimensión formal del mensaje se ha delegado más hacia el campo de la lingüística y la semiótica, incluso a la psicología, la deconstrucción de los mensajes no se ha tomado en cuenta desde el área jurídica y/o de la comunicación *per se*.

Si nos referimos a bases iniciales, como las tecnológicas, se puede comprender que un receptor es el elemento que recibe una señal, sea cual sea, en los medios de comunicación un receptor puede ser una antena de ondas radiales; ahora bien, en la medicina un receptor es aquel que recibe un órgano, por lo que desde una base específica, el receptor es aquel a quien se le dirige o direcciona algo, siempre con una función o finalidad específica, con posibilidad de retroalimentar o devolver el código, como en el primer ejemplo de los medios electrónicos.

Como ya se había mencionado antes, el artículo 19 de la declaración de derechos humanos señala que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión. Este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión. Tomando en cuenta lo anterior, se desprende que, para la ley, el receptor puede ser catalogado como

⁷⁸ Osgood, Charles E., *Some Terms and Associated Measures for Talking About Communication* Illinois, Urbana Illinois: Institute for Communication Research, 1961, p. 48.

sujeto universal de la información o como toda persona con derecho a recibir, en este caso, la información. El artículo aclara cuatro universalidades de éste derecho; la universalidad subjetiva que indica que se trata de un derecho inferido a todo ser humano sin excepción; la universalidad de contenidos, lo cual hace referencia a la facultad de las personas de difundir, recibir e investigar; la universalidad territorial que indica que no se deben imponer fronteras a la información y la universalidad técnica, la cual se refiere a que debe ser transmitida por cualquier medio de comunicación.

El derecho a la información asocia directamente la dirección primordial hacia el receptor; relativamente, a lo cual se intentará clarificar la razón de esta relatividad durante éste capítulo; puesto que se habla de un acto de justicia que prioriza al público, intenta otorgarles todo aquello a lo que tienen derecho y esto en referencia a que tienen derecho a conocer. Se dice que la información es de interés público, por ende, es una función pública y le confiere a las masas en general. Si mencionamos que la información es esencial para el desarrollo social, ésta se encuentra encaminada en función primordial hacia el individuo a quien va dirigida.

Hablando directamente de la comunicación, el receptor es el agente que recibe la información, aunque en algunos casos no sea éste para quien va dirigida directamente, dichos datos se encuentran encriptados en un código que emite un emisor; quien recibe dicha información debe decodificar el mensaje, lo cual le da un primer indicio de actividad durante el proceso, pero no la necesaria para poder determinarse como un sujeto estructuralmente activo dentro del proceso de comunicación. El sujeto receptor realiza un acto contrario al del emisor, éste en lugar de estructurar un nuevo mensaje, debe procesar e interpretar los signos que quién realizó él envió seleccionó, decodifica la información. Quien recibe los datos debe tratar de comprender el mensaje y en algunos casos actúa construyendo un nuevo mensaje.

Desantes habla sobre el deber profesional de informar, y coloca al emisor como núcleo personal en el que se encuentra el derecho y el deber, ya que le

otorga valores deontológicos y jurídicos al profesional de la información, se muestra una clara ideología de interés por quien recibe dicho mensaje.⁷⁹ Sin embargo, no hace una clara distinción del receptor directamente, pero lo menciona como aquel que se encuentra en disposición de ser educado, quién se encuentra susceptible de lograr su propio desarrollo en la configuración total de su "yo" personal y su "mi" comunitario.⁸⁰

Sergio Lopez Ayllon, delimita al receptor como el sujeto al que se le destina un mensaje ubicado en un contexto el cual capta o recibe la información con base en forma en la que se encuentra constituida su sociedad, lo menciona como sujeto afectado por el capitalismo que se encuentra delimitado por ejemplo, de forma diferente si se encuentra en una sociedad industrializada a si se encuentra en una sociedad dependiente.⁸¹ Aunque se contemplan como un sujeto parcialmente activo, desde el ámbito jurídico, no se le otorga la funcionalidad pertinente dentro del proceso comunicativo.

Desantes habla sobre la operatividad humana, indica que éste opera conforme con su ser personal y con base en su entendimiento y voluntad, esto lo relaciona con la responsabilidad del informador en relación a la libertad que debe cumplir para informar,⁸² pero, si se contraviene por otra parte hacia el receptor, se puede decir que el receptor como sujeto operante desentraña la información recibida conforme a su voluntad y la relaciona con sus conocimientos previos y su entendimiento, lo cual le daría una parte operativa-activa al momento de la recepción de datos por parte de un sujeto informador. Se menciona una serie de deberes del informador, que van dirigidos a valorar la importancia del receptor como ente participativo del proceso de comunicación, menciona que el acto informativo implica deberes ya que tiene un valor mediato formativo, es decir, el que informa, forma,⁸³ lo cual da un indicio a que el destinatario realiza un proceso de asociación de la información y se forma un criterio o su propia opinión, dando

⁷⁹ Desantes, Jose Maria, op. cit., nota 73, pp. 11-12.

⁸⁰ *Ibidem.* p 31.

⁸¹ López-Ayllón, Sergio, op. cit., nota 75, p. 35.

⁸² Desantes, Jose Maria, op. cit., nota 73, pp. 13-14.

⁸³ *Ibidem.*, p. 30.

apertura a la idea de que, quien recibe la información es acreedor de un proceso cognitivo de la información.

Armand y Michele Matterlart nos hablan sobre un modelo de comunicación en donde el receptor es aquel que participa dentro del proceso con igualdad de condición que el emisor, ya que lo hace más participativo y le otorga igual de condiciones y oportunidad para producir y emitir un mensaje, plantea una interrogante en relación al diálogo del proceso que presenta el destinatario, dejando por un lado como núcleo principal al sujeto emisor.

Matterlart presenta con base al análisis de S. Hall tres tipos de decodificación del mensaje, donde demuestra la participación igualitaria del receptor; la primera es la dominante en la cual el sujeto permite una manipulación dialéctica por parte del punto de vista hegemónica; la deconstrucción de oposición que interpreta un mensaje a partir de otro marco de referencia, de una visión del mundo contraria; y por último la decodificación negociada que mezcla elementos de oposición y de adaptación, que supone los valores dominantes pero toma argumentos del contexto propio del receptor.⁸⁴

Michael Tomasello refiere al receptor casi de la misma forma que el emisor, en motivo de relevancia dentro del mecanismo comunicativo, menciona que los seres humanos son los únicos que piden explicación, desde este punto de vista se habla de la cooperación comunicativa, es decir, el receptor requiere tanto del emisor como viceversa. Ambos elementos del proceso (emisor/receptor) se basan en normas de cooperación, comparten objetivos e intenciones, deben mantener una atención conjunta, manifiestan razonamiento cooperativo y existe una convención comunicativa para asegurar el éxito de la comprensión del mensaje, por ambas partes.⁸⁵

Desde el primer momento que el destinatario recibe el mensaje se está convirtiendo en un sujeto activo dentro del proceso de comunicación, ya que debe

⁸⁴ Matterlart Armand y Michele, *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 2003, pp 74-75

⁸⁵ Tomasello, Michael, *Origins of Human Communication*, Massachusetts, The MIT Press, 2008. p. 105.

descifrarlo, reconstruirlo, lo cual implica un proceso cognitivo en donde debe recolectar toda su información almacenada en su memoria para contravenirla y darle un significado; se habla del receptor como sujeto dotado de libertad, la libertad de seleccionar datos que desee del mensaje codificado, esta información será nuevamente reconstruida dependiendo las vivencias, situación contextual, experiencia e incluso deseos del sujeto receptor, esto no solo si implicase un requerimiento de respuesta o retroalimentación de su parte, simplemente para lograr comprender y darle significado es necesario que realice este proceso mental. Cuando nos transmiten un mensaje, además de las palabras existen otros lenguajes, los gestos, las miradas, las entonaciones, el énfasis, la cercanía etc. La decodificación tiene que ver con el momento en que un signo se decodifica, influyen los factores ambientales o emocionales en que se desarrolla la comunicación.

La habilidad cognitiva básica de intencionalidad compartida es la lectura de la mente recursiva. Cuando se emplea en ciertas interacciones sociales, genera metas y conjuntas y atención conjunta, lo cual provee el terreno conceptual en común dentro del cual la comunicación humana ocurre de manera más natural. Los motivos básicos para la intencionalidad compartida son ayudar y compartir. Cuando se emplean en las interacciones comunicativas, generan los tres motivos básicos de la comunicación humana cooperativa: pedir (pedir ayuda), informar (ofrecer ayuda bajo la forma de información útil), y compartir emociones y actitudes (crear lazos socialmente al expandir el terreno común).

La atención conjunta y las intenciones comunicativas son motivos de cooperación humana para la comunicación que se convierten en mutuos y normas de cooperación, cómo los signos se convierten en convenciones comunicativas humanas. Esto resulta de algún tipo de comprensión mutua estructurada recursivamente entre dos o más seres humanos que saben que el otro sabe.

Por otra parte, después de mencionar la cuestión cognitiva y participativa del emisor dentro del proceso de comunicación, es imperante mencionar la educación como un medio de asimilación de la información incluida en un

mensaje, en nuestro país, el artículo 3° de nuestra constitución indica que todo individuo tiene derecho a recibir educación y ésta tenderá a desarrollar armónicamente, todas las facultades del ser humano, garantizando una educación de calidad; por su parte, la Ley de Educación en su artículo 2° el cuál dice literalmente "La educación es medio fundamental para adquirir, transmitir y acrecentar la cultura; es proceso permanente que contribuye al desarrollo del individuo y a la transformación de la sociedad, y es factor determinante para la adquisición de conocimientos y para formar a mujeres y a hombres, de manera que tengan sentido de solidaridad social". Por lo que jurídicamente la protección y difusión de la información son requisitos elementales para la educación del ser humano y así el derecho a la información le otorga un lugar primordial como ente activo de desarrollo al receptor.

Entonces, podemos decir que el receptor en primera instancia es aquel sujeto al cual va dirigido un mensaje, sin olvidarnos de quien envía el mensaje, que es el que decide qué información y tiene un valor importante durante el proceso; el destinatario es aquel que tiene la capacidad de deconstruir la información recibida enfrentándola con su conocimiento previo y quien tiene la habilidad de generar su propia significación relacionando contenidos previos con los que acaba de recibir.

Para lograr la comprensión de un mensaje, es necesario que el receptor conozca el código empleado por el emisor, sin olvidarnos de que éste sujeto receptor no es un ente aislado, es parte de un cúmulo social, y que asimilará el contenido de la información dependiendo su paquete cultural; sobre el destinatario actúan diferentes mensajes que recibe por parte de las diferentes fuentes de información a las que se expone diariamente, lo cual puede complementar o contradecir su propia opinión, y, para mi criterio, una de las características más importantes que convierte al receptor como sujeto justamente activo dentro del proceso de comunicación, a la par que el emisor, la libertad de elegir qué mensajes desea recibir.

Ya que se hace mención de la cultura en nuestra ley de educación cabe resaltar su importancia dentro del proceso de comunicación, Según Eagleton, la cultura es el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas de constituyen la forma de vida de un grupo específico⁸⁶. Desde que el humano tiene memoria y hace uso de los signos se crea esta denominada *cultura*, una vez utilizados estos símbolos se crea una civilización, es decir, el conjunto de sujetos en una comunidad, quienes comparten intereses y creencias similares y para poder tener comunicación requieren traducir mensajes de una cultura a otra. Octavio Paz la define como un conjunto de actitudes, creencias, valores, expresiones, gestos, hábitos, destrezas, bienes materiales, servicios y modos de producción que caracterizan a un conjunto de una sociedad, es todo aquello en lo que se cree⁸⁷. La cultura surge por si misma debido a la necesidad de los seres humanos de vivir en sociedad, de prevalecer y permanecer vivos.

Umberto Eco formula la hipótesis de que de que la cultura es comunicación y no es otra cosa que un sistema de significaciones estructuradas, ya que se basa en tres fenómenos culturales elementales, que son: la producción y uso de objetos que transforman la relación hombre-naturaleza, las relaciones de parentesco como núcleo primario de relaciones sociales y el intercambio de bienes económicos⁸⁸, para todo esto se requiere forzosamente una comunicación y un intercambio de información, lo cual asegurará el éxito de una cooperación social.

Cuando hablamos de cultura es innegable la asociación de esta con los valores sociales, estos no surgen por alguna instrucción de alguna autoridad, o porque una ley o reglamento los haya instituido de la nada, ni siquiera se dejan imponer por obligación o por alguna asamblea legislativa, surgen por la misma necesidad del ser humano de vivir en sociedad y comunidad dando una cualidad positiva o negativa a las cosas, a los hechos o incluso a las personas.

Los valores cambian y varían dependiendo la necesidad comunal, entre ellos podemos encontrar el lenguaje, las creencias religiosas, la importancia de las

⁸⁶ Eagleton, Terry, *La idea de cultura*, Barcelona, Paídos, 2001, p. 58.

⁸⁷ Prieto, Francisco, *Cultura y comunicación*, México, Premia, 1984, p. 47.

⁸⁸ Eco, Umberto, op. cit., nota 68, p. 44.

tradiciones y rituales, la arquitectura y el uso de la tierra, y dentro de lo intelectual podemos mencionar la literatura, la música, la ciencia y el arte en sí.⁸⁹

Entre todo esto se resalta la comunicación, ya que al final, todo lo mencionado anteriormente se maneja con base en información, en datos, en signos que se intercambian entre los elementos integrantes de toda sociedad. El lenguaje permite que exista la comunicación entre personas que tienen valores y creencias similares. Nos adueñamos de la cultura de manera biológica, por educación, por imitación o por adaptación; se puede decir que la aprendemos, y es por esto que cada sociedad comparte las mismas creencias, valores, conductas, percepciones y forma de comunicarse.

Ya que como lo menciona Arturo Morales, para desempeñarse dentro de una sociedad se requiere saber las cosas, saber del mundo, tener una compleja, aunque fragmentada visión del mismo, en la que intervienen variados saberes: saber usar herramientas, sembrar, amar, acercarse al otro, trabajar, leer, calcular, entre un sinnúmero de saberes más,⁹⁰ que serán transmitidos a manera de información para lograr convivencia y subsistencia individual y comunal. Para Sergio Lopez Ayllon el contexto cultural es condición de la comunicación debido a que su contenido básico el conjunto de experiencias comunes que se da en el desarrollo de la vida cotidiana del grupo en su contacto directo con el mundo, surgen formas comunes de percibir y entender los fenómenos y construcciones que llevan implícito el lenguaje cultural.⁹¹

La cultura se transmite por medio de la educación, y para que la educación pueda desarrollarse se requiere de la información y se puede sugerir que el estatus, como conjunto de características que permiten que los grupos de personas se interrelacionen con sus semejantes, agrupándose en sectores, forma una parte importante dentro de la sociedad, todo dato que se pueda transmitir está

⁸⁹ Warren, Kidd, *Culture and Identity*, 2a. ed., Nueva York, Palgrave Macmillan, 2012 p.9.

⁹⁰ Morales Campos, Arturo, *Imágenes e ideología, ensayos sobre muralismo y cine*, Morelia, UMSNH, 2015. p. 83.

⁹¹ López Ayllon, Sergio, *El derecho a la información*, México, Porrúa, 1984, pp. 61-62.

plenamente cargado de comportamientos hegemónicos basados en el estatus de los poderosos, y puede sugerirse que es el estado ideal para cualquier miembro de una sociedad que desee desarrollarse plenamente en ella.

Para ejemplificar se puede hablar sobre la cultura política, a la cual Edurne Uriarte indica que es aquella que nos informa de cómo se relacionan las personas con la política, de los sentimientos que le provoca, de los valores principales con que la juzgan, de lo que esperan de ella, de sus ideales. En este sentido, el concepto de cultura política nos remite a los valores más profundos que guían la relación de los ciudadanos con la política.⁹²

Cuando se hace una reflexión de la ética en la información, tenemos que indicar que ésta nace con el surgimiento de las nuevas tecnologías en la información y la facilidad de manipular la misma de forma más rápida y con mayor alcance; al hablar de ella podemos referirnos al marco de trabajo, o sobre qué valores se basan los profesionales para cumplir sus funciones, desarrollar sus estrategias e incluso establecer sus políticas. Al hablar de principios éticos en la información podemos incluir los mencionados en la Declaración Universal de Derechos Humanos, los cuales son: el derecho a la libertad de expresión, el acceso universal a la información, especialmente aquella que pertenece al dominio público, el derecho a la educación, el derecho a la vida privada y el derecho a participar en la vida cultural.

Con referencia a la importancia del receptor dentro del proceso de comunicación y con base en la cultura, es necesario referirse a la cultura como humanista que se ha apoyado desde siempre en premisas respecto del hombre, intenta buscar la transcendencia y permanencia del ser humano como especie y como comunidad.

Se trata entonces de una disciplina antropocéntrica en la cual el hombre debe desarrollarse con base al bienestar humano el cual no puede dejar de involucrar a los valores entendiendo que son aquellos bienes universales que

⁹² Uriarte, Edurne, *Introducción a la ciencia política*, Madrid, Tecnos, 2010, p. 203.

pertenecen a nuestra naturaleza como personas y que, en cierto sentido, nos humanizan, ya que mejoran toda nuestra condición de personas y perfeccionan nuestra naturaleza humana. En sentido humanista, se entiende por valor lo que hace que un hombre sea tal, sin lo cual perdería la humanidad o parte de ella. El valor se refiere a una excelencia o a una perfección. Por ejemplo, se considera un valor decir la verdad y ser honesto; ser sincero en lugar de ser falso.

Michel Foucault entiende el humanismo como el “conjunto de discursos mediante los cuales se le dice al hombre occidental: «si bien tú no ejerces el poder, puedes sin embargo ser soberano. Aún más: cuanto más renuncies a ejercer el poder y cuanto más sometido estés a lo que se te impone, más serás soberano»”.⁹³

Se debe tener presente a la verdad dentro de la información por medio de la cual nos constituimos como sujetos de conocimiento, nuestra relación con el poder a través de la cual nos conformamos como sujetos que actúan sobre los demás y, nuestra relación como personas con la ética por medio de la cual nos componemos como sujetos morales. Si se desea lograr el bien común del ser humano es necesario alcanzar la verdad desde la información con principios éticos, lo cual se debe tener muy presente cuando hablamos del manejo de ésta.

2.3 Opinión pública, conformación de ideología cultural.

Ya que se considera a la información como un elemento primordial en el desarrollo cultural de una sociedad, es imperante relacionarlo con el concepto de ideología que inevitablemente emana de la cultura, todo contexto genera puntos de opiniones individuales y grupales. Debido a la necesidad de comunicación inherente al ser humano es necesario tener puntos de acuerdo que converjan entre similares para lograr un mejor entendimiento y, en muchos casos, mantener un orden común entre grupos.

⁹³ Foucault, Michel, *Microfísica del Poder*, Madrid, Edissa, 1979, p. 34.

Para Edurne Uriarte la ideología es el conjunto de valores y creencias que definen el modelo ideal de organización y guía nuestro comportamiento. Cada ideología constituye un sistema de ideas, en el sentido de que cada una se trata de un conjunto articulado, coherente y organizado de ideas. Y si bien las personas puedan no ser conscientes de esa articulación, existen y funcionan sobre la base de esa coherencia. Las ideologías analizan el mundo a través de esas construcciones teóricas y conceptuales, interpretan los hechos y les dan sentido, y, además, pretenden transformar al mundo. Este es el componente movilizador, esencial en las ideologías, establecen guías para la sociedad ideal y movilizan a sus adherentes para acometer las actuaciones necesarias para lograr el objetivo, que es alcanzar una sociedad utópica.⁹⁴

Foucault dice que la ideología es la ciencia de las ideas, que es un conocimiento que tiene por objeto los seres de la naturaleza, las palabras del lenguaje o las leyes de la sociedad. Sirve como gramática y lógica de todas las ciencias en la forma de expresión por medio de las palabras y su relación con los razonamientos. La ideología no pregunta por el fundamento, los límites o la raíz de la representación; fija las sucesiones necesarias que aparecen; define los lazos que se anudan; manifiesta las leyes de composición y descomposición que pueden presentarse y formula el saber de las leyes que organiza con el fin de plegar todo conocimiento a una representación.⁹⁵

Teun Van Dijk define la ideología como el marco de trabajo básico que subyace a las cogniciones sociales de un grupo; ésta no sólo controla el contenido preferencial del conocimiento y de las actitudes, sino que también establece la coherencia (cognoscitiva y social) entre las diferentes actitudes y metas. Es la ideología la que controla las estrategias fundamentales para la defensa, legitimación y promulgación de las actitudes sociales en el habla, el texto y las acciones proporcionando marcos generales para la interpretación de los acontecimientos sociales y políticos de la vida diaria traduciendo de manera socio-

⁹⁴ Uriarte, Edurne, op. cit., nota 92, p. 192

⁹⁵ Foucault, Michel, *Las palabras y las cosas, una arqueología de las ciencias humanas*, Siglo XXI, Argentina, 1997, p.237.

cognoscitiva las metas e intereses del grupo.⁹⁶ En sí, la ideología es el conjunto de pensamientos que tratan de explicar el funcionamiento de una sociedad, son las ideas que intentan dar sentido al entorno en comunidad con la intención de dar forma y organizar una sociedad,

Se puede encaminar a que la ideología es todo el conjunto de información que subyace dentro de una sociedad, son la mezcla de conocimiento que se esquematizan de acuerdo a los datos estructurados y acordados de manera común por un cúmulo de individuos, la intención de la ideología es regir de alguna manera con bases informativas una organización social. La ideología entonces, es la información de la que se adueñan las comunidades para darse un sentido de pertenencia, así como la cultura, la ideología es inmanente a las comunidades, se crea por el sentido de bienestar, es parte primordial de la sociedad, ya que se genera con la fiel intención de lograr armonía dentro del grupo de personas en el que se desenvuelve el ser humano. La ideología se genera por pensamiento, por catarsis grupal, ésta no se puede crear ni transformar si no se informa, la ideología requiere de la información como medio de trasmisión, en la antigüedad lo único que se heredaba eran datos, los seres humanos de las cavernas no poseía elementos físicos de pertenencia, su mayor y más importante legado para preservar su existencia como medio ideológico y cultural, era la información.

Es por medio de esta ideología que el ser humano actúa, ya que su paquete cultural lo encamina a tomar las mejores decisiones que, con relación en la información, se han establecido como correctas en la actuación diaria dentro de una comunidad, ya que como menciona López Ayllón, sin información, el hombre en sociedad se convierte en un ser aislado, desvinculado de la realidad y sin capacidad de actuar conscientemente sobre ella para transformarla; considera a la información dentro del grupo social como un lujo, un elemento imprescindible en el desarrollo de la persona humana que permite al sujeto orientar su acción.⁹⁷ Pues es con esta información que se logra una representación del sistema que rodea al

⁹⁶ Van Dijk, Teun A., *Estructuras y funciones del discurso*, 10ª ed., trad. de Myra Gann y Martí Mur, México, Siglo XXI, 1996, p. 184.

⁹⁷ López Ayllón, Sergio, op. cit., nota 91. 65.

sujeto, por el cual éste analiza y enjuicia, en muchas de las ocasiones comparando con sistemas alternativos en los que se encuentra rodeado.

La diversificación histórica de lenguas, costumbres y leyes dan origen a las creaciones culturales, las significaciones compartidas; Pedro Talavera cita a Cornelius Castoriadis quien indica que frente a las concepciones más profundas de uno mismo, siempre existen con la misma profundidad las concepciones de otro, que aquellos relatos que tienen una significación social más importante acaban siendo constitutivos de la realidad que sobre ellos se fundamenta.⁹⁸

La ideología puede modificar la misma comportamientos, costumbres, formas de ser, incluso, información, ya que como dice Van Dijk, los grupos pueden organizar la adquisición discursiva y la reproducción de ideologías, por ejemplo, a través de formas especiales de educación, adoctrinamiento, educación para el trabajo, o catequesis, y por miembros especializados del grupo (ideólogos, sacerdotes, profesores, etc.) y en instituciones especiales.⁹⁹ Considero que la ideología no solamente se conforma de forma grupal dentro de una comunidad, ya que cada sujeto cuenta con experiencias propias, pensamientos internos, gustos, valores, que, aunque en su mayoría comparte con su contexto social, forman una parte interna e individual de su propio pensamiento, creando así una ideología personal con la fuerte base de dicha ideología comunal.

Es por medio de la ideología que se crean los cúmulos de información, una vez que se toman los conceptos se utilizan a favor de la necesidad de la comunidad para afirmar su poder y proceder con su subsistencia, la ideología maneja la información de manera utilitaria para lograr objetivos, así como en la época de la inquisición, la ideología se transmitía por medio de la generación de miedo, y este miedo se divulgaba con los datos que se hacía públicos referentes a los sucesos, los valores, los gustos, los deseos que se crean dentro de una ideología son el resultado de la significación de elementos transmitidos desde ámbitos informativos de la comunicación, lo cual crea la opinión pública, esta

⁹⁸ Talavera, Pedro, *Derecho y literatura, el reflejo de lo jurídico*, Granada, Comares, 200, p. 44.

⁹⁹ Van Dijk, Teun A., *Ideology: A multidisciplinary approach*, Londres, Sage, 1998, pp. 186-187

gama de ideales que se hacen visibles en la voz de las grandes masas dentro de una comunidad.

Como menciona Jose María Desantes, la comunicación ideológica se puede comprender por la comunicación cultural, en el sentido de comunicación de una concepción del mundo que se manifiesta a través de la educación y de la civilización.¹⁰⁰ La comunicación ideológica hace referencia a la comunicación política, a la propaganda, la comunicación social, familiar, de todo el entorno, esa que intenta transmitir de manera globalizada las ideas, valores e interpretaciones de la realidad que hace la ideología.

Con relación a la opinión pública, Van Dijk menciona que las creencias evaluadoras pueden ser activadas en la memoria y usadas para asignar una interpretación evaluadora a los sucesos,¹⁰¹ es decir, que la información puede remontarse desde la memoria a largo plazo, para utilizarla en los contextos necesarios, y con dichos datos evaluar con base en una ideológico los sucesos que ocurren en el entorno social.

Lopez Ayllon cita que se puede conceptualizar como la suma de opiniones sobre una cuestión de interés público dentro de un proceso continuo de comparación y contraste de opiniones que se basan en una amplia gama de conocimientos y experiencias, en donde aparece gran variedad de opiniones basadas en diferencias económicas, religiosas, sociales, etc.¹⁰² Nuevamente aparece el concepto de conocimiento, para lo que nos remontamos al tema de la información, el conocimiento se genera por información, de la cualquier clase que sea.

Desantes indica la posibilidad de confusión entre el término comunicación social y opinión pública, sin embargo, como ya ha quedado aclarado, el proceso de comunicación implica la emisión de un mensaje informativo, y la opinión pública es aquello que se interioriza una vez que ese mensaje llega a su destino; desde

¹⁰⁰ Desantes Guanter, José María. "Los mensajes simples en el "ius communicationis" de Francisco de Vitoria". *Persona y derecho: Revista de fundamentación de las Instituciones Jurídicas y de Derechos Humanos*, 1989, num. 20, p. 205.

¹⁰¹ Van Dijk, Teun A. *La ciencia del texto*, trad. de Sibila Hunzinger, México, Paidós, 1996, p. 76.

¹⁰² López Ayllon, Sergio, op. cit., nota 91, p. 56.

este campo entonces se puede hablar de cómo la información de juicios, es decir de ideas y de hechos se enjuicia o se hace una idea enjuiciadora de este mensaje. Por lo que se puede concluir que la opinión es un mensaje constituido por un juicio comunicable.¹⁰³

Las instituciones a través de los medios de comunicación, que son capaces de modificar nuestro entorno y funcionan como verdugos de la información e incluso formadores de opinión pública y hasta educadores en ámbitos políticos, tienen la capacidad de reproducir dicha opinión pública, misma que puede prestarse a manipulación y no llegar de forma correcta, comprensible y/o clara al receptor, generando así una opinión pública incorrecta, y aunado a que una vez que los mensajes llegan al rubro establecido de la sociedad y estos se transforman, debido a que dicho mensaje no puede permanecer intacto y neta a cómo se me emitió desde un principio, pues influye la ideología del grupo social al que llega, incluso la ideología personal como individuo.

Podemos entender como institución establecida al mismo sistema de gobernabilidad que conforma una comunidad, quien emite la información organizativa por medio de leyes, en donde, en nuestro caso, se puede tomar una Ley como medio de generación de ideología cultural; pues, como indica Van Dijk Pocas personas tienen la libertad total de decir y escribir lo que quieran, dónde y cuando quieran y a quien quieran; la mayor parte de la gente tiene empleos en los que se les obliga a producir tipos específicos de discursos escritos o hablados. El control no sólo se ejerce sobre el discurso entendido como práctica social, sino que también se aplica a las mentes de los sujetos controlados, es decir, a su conocimiento, a sus opiniones, sus actitudes y sus ideologías, así como a otras representaciones personales y sociales.¹⁰⁴

¹⁰³ Desantes Guanter, José María, "La opinión pública, deber del intelectual", *Beresit Revista Interdisciplinaria científico-humana*, España, Año 1987, Número 1, p. 178.

¹⁰⁴ Van Dijk, Teun A. *Discurso y poder*, Trad. de Alcira Bixio, Barcelona, Gedisa, 2009, p. 30.

CAPÍTULO III CONCEPTO DE DIFUSIÓN EN LA LFPDPPP

3.1 Difusión, divulgación y comunicación social.

Como ya se ha mencionado, el proceso de comunicación es aquel que permite que la información se traslade de un sitio a otro, esto no solo implica que dicha acción incluya únicamente dos sujetos integrantes, es decir, es posible realizarlo de forma masiva y la manera en la que la información se da a conocer de ésta forma es por medio de la difusión de uno o varios mensajes. El término se utiliza básicamente desde métodos químicos y físicos en donde difundir puede sugerir un sinónimo de diluir una sustancia en otra, es decir, transmitir el contenido dentro de un espacio. Refiriéndonos directamente al área de comunicación, el diccionario de informática y telecomunicaciones la define como *broadcasting*, que es la transmisión de algo, entiéndase ondas, datos, información, etc.¹⁰⁵ El diccionario jurídico de los medios de comunicación define la difusión como la capacidad que los medios de comunicación tienen para acercar los contenidos a los consumidores sociales y el *broadcast* como la difusión de programas de radio y televisión por medio de radiodifusores específicos, en oposición a la radio de aficionados o de algún programa de radio y televisión.¹⁰⁶ La teoría de la información postula que la difusión es un proceso por el cual los datos se ubican en nodos o fuentes quienes se encargan de distribuir la información al resto de los nodos dentro de una red de manera rápida y efectiva.¹⁰⁷

La difusión y el *broadcasting* en sí, se refieren a la comunicación de masas, es decir, el transmitir un mensaje por parte de un único emisor a una cantidad variada de receptores, y dicha comunicación de masas se da por medio de los *mass media* o medios de comunicación. Para Everett Rogers dentro de su

¹⁰⁵ León, Mario, *Diccionario de informática, Telecomunicaciones y Ciencias afines*, Madrid, Diaz de Santos, S. A. 2004.

¹⁰⁶ Landeira Renato et al., *Diccionario jurídico de los medios de comunicación*, Madrid, Reus, 2006, p.55.

¹⁰⁷ Hromkovič Juraj et al., *Dissemination of Information and Interconnection Networks (Broadcasting & Gossiping)*, *Combinatorial Network Theory*, USA, Springer, 1996, pp. 125–212.

teoría de la difusión de la innovación, la difusión es el proceso por medio del cual una innovación se comunica por una gran diversidad de canales entre individuos de un sistema social, es decir, una idea, una práctica u objeto percibido como nuevo, para que el conjunto de personas lo adopte para sí a través de los diferentes canales de comunicación, en un tiempo establecido, dirigido a un sistema social.¹⁰⁸ Este se encuentra muy ligado al ámbito de la comunicación cultural, todo aquel descubrimiento y/o información nueva se considera como innovación, como elementos nuevos en materia de transmisión de conocimientos, y en este caso se podría referir a la adquisición de nuevos hábitos, de conceptos morales, incluso de reglamentaciones por medio de la difusión informativa.

Vilma Sánchez menciona que la palabra difusión se encuentra ligada de forma inseparable a la comunicación y que todo proceso comunicativo incluye necesariamente el momento de difusión, y que a falta de difusión la comunicación no llega a nacer.¹⁰⁹ La información para poder subsistir necesita ser comunicada y una de las mejores formas para hacerlo es por medio de la difusión del mensaje, difundir la información es comunicar, informar a la sociedad. Jose María Desantes argumenta que toda la operación informativa está constituida por un acto o una serie concatenada de actos que conducen a un fin: el de difundir algo.¹¹⁰ Así, “la difusión se produce en el momento de distribuir; otras veces la distribución constituye una actividad informativa organizada desprendida de la difusión, aunque contribuya a ella: es la actividad que pudiéramos llamar comercializada de la información, sea o no con ánimo de lucro”.¹¹¹

Por lo que la difusión de un mensaje es aquella acción de transmitir por medio de formas de comunicación masivas ideas, conocimientos, cultura, pero sobre todo, el insumo más importante del que se habla dentro de esta investigación, la información, por medio de la cual es posible generar pensamientos, opiniones, formas de pensar, etc.; es transmitir datos desde una o

¹⁰⁸ Rogers, Everett M. *Difussion of Innovation*. 4a ed. Nueva York, The Free Press, 1995, pp 10-11.

¹⁰⁹ Sánchez del castillo Vilma, *La publicidad en internet, régimen jurídico de las comunicaciones electrónicas*, Madrid, La Ley, 2006, p.182.

¹¹⁰ Desantes, Jose Maria. *El deber profesional de informar, lección magistral leída en la apertura del curso 1988-89. Fundación universitaria de San Pablo*, España, CEU, 1988, p.12.

¹¹¹ Desantes Guanter, op. cit., nota 72, p. 129.

varias fuentes utilizando todos los canales pertinentes para que el mensajes pueda llegar al mayor número de receptores posibles. Como sabemos, los medios de comunicación son todos aquellos por medio de los cuales es posible la transmisión masiva de datos, estos se pueden nombrar como la televisión, la radio, los impresos y actualmente el medio que va aumentando el impacto en nuestra sociedad, el internet.

Miguel Roiz comenta que los medios de comunicación son instituciones mediadoras de la realidad y de diferentes planos de la actividad social, como las representaciones colectivas, los sistemas de valores y creencias compartidos, y las ideologías y utopías; indica que éstos pueden actuar hegemónicamente como un verdadero poder simbólico-comunicativo imponiendo concepciones del mundo social, del hombre e incluso del lenguaje.¹¹² Los medios de comunicación en la actualidad son incluso los mismos generadores de información, funcionando como un actor potencializador de la comunicación social, incluso con la capacidad de modificar nuestro entorno, fungiendo como verdugos de la información e incluso formadores de opinión pública y hasta educadores en ámbitos políticos. Este papel vigilante, junto al de transmisor de la información política y el de moldeador de la opinión pública, hace de los medios de comunicación actores esenciales de la política y, por lo tanto, de la Ciencia política.¹¹³

Sin embargo, como menciona Desantes, la información nunca podrá tener como destinataria la masa, esta se dirige al hombre individualizado o al hombre en colectividad, para lo que, cualitativamente es lo mismo. Si se dirige al hombre en colectividad está cumpliendo una función pública, pero respetando la personalidad de cada destinatario;¹¹⁴ así, teóricamente, se le da importancia plena al sujeto como persona, aunque la divulgación sea de forma general, no se debe olvidar la individualidad de cada elemento, esto contemplando las diferentes formas de comprensión y entendimiento con las que cuenta cada uno los integrantes de una

¹¹² Roiz, Miguel, *La sociedad persuasora, control cultural y comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 2002, p. 20.

¹¹³ Uriarte, Edurne, op. cit., nota 92, p. 276.

¹¹⁴ Desantes Guanter, José María, *La función de informar*, España, Universidad de Navarra, 1976, pp 25-26.

sociedad.

Aunque no es solo por parte los medios masivos que se puede llegar a difundir un mensaje, Van Dijk nos habla de las formas elementales, la transmisión común de los mensajes también es una manera de difundir la información, la conversación cotidiana espontanea es la forma básica adecuada para difundir, mediante una interacción comunicativa directa, los conocimientos, las posturas, las opiniones, las habladurías, etc., con lo que se actualizan, confirman y eventualmente modifican convenciones tales como normas, reglas, estereotipos y prejuicios.¹¹⁵

La difusión de la información de forma masiva produce efectos en las audiencias, pueden ser cognitivos, emocionales y conductuales, los cuales llevan a tener una reacción. Estos contribuyen a estructurar una opinión pública, establecer modelos de comportamiento emocional y, por ende, tener determinadas formas de actuación dentro de una sociedad.¹¹⁶ La difusión de la información, por tanto, permite a la sociedad adoptar posturas frente a los datos mismos de lo que se está informando, les permite desarrollar modelos de convivencia para subsistir, la acción en sí de difundir la información permite a los integrantes de una sociedad mantenerse de acuerdo de manera arbitraria con los elementos por los que se encuentran regidos. Matterlart indica que "los medios de comunicación han aparecido como instrumentos indispensables para la gestión gubernamental de las opiniones, tanto de las poblaciones aliadas como las de sus enemigos, y, de formas más generales han avanzado considerablemente las técnicas de comunicación".¹¹⁷

Manuel Calvo cita a Antonio Pasqualli quien hace referencia sobre la transmisión de la información científica y habla sobre difusión, divulgación y diseminación; se refiere a la divulgación como la transmisión al público en lenguaje accesible y decodificado, informaciones científicas y tecnológicas; a la difusión científica como la transmisión a los receptores los conocimientos sobre una

¹¹⁵ Van Dijk, Teun A. op. cit., nota 101, p. 281.

¹¹⁶ Pelayo Neneke y Cabrera Adriana, *Lenguaje y comunicación*, Caracas, El nacional, 2002, p. 26.

¹¹⁷ Mattelart Armand y Michele, op. cit., nota 84, p. 28

disciplina científica y la disseminación al envío de mensajes elaborados en lenguajes especializados a receptores selectivos y restringidos, es decir, la transmisión de información científica por parte del investigador a sus pares o especialistas.¹¹⁸ Para lo que podemos entender, como ya lo mencionaba anteriormente, que las leyes se encuentran redactas en lenguaje científico y requieren de una correcta divulgación para su comprensión.

Difusión de la ciencia significa transmitir conocimientos científicos desde quien los genera y controla y divulgación de la ciencia se refiere a mantener informado al público en general del desarrollo de la ciencia y la tecnología; y prepararlo para los cambios que pueden enriquecer o afectar su vida dependiendo de cómo se use dicha información.¹¹⁹ Con esto nos acercamos a la necesidad de la difusión y divulgación de la información jurídica de manera eficaz y comprensible.

Sin embargo, para que un mensaje se pueda comprender de forma adecuada no requiere únicamente de la divulgación del mismo, es necesario que la información sea entendible, es decir, que se encuentre en un lenguaje accesible para todo público, y así mismo se convierta en parte propia tanto de cada ciudadano como del colectivo en general. Es por esto se requiere una correcta socialización de todo mensaje, Michéle Sato asegura que en gran variedad de países no se aprovecha de forma correcta la información con la que cuentan, para alcanzar una correcta sensibilización pública y participación en la toma de decisiones por parte de la comunidad.¹²⁰

Juan Delval indica que podemos entender la socialización como el proceso por medio del que un individuo adquiere conductas y conocimientos básicos de la sociedad en la que vive.¹²¹ Edurne Uriarte indica que la cultura

¹¹⁸ Calvo, Manuel, *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*, México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM, 2003. p.16

¹¹⁹ Tonda, Juan, et al., *Antología de la divulgación de la ciencia en México*, México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM. 2002. p.72

¹²⁰ Sato, Michéle. *Módulo 1, FAPEA-EDAMAZ-Brasil: Fundamentos da Educação Ambiental. Educação ambiental para profissionais atuantes nas escolas da rede pública de Mato Grosso. Guia de leitura*, Cuiabá, Instituto de Educação, Universidade Federal de Mato Grosso, 1997. p. 95.

¹²¹ Alonso, Isidro et al., *Sociedad, cultura y educación*, Madrid, Hispagraphis, 1991. pp. 193-194.

política se transmite de una generación a otra a través de la socialización política que enseña a los individuos a entender, a interpretar y a guiarse en el campo de la política. En este sentido la socialización política es un proceso en el que la sociedad intenta reproducirse y en el que introduce, al mismo tiempo, elementos que provocarán su cambio.¹²²

Solo cuando el sujeto internaliza la información, es decir interpreta inmediatamente un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado y le da un significado subjetivo para sí es cuando puede ser considerado miembro de la sociedad.¹²³ La información debe ser comprendida y manifestada con fines útiles por parte de cada miembro dentro de un grupo, si a dicho conocimiento no se le encuentra este significado subjetivo y utilitario, simplemente no se puede adueñar de este nuevo aprendizaje y no lo convierte en parte importante de su diálogo de conocimiento.

Los seres humanos mimetizamos las capacidades representacionales que vemos que los demás asumen. Nuestro cerebro, como el de los animales, tiende a absorber la información determinante que vemos que es activa para otros. Esta capacidad se multiplica conforme el número de personas o individuos implicados en un fenómeno simbólico aumenta. Así la velocidad de traslado de la capacidad determinante de una información es exponencial: es mayor cuanto más gente está implicada y activa en esa acción signica o simbólica.¹²⁴ Es imperante manifestar que la socialización de la información se transfiere a la socialización del conocimiento, la idea de transmitir datos no se hace simplemente con la intención de difundir la información, no solo con el fin de que únicamente se conozca, se intenta que la información se convierta en parte esencial de cada ser humano; la socialización del conocimiento se refiere a la asimilación individual por parte de cada integrante de la sociedad, de aquellas ideas, datos, información, ideologías, cultura en sí misma, que le serán útiles para la solución de problemas a cada individuo, que en pocas palabras asegura su propia subsistencia singular como en

¹²² Uriarte, Eudene, *Introducción a la ciencia política*, Madrid, Tecnos, 2010, p. 203.

¹²³ Berger Peter y Luckmann Thomas, *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 2003. 163-164.

¹²⁴ Aladro Vico, Eva, op. cit., nota 67, p. 124.

grupo.

La información que normalmente circula, y más aún cuando se trata de información científica; a lo cual comunicativamente hablando se puede referir de forma científica a las leyes directamente; no facilita de manera adecuada los diálogos del conocimiento. En muchas ocasiones la falta de información o la información manejada de manera empírica y con tecnicismos, impide que los sujetos integrantes de una comunidad participen de manera activa en todos los procesos que los inmiscuye, y en muchos de los casos si a las cuestiones jurídicas nos referimos, las personas solo conocen la información, o se interesan por investigarla, cuando se ven afectados sus derechos.

Se puede decir que para lograr una función socializadora de un mensaje se requiere que la información se encuentre disponible y accesible en el momento y lugar donde se requiera con datos correctos, claros, veraces y sobre todo comprensibles para todo público. Así mismo, la información que se intenta socializar debe permitir que los usuarios puedan reconstruir los datos y crear nueva estructuras informativas que genere nuevos diálogos de conocimiento, valoración de saberes de los demás y el reconocimiento mismo de las propias limitaciones del conocimiento. La comprensión de la información posibilitará a los integrantes de cualquier grupo social tener ideas claras sobre su entorno y los problemas que se puedan suscitar, lo cual llevará a planteamientos acertados sobre posibles soluciones a las problemáticas que antes se mencionaban pueden aparecer.

Los agentes de socialización de los mensajes relacionados con los derechos y las leyes del ciudadano para lograr la convivencia utópica del estado de derecho son fundamentalmente la familia y la escuela. Cabe destacar como principal factor que explica su importancia la etapa de socialización que la escuela ocupa, al igual que la familia, en la etapa infantil y, por lo tanto, la etapa fundamental en la formación de las personas. También es interesante apuntar que la escuela prolonga, en cierta medida, la socialización en el seno de la familia, dado que la elección por parte de los padres de la escuela interviene en algunos

casos (siempre que esa elección es posible) para reforzar valores enseñados en la familia.¹²⁵

La familia es principal agente de socialización, inicialmente esto es debido a que desde que se nace las primeras interacciones comunicativas se dan dentro de éste grupo, la primer información que se recibe es desde el seno familiar, la mayor parte de las creencias, actitudes, valores y normas con las que cuenta un ser humano y que se convierten en estructura de la personalidad del individuo se asocian a este primer núcleo. En segundo lugar tenemos en contexto escolar que se representa un complemento para la familia, una vez que se han forjado los valores primarios de cada persona en casa, la escuela trata de reforzarlos, forjando estructuras conceptuales como la disciplina, la actitud, resolución de problemas y tareas, así como las relaciones interpersonales, permitiendo el desarrollo personal y social del individuo en grupo. Y cada vez con mayor fortaleza, los medios de comunicación quienes se encargan de manifestar información de forma global desarrollando, y encaminando a tener, desde puntos de vista hasta actitudes.

La educación se encuentra considerada dentro de un proceso dirigido a la socialización y formación de los individuos para que desarrollen sus habilidades y adquieran el conocimiento del mundo y el dominio del comportamiento para incorporarse a él, todo esto con el uso imprescindible de la información, otorgándole así un valor educativo.¹²⁶ Por lo tanto la escuela se establece como el sitio idóneo para socializar los mensajes, sin embargo, cabe resaltar que la educación no solamente se da en la escuela, la educación se encuentra tomada de la mano con el aprendizaje y, al final, los procesos cognitivos de aprendizaje por medio de los cuales nos adueñamos del conocimiento requieren una interacción con el entorno, por ende, aprendemos interactuando con el entorno y no únicamente en los salones de clase.

Al momento de difundir y lograr una correcta socialización aparece lo que Sergio Lopez Ayllon menciona como *cultura de masas*, la cual da como resultado

¹²⁵ Uriarte, Eburne, op. cit., nota 122, p.189

¹²⁶ López-Ayllón, Sergio, op. cit., nota 75. p. 58.

la producción, distribución y difusión de una gran cantidad de mensajes, productos y estímulos informativos a través de todos los medios, señalando la realidad de un mundo informático impuesto al individuo y determinado por intereses comerciales y publicitarios suministrando un carácter uniformador al intentar establecer una escala de opiniones, conductas, valores y actitudes; supranacional pretendiendo que los poderosos cuenten con una presencia y validez universal; y monopólico al establecer a la industria de la comunicación como un gran negocio con tendencias a la concentración dando como resultado una *dominación cultural* por parte del poder.¹²⁷

Esto podría ser una de las mayores desventajas del proceso de difusión del conocimiento y la socialización del conocimiento por parte de la comunicación social, se crea tanto flujo de información que podría generar confusión si no se manipula de forma ética, organizada y claramente, para lo que Desantes menciona que la información, en cuanto desempeña la función de integrar socialmente a los miembros de una comunidad, se vierte así en factor político y el derecho habrá de corregir las desviaciones de la comunicación social en el cumplimiento de su función comunitaria.¹²⁸ El derecho de la información es el que tendrá la obligación por su parte de organizar íntegramente la función informativa, para lograr este orden social de la comunicación y no permitir que se generen agujeros negros informativos.

Actualmente es viable considerar que con los medios masivos de comunicación el ser humano contemporáneo se encuentra cada vez más expuesto a una mayor cantidad de mensajes que le proporcionan conocimiento y, fundamentalmente, valores y antivalores en el proceso de socialización, modelando su sensibilidad, pensamiento y moralidad con una tendencia a socializar dicho conocimiento lo más rápido posible.¹²⁹ Todo esto sin asegurarse de que dicha socialización sea congruente y apropiada, mientras más rápido se conozca la información y se adueñe de ella cada individuo es mejor, para lo cual el

¹²⁷ Ibídem pp. 62-63

¹²⁸ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 114, p.22

¹²⁹ Barrera, María et al., *Posmodernidad, ciencia y educación*, Bogotá, CEJA, 2002, p. 157.

entorno no se preocupa si se logra una correcta comprensión del mensaje que se envía.

Al alcanzar la correcta comprensión de la información, se puede decir que se logra una fase del aprendizaje, a lo que se le puede llamar conocimiento, cuando los individuos se adueñan de los conceptos y les otorgan funcionalidad, es el momento en el que se genera dicho conocimiento. Fernando Giner indica que existe una estrecha relación entre datos, información y conocimiento, sin embargo es útil aclarar que no se trata de lo mismo, las TIC transforman datos en información y sólo es posible tener conocimiento cuando se cuenta con información.¹³⁰ La difusión, divulgación y socialización de un mensaje cuenta con la finalidad de generar dicho conocimiento, contar con datos al azar, sin justificación, sin orden, no tendría ningún propósito establecido, es hasta que estos datos se convierten en información que se determina la función real de la misma la cual es ésta generación de conocimiento.

La difusión de la información implica la transmisión de ideas, el hecho de dar a conocer datos permite desarrollar más conocimiento, una idea puede ser la base para una acción, si las ideas y la información no se expresaran no existiría un flujo constante de contenidos y la evolución misma del conocimiento se vería limitada. La difusión informática socializadora, si así pudiera denominársele, tiene como objetivo el planteamiento de los mensajes dirigidos a grupos sociales específicos para que estos puedan adoptar actitudes hacia determinados contenidos impuestos comunitariamente que aseguren la sana convivencia, Philip Kotler menciona que el objetivo de las campañas de cambio social es la adopción de una idea o una práctica por todos los miembros de una población,¹³¹ y entonces podemos preguntarnos ¿No es la ley un lineamiento para adopción de prácticas sociales? La difusión del derecho es una de las condiciones esenciales para la aplicación efectiva del mismo.

Los objetivos de la divulgación son múltiples y en algunos casos,

¹³⁰ Giner de la Fuente, Fernando, *Los sistemas de información en la sociedad del conocimiento*, España, ESIC, 2004 pp. 11-12.

¹³¹ Kotler Philip y Roberto Eduardo L. *Marketing social*, Madrid, Díaz de Santos, 1992, p. 147.

contradictorios y pueden ir desde el conocimiento del universo hasta la participación política de los ciudadanos, lo cual le otorga una función completamente social.¹³² El conocimiento adecuado del acontecer científico es capaz de formar una conciencia colectiva que ordene limitaciones ético-morales de la sociedad; la difusión y la divulgación de la información ayudan a entender la posición de los seres humanos en el mundo, son un material directo para que se logre una comprensión de la naturaleza, de la historia, de la sociedad y la cultura, le ayuda a comprenderse interiormente como ser. El conocer el entorno permite la participación de toda la sociedad, mejorando la forma de interactuar con el medio y, por ende, eficientar el uso de recursos en la realización de tareas cotidianas, así, se crean nuevas formas de pensamiento, generando pensamiento innovador, permitiendo y despertando el interés de todos los participantes de la comunidad a saber más.

Desde el ámbito iusinformativo, Desantes menciona que cuando un elemento subjetivo agente se encuentra constituido por una o varias magistraturas u organizaciones, la difusión tiene una doble finalidad, la primera de ellas es la de monopolizar la función de autenticación de la norma, y la segunda función es ponerla en conocimiento, o al menos intentarlo, de todos aquellos que están sujetos a su obediencia. Desde este punto de vista nos indica que lo primero se logra normalmente mediante la publicación oficial, y lo segundo mediante la misma oficial publicación pero por parte de una difusión oficiosa o privada.¹³³ La información oficiosa se entiende entonces como aquella información pública que los entes obligados deberán difundir al público sin necesidad de solicitud directa, es decir, cada que una ley se crea se debe difundir de oficio por medio de la publicación de la misma.

José Vicente Mestre indica que se debe fomentar la difusión de los derechos, y que la mejor forma de hacerlo es a través de la educación, que entre sus objetivos principales se encuentra concientizar a la población de la necesidad

¹³² Calvo, Manuel, *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*, México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM, 2003. p.17.

¹³³ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 70, p.490.

de cumplir la ley y crear ciudadanos concienciados que cumplan sus elementos fundamentales y así, si las personas se encuentran educadas en derechos pueden exigir con mayor facilidad el respeto de los mismos por parte de los demás ciudadanos como de las autoridades, y de esta forma se vuelven menos vulnerables ante cualquier falta a la que se puedan ver afectados.¹³⁴

Es por esto que, con base en la socialización y la difusión jurídica, se debe hablar sobre la promoción de los derechos, esto, según Mestre, abarca tres dimensiones, la primera se refiere a dar conocimientos, es decir, a realizar actividades de información acerca de los Derechos y los mecanismos existentes para su protección; la segunda se encamina al fomento de valores, creencias y actitudes que sustenten dichos derechos; y la final habla sobre fomentar la adopción de medidas para defender los Derechos y evitar sus violaciones.¹³⁵ Si se toman en cuenta las acciones para la promoción y socialización de los derechos desde el ámbito educativo inicial se podría generar la conciencia cultural de una política democrática social.

La educación de los derechos no solamente es la unión de conocimientos teóricos acerca de la convivencia de la sociedad, se trata de un proceso de creación de los sujetos dentro de la comunidad política, convergiendo valores de reciprocidad como el respeto a los derechos humanos, al compromiso cívico, la responsabilidad ética, la libertad y un sentido de solidaridad,¹³⁶ lo cual permite la circulación de la información jurídica dentro de las aulas para asegurar el acercamiento al mencionado estado de derecho idealista para nuestra sociedad. En México la Formación Cívica y Ética se encuentra presente en el currículo de preescolar, primaria y secundaria, y se ubica en el campo formativo denominado Desarrollo personal y para la convivencia.¹³⁷ Por todo esto se habla de una ineludible necesidad de promover, socializar, difundir y publicar, aunque de

¹³⁴ MESTRE Chust, José Vicente, *La necesidad de la educación en derechos humanos*, Barcelona, UOC, 2007, p.42.

¹³⁵ *Ibíd*em, p.142.

¹³⁶ Rosanvallon, Pierre, *La consagración del ciudadano*, México, Instituto Mora, 1999, p. 122.

¹³⁷ Secretaría de Educación pública, *Plan de estudios 2011, Educación Básica*, México, SEP, 2011, disponible en <http://www.curriculobasica.sep.gob.mx/images/PDF/planestudios11.pdf>, consultado 10 de Julio de 2015.

manera imperante se debe definir correctamente el concepto de publicación, jurídicamente hablando.

3.2 Publicidad social vs publicidad jurídica.

Existen algunas confusiones cuando se tratan de conceptualizar los términos que se refieren a la distribución de mensajes, ya se ha hablado de algunos al principio de este capítulo, sin embargo, después de la concepción de difusión es necesario hablar de la publicidad, ya que existe una gran diferencia entre la publicidad comunicativa y publicidad jurídica; aunque, contradictoriamente, es posible encontrar ciertas similitudes que, una vez hallándolas, podrían encaminar una mejor intención de la publicidad legislativa en nuestro país.

Según el diccionario Espasa es el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender noticias o hechos. Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.¹³⁸ Francisco Gil Tovar considera a la publicidad como un dispositivo orientado a reclamar o llamar la atención de manera insistente y enérgica sobre un producto, un espectáculo o, en general, sobre algo con fines especialmente comerciales que reúne todo aquello que puede hacer vender: llamar la atención; tenerla; estimular las necesidades o crearlas; aprovechar los instintos naturales e impulsar los deseos; atacar por el blanco de los sentimientos; formular llamadas al arte, al patriotismo, a la vanidad personal, a los convencionalismos sociales, al amor, al esnobismo.¹³⁹

Hass menciona que la ciencia publicitaria tiene por objeto el estudio de los procedimientos más adecuados para la divulgación de ciertas ideas o para establecer relaciones de orden económico entre individuos en situación de ofrecer mercancías o servicios y otros susceptibles de hacer uso de tales mercancías o

¹³⁸Espasa, *Espasa Diccionario Enciclopédico*, Madrid, Espasa Calpe, 1995, p. 2509.

¹³⁹ Gil Tovar, Francisco, *Introducción a las Ciencias de la Comunicación Social: periodismo, relaciones públicas, publicidad*, Colombia, El Voto Nacional, 1967, p.23 -25.

servicios.¹⁴⁰ Enrique Ortega define a la publicidad como un proceso de comunicación de carácter impersonal y controlado que, a través de medios masivos, pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o institución, con objeto de informar, influir en su compra o en su aceptación.¹⁴¹ Y para David Ogilvy la publicidad no se trata de un arte ni contiene fines lúdicos, es un fuerte medio de información, el cual utiliza la persuasión para convencer sobre sobre su mensaje.¹⁴²

Así, podemos decir que la publicidad es aquella que presenta, promueve y divulga un mensaje a una masa, un público en general de los medios de comunicación, que, con el uso principal de la persuasión, intenta producir en los receptores una modificación de su comportamiento o de llamarlo a ejecutar una acción, todo esto con una intención primordialmente comercial. Por supuesto, la publicidad se encuentra encaminada a vender, sin embargo, considero que no puede basarse totalmente en este factor económico sobre un insumo lucrativo, ya que se estaría olvidando del sujeto inicial al que va dirigido el mensaje. Jacques Douce dice que la publicidad es para la sociedad un espejo de sí misma y, en cierta medida, un instrumento de cultura de masas, sin didactismo, naturalmente; contribuye a expresar y formar el gusto de un ambiente o una época; ayuda a promover y desarrollar determinados comportamientos de higiene, de cuidado, de confort, ciertos tipos de relación con los medios de comunicación, etc., contribuye a hacer la vida más agradable.¹⁴³

Para lograr el éxito de la publicidad debe existir una primordial que tenga como meta la comprensión total del mensaje, si no se logra una máxima comprensión de lo que se intenta mostrar se perderán compradores, y si estamos hablando de una base inicial pecuniaria, no es lo que más le conviene a los mensajes publicitarios, por ende, esta idea de que la publicidad no trata únicamente sobre la intención del mensaje, sino de los efectos del mismo y cómo los sujetos receptores son capaces de decodificarlo para comprenderlo, asimilarlo

¹⁴⁰ Haas, C. R. *Teoría, Técnica y Práctica de la Publicidad*, Madrid, Rialp, 1966, p.11.

¹⁴¹ Ortega, Enrique, *La comunicación publicitaria*, 2ª ed., Madrid, Pirámide, 1997, p. 387.

¹⁴² Ogilvy, David, *Ogilvy & Publicidad*, Barcelona, Folio, 1989, p.7.

¹⁴³ Jacques, Douce, *La publicidad*, Barcelona, Salvat, 1975, p. 86.

y adueñarse de la información que les proporcionan, puede dar una pauta importante a la producción de mensajes y la manera en que se distribuyen dentro de la sociedad en contextos jurídicos.

En los comienzos de la publicidad, los publicitarios se enfrentaban al reto de cambiar la manera en que la gente vivía sus vidas, los anuncios debían revelar a los consumidores la existencia de un nuevo invento y luego convencerlos de que sus vidas serían mejores si los utilizaban. Esos productos eran nuevos por definición, y eso bastaba para publicitarlos,¹⁴⁴ sin embargo, una vez que se daban a conocer, evidentemente dejaban de tener este carácter nato publicitario por ser novedosos y entonces es donde aparece una segunda fase de la publicidad, el mantener en auge la información inicial intentando que todas las personas la recuerden para que los productos pueda continuar en la mente de los sujetos.

Es conveniente hacer mención de otro elemento difusivo de la información, la propaganda, que se encuentra de la mano con la publicidad. La propaganda puede modificar patrones filosóficos, religiosos, políticos o sociales de una nación; puede llegar a transformar los esquemas de conducta de los individuos, la publicidad puede apoyarse de la propaganda para facilitar una difusión ideológica, pasando de ser informativa a ser sugestiva incitando a aplicar nuevos modelos conductuales.¹⁴⁵ Utilizando los recursos culturales que proporciona la propaganda, la publicidad puede obtener este carácter socializador que ya mencionaba anteriormente, apoyando a socializar los mensajes con elementos comunes del contexto donde se realiza.

Desantes se refiere a la propaganda desde sus orígenes etimológicos de procedencia latina, *propagare*, que en castellano significa propagar, propagación, propaganda, que se refiere a multiplicaciones generativas, lo cual no trata solamente sobre crear o transmitir vida, sino asegurarse de que el que la ha recibido sea capaz de retransmitirla, es decir, que cuente con una participación activa antes, durante y después del proceso. También hace mención sobre el

¹⁴⁴ Klein, Naomi, *No logo*, Barcelona, trad. de Alejandro Jockl, Paidós, 2001, p.34.

¹⁴⁵ Hidalgo Calvo, César, *Teoría y práctica de la propaganda contemporánea*, Chile, Andres belló, 1986, pp.44-45.

concepto que se maneja durante la Declaración final del Coloquio Publicitario celebrado en México en 1969, en donde se define como el conjunto de técnicas y medios de comunicación social tendentes a influir con fines ideológicos en el comportamiento humano.¹⁴⁶

Con estas referencias a la propaganda y la publicidad se puede argumentar la intención de generar participación en ambos casos, no únicamente de dar acceso a la información, sino hacer partícipe a los sujetos a los que va dirigida, que se genere la propia opinión mediante la deconstrucción de los mensajes, pero esta decodificación no se puede dar si el mensaje no se encuentra dirigido de forma clara, concreta y específica. Si la publicidad y la propaganda intentan persuadir a cambios ideológicos se requiere una claridad total en los mensajes que se construyen para lograr la eficacia en la intención deseada y así, como menciona Desantes, a través del convencimiento de la inteligencia, mover la voluntad para actuar y para convencer a otros a que actúen.¹⁴⁷

El carácter propagandístico del mensaje podría prestarse a interpretaciones negativas, en donde los destinatarios de la información publicitaria y propagandística podrían aparentar ser sujetos sin voluntad propia, elementos que únicamente se encuentren a merced de la ideología de quienes propagan la información. Considero que, cuando se trata de cuestiones legales, de información legislativa, de leyes directamente, no hablo de transferir una ideología personal y convertir a los receptores de los mensajes en simples ovejas siguiendo un rebaño, me refiero a socializar una idea objetiva o ¿acaso las leyes no intentan encaminar a una sana convivencia general? No es la transmisión de una ideología subjetiva de un único emisor, o al menos eso se intenta desde un punto de vista idealista, es la transferencia de una ideología general de una comunidad con principios universales que se encaminan a un estado de derecho.

Una vez que se logra esta convergencia entre la publicidad comercial y la propaganda surge lo que llamamos la publicidad social, María Cruz Alvarado

¹⁴⁶ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 114, pp. 215 -216.

¹⁴⁷ Ibídem p. 217

indica que la publicidad social es usada con objetivos meramente sociales y sirven a una entidad cuya finalidad última o razón de ser también es social, como podrían ser aquellas que se encargan de velar por el cumplimiento de los derechos humanos, y que por lo tanto, se encuentra exenta de otros intereses políticos o comerciales.¹⁴⁸ Algunos autores mencionan la publicidad social como *marketing social*, el cual Miguel Santesmases denomina como:

Una parte o aspecto particular del marketing no empresarial que persigue estimular y facilitar la aceptación de ideas o comportamientos sociales que se consideran beneficiosos para la sociedad en general o, por el contrario, trata de frenar o desincentivar aquellas otras ideas de comportamientos que se juzgan perjudiciales.¹⁴⁹

Kotler y Roberto indican que el *marketing social* es el diseño, implementación y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas sociales, implicando consideraciones de planificación, de producto, de precio, comunicación, distribución e investigación de *marketing*¹⁵⁰. Juan Benavides, catedrático de la universidad complutense de Madrid en su conferencia sobre principios deontológicos de la publicidad se atreve a asegurar que la publicidad contribuye directamente a la organización de conocimiento sobre la realidad, introduce nuevos valores que tienen que ver con el intercambio de objetos, servicios, relaciones entre los colectivos sociales e interpretación de las conductas y los acontecimientos¹⁵¹.

Por lo tanto nos enfrentamos a un factor adicional dentro de la publicidad, ésta debe ser veraz y autentica, formalmente hablando, los fines éticos de la información publicitaria, y más aún si se trata dentro de elementos sociales, Desantes menciona que “en la publicidad, además de ser información de hechos,

¹⁴⁸ De Andrés del Campo, Susana et al., *Otros fines de la publicidad*, Sevilla, Comunicación social, 2011. pp. 76-78.

¹⁴⁹ Santesmases Mestre, Miguel. *Marketing, Conceptos y estrategias*, Madrid, Pirámide, 2007, p. 898.

¹⁵⁰ Kotler, Philip y Zaltman, Gerald, “An approach to planned social Change”, *Journal of Marketing*, 1971, vol. 35, Enero, pp. 3-12.

¹⁵¹ Fernández del Moral, Javier et al., *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los profesionales de la Comunicación, ciclo de conferencias. 27 Febrero - 21 de Mayo. 2002*, Madrid, Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid, 2002, p. 146.

emplea una técnica persuasiva para conseguir resultados comerciales y, por tanto, lucrativos, la exigencia de verdad sea más rigurosa en la doble forma de veracidad y autenticidad”.¹⁵²

Ya que la publicidad social trata de modificar creencias, ideologías y cambiar actitudes, el proceso que sigue se da largo plazo, o por lo menos mayor que el de la publicidad comercial, pues dicha modificación se vuelve más profunda y compleja, por lo que deben emplearse diferentes y nuevos medios publicitarios. Actualmente y con el desarrollo tecnológico del internet y las redes sociales se crea un nuevo concepto que, aunque no tiene relación directa, se refiere al contexto de la difusión masiva de la información con enfoques sociales, el *Social Media Marketing*, que se refiere a la relación de las instituciones en las redes sociales. Se podría decir que la comunicación que mantienen los organismos por medio de las redes sociales solo trata de mantener un contacto referente a las relaciones públicas, sin embargo, en esta época, y por cómo ha ido evolucionando al parecer continuará por lo menos una década más, la publicidad social se ha desenvuelto de manera casi directa y personalizada por este medio al permitir una retroalimentación sujeto obligado-sujeto universal casi instantánea, lo cual nos refiere a otros dos elementos de la publicidad que forzosamente debe mencionarse en esta investigación, la publicidad institucional y la publicidad oficial, que, aunque ambas se refieren directamente al sujeto obligado, tienen conceptualizaciones diferentes.

Elisa Moreu menciona que en España, la Asociación Nacional de Empresas de Internet (ANEI) reconoce en un informe que la comunicación es un rasgo fundamental de la actividad de las instituciones públicas, necesaria para que las administraciones lleven a cabo de forma adecuada las funciones que tienen encomendada en defensa de los intereses generales y que contribuye decisivamente a la toma de conciencia por parte de la ciudadanía, de eficacia de las mismas. La publicidad institucional es un elemento más de la comunicación

¹⁵²Desantes Guanter, José María, *La función de informar*, Navarra, Universidad de Navarra, 1976, p. 194.

pública que sirve a los poderes públicos para intercambiar y compartir información de utilidad con los ciudadanos.¹⁵³

Así mismo, Moreu, indica que “la publicidad institucional – como las demás formas de comunicación pública- es un proceso de comunicación persuasiva porque tiene intención de influir. Y, además, estas acciones de comunicación persuasiva son las metas y objetivos de las organizaciones sociales”.¹⁵⁴ Con esta base me refiero a que la publicidad institucional es aquella que se mantiene al servicio de los intereses de los receptores, es la que genera una organización ya sea gubernamental o no gubernamental con el fin de darse a conocer y generar una imagen como institución *per se*, en el caso de las organizaciones gubernamentales dicha publicidad se crea para facilitar el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de los deberes con la intención de difundir información referente a la administración para exponer los servicios que se prestan y las actividades que se desarrollan.

La comunicación pública es el Componente del Control que apoya la construcción de visión compartida, y el perfeccionamiento del entramado de relaciones humanas de las entidades públicas con sus grupos de interés internos y externos, es decir, la interacción entre las personas y la realidad organizacional con el propósito de lograr que mensajes, datos, ideas y actitudes que apoyen el acercamiento de la entidad a los públicos que atiende y estos a su vez, faciliten el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

La publicidad institucional gubernamental es la base para poner en conocimiento de los pobladores a las dependencias hacia las que pueden dirigirse para el ejercicio de los deberes como ciudadanos, así como las actuaciones correspondientes cuando sus derechos se ven afectados. Mariola García la define como aquella que llevan a cabo las entidades cuyo control de la propiedad es público y se dedican a la organización de servicios comunes para la sociedad y la divide en publicidad informativa, que es la que se encuentra dirigida directamente al ciudadano; social, aquella que predispone positivamente a la sociedad a

¹⁵³ Moreu Carbonell, Elisa, *La administración anunciante*, Navarra, Comares, 2005, p. 35.

¹⁵⁴ *Ibíd.* p. 47.

desarrollar comportamientos éticos y publicidad autóctona que es la que pretende la difusión de un país como producto, es decir, aquella que va dirigida al turismo, resaltando los lugares de interés o productos más atractivos.¹⁵⁵

Elisa Moreu indica que la publicidad institucional tiene la intención de informar para que los ciudadanos estén en mejores condiciones de utilizar los servicios de la Administración y poder cumplir mejor sus obligaciones; favorecer el conocimiento de las leyes de forma rápida y a amplios estratos sociales; modificar comportamientos y actitudes sobre determinados aspectos sociales; crear, mantener y mejorar la imagen y destacar la existencia o notoriedad de una institución; favorecer la actividad de algunos sectores económicos como la agricultura o el turismo; conseguir, simplemente, dinero a través de loterías, quinielas y otras formas de juegos de azar, o mediante emisiones de deuda pública; y promocionar servicios que deben ser pagados por los usuarios¹⁵⁶.

Una vez que se ha puesto en conocimiento la información sobre las instituciones a las cuales se pueden dirigir los integrantes de una comunidad, cuáles son sus funciones, dónde se encuentran ubicadas, con qué objetivos éticos cuentan y todo el contenido que pudiera significar algo para los receptores es que se puede hacer mención del concepto de publicidad oficial. Sergio Lopez Ayllon indica que la publicidad oficial es la que realiza el gobierno para informar a la sociedad sobre sus actos y propósitos, se trata de información de carácter social que se convierte en obligación del gobierno para mantener informada a la sociedad sobre su actividad.¹⁵⁷

Adolfo Ruiz manifiesta que la publicidad oficial es aquella que consiste en la obligación impuesta a determinados organismos de dar publicidad a ciertos datos que son de interés común o que son precisos para el control de su actividad.¹⁵⁸ Se puede decir entonces, que la publicidad oficial es una de las principales herramientas del acceso a la información, pues su intención inicial es la

¹⁵⁵ García Uceda, Mariola, *Las claves de la publicidad*, 7a ed., Madrid, Esic, 2011, p. 75.

¹⁵⁶ Moreu, Carbonell Elisa, op. cit., nota 153, p. 197.

¹⁵⁷ López Ayllon, Sergio, *El derecho a la información*, México, Porrúa, 1984. p. 47.

¹⁵⁸ Ruiz de Velasco y del Valle, Adolfo, *Manual de derecho mercantil*, 3a ed., España, Comillas, 2007, p.160

de informar a la sociedad sobre temas de interés común que permiten una convivencia sana y estructurada. Dicha mediación de datos debe dirigirse de forma verás, oportuna y pertinente, una vez que la publicidad oficial cumple su objetivo de informar se podrá generar una noción por parte de la ciudadanía sobre el ejercicio de la democracia. La información que se debe poner a disposición es la información pública, que por definición se entiende como la información que todo ciudadano debe conocer.

La información pública es aquella en poder de los entes obligados contenida en documentos, archivos, datos, bases de datos, comunicaciones y todo tipo de registros que documenten el ejercicio de sus facultades o actividades, que consten en cualquier medio, ya sea impreso, óptico o electrónico, independientemente de su fuente, fecha de elaboración, y que no sea confidencial. Dentro de la información pública se encuentra la información oficiosa, la cual se encuentra a publicación de oficio, es decir, debe de ser publicada de forma inmediata sin que ninguna persona lo solicite. El artículo 6° de nuestra constitución indica que:

Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, órganos autónomos, partidos políticos, fideicomisos y fondos públicos, así como de cualquier persona física, moral o sindicato que reciba y ejerza recursos públicos o realice actos de autoridad en el ámbito federal, estatal y municipal, es pública.¹⁵⁹

La base de la publicidad oficial es poner en conocimiento la información pública, que es aquella referente a las instituciones encargadas, desde sus funciones y objetivos, pasando por la promoción de los derechos a los cuales debe proteger cada organismo, hasta los datos propios de la misma administración, como gastos, ingresos, plantilla, etc., es con base en esto es que puedo refirme al término publicidad que nos compete desde una perspectiva jurídica, la cual se manifiesta en el principio de máxima publicidad.

¹⁵⁹ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, op. cit., nota 37.

Retomando el artículo 6° constitucional que indica que la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, órganos autónomos, partidos políticos, fideicomisos y fondos públicos, así como de cualquier persona física, moral o sindicato que reciba y ejerza recursos públicos o realice actos de autoridad en el ámbito federal, estatal y municipal, es pública y la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad.¹⁶⁰

Entonces, se habla de una publicación total de la información que le pertenece al pueblo, exceptuando aquella que se clasificará como reservada temporalmente por razones de interés público y seguridad nacional. El principio de máxima de publicidad hace referencia directa al derecho de acceso a la información, el cual se encuentra establecido en ordenamientos mayores; en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos; en el ámbito interamericano se encuentra establecido en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966, igualmente en su artículo 19; dentro de la Convención Americana de Derechos humanos consumado en su artículo 13 y en nuestra constitución se encuentra señalado en el artículo 6° el cual indica que “El derecho a la información será garantizado por el Estado”, lo cual sugiere que los principales sujetos obligados son aquellos organismos pertenecientes al Estado y son estos mismos los que deben velar por que la publicidad de la información que tratan.

Las bases del principio de máxima publicidad se encuentran establecidas en el artículo 6° constitucional, basándose en el derecho de acceso a la información que garantizará el Estado, dichas bases se reflejan en las fracciones I, II y III que fundamentan este derecho y las fracciones IV, V, VI y VII establecen las normas instrumentales de su ejecución. Donde se establecen las garantías por parte del Estado como la especificación de los sujetos obligados, el término de posesión que faculta como obligación de dichas instituciones, las excepciones y limitaciones, así como la mención tácita del principio de máxima publicidad como

¹⁶⁰ Idem.

herramienta primordial asegurando el acceso y la rectificación de datos. Las bases operativas como el desarrollo de mecanismos de acceso, los órganos garantes y los valores en los que éstos deben basarse.¹⁶¹

Para manifestar éste principio también podemos sugerir la concepción de a lo que se refiere publicar, José María Desantes indica que publicar equivale a poner en conocimiento del público, en otras palabras, dar a conocer un mensaje a un conjunto determinado o indeterminado de personas, conocidas o no, informar y poner en manifiesto la información.¹⁶²

Con el acercamiento del principio de máxima publicidad al concepto de acceso a la información Lopez Ayllón hace referencia al derecho que tiene todo sujeto a ser informado, como un aspecto del derecho a la información basándose en las 2 primeras facultades interrelacionadas con las que cuenta, investigar y recibir información; el principio debe asegurar la facultad que se tiene a recibir informaciones, es un derecho que se refiere no únicamente a los sujetos como individuos, sino a los grupos sociales, a mantenerlos informados de los sucesos públicos y, en general, de todas las informaciones que pudieran afectarles en su existencia; con un fin específico de que el individuo oriente su acción y sea participe de la vida política de su comunidad.¹⁶³

Desde esta perspectiva se puede hablar de una pasividad dentro del proceso de comunicación por parte del receptor hacia la información que recibe basándose en este principio, ya que se trata únicamente de la exigencia hacia los sujetos obligados de entregar la información con la que cuentan, de mantenerla de manera accesible a la sociedad, para que ésta sea capaz de investigarla o simplemente tener el conocimiento de que se encuentra disponible. Sin embargo, no se establece de manera clara en dicho principio la forma estructural y fundamental en la que se debe publicitar dicha información. Según Orlando Viagras “este principio de publicidad de la justicia significa que el acceso sea realmente abierto a cualquier persona para que *Monsieur le Public* (según

¹⁶¹ INAI, *Reforma al artículo 6° constitucional que establece el acceso a la información pública como un derecho fundamental de los mexicanos*, México, INAI, 2007, pp. 24-33.

¹⁶² Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 72, p. 130.

¹⁶³ López Ayllon, Sergio, op. cit., nota 157, pp. 160-161.

expresión de Balzac) esté en condiciones de ejercer un control virtual sobre cómo se administra la justicia”.¹⁶⁴

Algunos Estados establecen ordenamientos locales que intentan delimitar la forma en la que la información debe difundirse para lograr una correcta comprensión de la misma, como el Estado de San Luis Potosí, que cuenta con un documento sobre lineamientos generales para la difusión, disposición y evaluación de la información pública de oficio que exige en su artículo 3° que la difusión de oficio deberá atender principios de máxima publicidad, simplicidad y rapidez, calidad, veracidad, confiabilidad y oportunidad.¹⁶⁵ Tanto la publicación como la información de oficio se refieren con mayor especificidad a las cuestiones tanto estructurales como de función de los organismos públicos, ya había hecho mención anteriormente que la publicación de nuevas reglamentaciones así como reformas se debe realizar de oficio, no obstante, en ningún espacio se hace referencia clara sobre cómo debe ser esta publicidad, cómo debe ser el acceso a las leyes.

Queda claro que es una obligación fundamental de los organismos poner en conocimiento la información pública, pero en todas las ocasiones, como ya lo había mencionado, el principio de máxima publicidad trata a los sujetos universales como entes pasivos, no se habla sobre la explicación de la norma, sobre los alcances de la publicidad, sobre el proceso cognitivo de entendimiento de la información que se proporciona, solo se sugiere el asegurar que sea accesible para todos, tratando de alcanzar una utópica universalidad informativa. Se siguen sin tomar en cuenta grupos vulnerables como los niños, los indígenas, personas analfabetas, personas con discapacidad, que, aunque existen leyes secundarias y específicas, el ordenamiento mayor no lo delimita ni generalmente. El alcance de la información y del principio de máxima publicidad y la universalidad subjetiva quedan cuartados cuando aparece la brecha tanto de acceso como de eficiencia.

¹⁶⁴ Consejo General del Poder Judicial, *Poder judicial y medios de comunicación*, Madrid, Lerko Print. 2003, p. 108.

¹⁶⁵ Lineamientos Generales para la difusión disposición y evaluación de la información pública de oficio, Diario Oficial de la Federación, 14 de Julio de 2011.

Desantes menciona que, en España, dentro del Código Civil se exige la forma material de publicación al decir que se entiende una vez hecha la promulgación de la ley el día en que termina su inserción en el Boletín Oficial del Estado, volviendo así, a la publicación un requisito de validez que se da para que produzcan efectos jurídicos las disposiciones de carácter general.¹⁶⁶ La mayor importancia que se le da al principio de máxima publicidad demuestra un discurso oculto, el cual le otorga mayor valor a la necesidad de aplicar la ley que a la necesidad de que se conozca y se comprenda, esto se puede comprobar con el principio *ignorantia iuris non excusat*, el cual indica que no se excluyen las sanciones e imposiciones legales por desconocimiento de la Ley, es decir, que si un ciudadano infringe la ley por desconocimiento, la ignorancia no lo exime de su sanción, así, nuevamente, se da mayor interés a la aplicación que al asegurarse que se conozca.

Para continuar con el principio de máxima publicidad, se debe incluir dentro de sus nociones el principio de transparencia el cual constituye una extensión del principio de máxima publicidad, la transparencia se interesa en mantener al poder público y su forma de actuación de forma visible para todos, permitiéndole al sujeto universal que observe, así como mostrando cómo opera. Para diversos autores el término transparencia resume el principio de publicidad de los actos del estado, acogido en la doctrina.¹⁶⁷ En México, el plan de Desarrollo 2001-2006, hace referencia a la transparencia en los siguientes términos:

El Ejecutivo federal actuará con transparencia en el ejercicio de sus facultades, por lo que los servidores públicos de la administración pública federal estarán obligados a informar con amplitud y puntualidad sobre los programas que tienen encomendados, en términos de logros alcanzados y recursos utilizados. Las decisiones gubernamentales tienen que ser transparentes, por lo que deberán estar abiertas al escrutinio público, con excepciones muy claramente definidas en relación con la seguridad de la nación. Esto debe realizarse mediante normas perfectamente definidas y conocidas tanto por los servidores públicos como por el conjunto de la ciudadanía, buscando evitar tanto los errores por desconocimiento

¹⁶⁶ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 70, p. 492

¹⁶⁷ Villanueva, Ernesto, *Derecho de la información*, México, Porrúa, 2006, p. 69

como las faltas ocasionadas por la mala fe o la deficiente actitud de quienes prestan un servicio público a la ciudadanía. Las reglas de acceso a la información gubernamental tienen que ser las mismas para todos los interesados en la actividad del gobierno. Informar de manera transparente y oportuna debe ser una constante en todas las dependencias de la administración pública federal.¹⁶⁸

Al finalizar este plan se habla de mantener a la ciudadanía informada así como la promoción del derecho de acceso a la información, en sus últimas líneas, la cita anterior habla de informar de forma transparente y oportuna, sin embargo, como todo principio, su contenido no se debe interpretar de forma literal, por lo que mi pregunta sería ¿En qué momento se considera oportuna y que momento no se considera oportuna la información? En mi opinión la información siempre cuenta con este carácter formal, siempre es oportuna, entonces se convierte en una propiedad poco plausible para desarrollar y llevar a cabo; por lo que se debería hablar sobre los métodos que se deben utilizar para mantener la información en constante movimiento y permitir que éste rasgo de oportunidad pueda desarrollarse fluidamente. Se debería tomar en cuenta dentro del principio de máxima publicidad, no únicamente la publicación que es a lo que se refiere si no la publicidad que se mencionaba al principio de este capítulo, publicidad no únicamente concibe la característica de hacer pública la información.

3.3 Difusión del derecho dentro de la LFPDPPP.

Como Desantes ya lo mencionaba en su trabajo de los mensajes en el *ius communicationis* de Francisco de Vitoria, la moderna doctrina del Derecho a la Información considera que el principio que rige la difundibilidad de los mensajes es el principio de generalidad: todo mensaje es difundible, salvo excepciones que vienen dadas por la armonización del derecho a la información con otros derechos naturales.¹⁶⁹

Hablando desde ámbitos internacionales el artículo VII de la e Declaración

¹⁶⁸ Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, Diario Oficial de la Federación, 30 de Mayo de 2001.

¹⁶⁹ Desantes Guanter, José María. op. cit., nota 100, p 197.

sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación de masas al fortalecimiento de la paz y la comprensión internacional, a la promoción de los derechos humanos y a la lucha contra el racismo el apartheid y la incitación a la guerra celebrada en Paris, Francia en 1978 indica que:

Al difundir más ampliamente toda la información relativa a los objetivos y los principios universales aceptados... ... los medios de comunicación de masas contribuyen eficazmente a reforzar la paz y la comprensión internacional, a la promoción de los derechos humanos y al establecimiento de un nuevo orden económico internacional más justo y equitativo.¹⁷⁰

Desde este punto de vista se puede observar que no solamente se trata de una publicación de la información, es conveniente la difusión y la promoción misma de los derechos, si lo que se quiere lograr es un mayor alcance en la socialización de la información, se requiere más que exclusivamente plasmar lo referente a ella en sitios oficiales y desafanarse de lo que su trabajo de comprensión conlleva.

Dentro del capítulo VI de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares se habla sobre las autoridades que se deben encargar de lo referente al manejo de la información, específicamente del INAI, en donde su artículo 38 menciona que el Instituto tendrá por objeto difundir el conocimiento del derecho a la protección de datos personales en la sociedad mexicana, promover su ejercicio y vigilar la observancia de las disposiciones prevista en la Ley y hace especial referencia a aquellas que se relacionan con el cumplimiento de obligaciones por parte de los sujetos obligados.¹⁷¹

Cabe resaltar inicialmente el concepto de difusión el cual no se trabaja desde el tenor que se mencionaba al inicio de éste capítulo, no se refiere a la teoría de la difusión de la innovación, únicamente se limita a manejar una

¹⁷⁰ Declaración sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación de masas al fortalecimiento de la paz y la comprensión internacional, a la promoción de los derechos humanos y a la lucha contra el racismo el apartheid y la incitación a la guerra, UNESCO, Francia, 22 de noviembre de 1978.

¹⁷¹ Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, op. cit., nota 45.

concepción básica de transmitir un mensaje a un número elevado de receptores, por lo que solo se refiere a dar a conocer la información. En segunda instancia se refiere a difundir el “conocimiento”; el conocimiento no se puede manifestar, es el resultado de la construcción analítica de cada ser humano, por lo que el conocimiento *per se* no se podría difundir, se puede divulgar la información para crear conocimiento. Este sesgo conceptual puede generar una de las principales confusiones al momento de realizar una interpretación inicial de la Ley.

Dentro de este mismo artículo se habla de la promoción del ejercicio de los derechos, como ya se ha mencionado antes, la promoción se encuentra encaminada a la adopción personal de manera socializadora de la información. La promoción de un derecho requiere la completa explicación del mismo, es decir, para que se logre la socialización de forma correcta es necesario que el receptor comprenda la mayor cantidad del mensaje, sin embargo, si dicho artículo habla únicamente sobre la difusión sin adentrarse a la explicación, decodificación o deconstrucción del mensaje para que éste sea comprensible, cualquier tipo de esfuerzo en la promoción no logrará su cometido.

Dentro de la Ley no se manifiesta la difusión de los procedimientos que se deben seguir para el ejercicio de los derechos de protección de datos, la base inicial para la comprensión de una actuación es la forma en la que éste debe llevarse a cabo, entonces, si los sujetos regulados no manifiestan cuales son los pasos a seguir al momento de que un sujeto universal desea ejercer sus derechos, se crea una barrera en la comunicación y la información no llegará en forma adecuada, o en su defecto, en los casos que el ciudadano ejerza su derecho a investigar, este conocimiento tampoco podrá formalizarse debido a la falta de información o a elementos que se encuentren publicados de forma inexacta, incomprensible o inaccesible de acuerdo al paquete cultural del sujeto que realiza la investigación.

Aunque existe el Reglamento de la ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares, el cual cuenta con la información procesal del trato de datos personales, éste se encuentra netamente dirigido a los

sujetos obligados, desde la redacción hasta el orden discursivo de la información. Si se habla sobre la promoción y la difusión deberían estipularse también instrumentos de evaluación en la comprensión de la información que se distribuye, ya que, nuevamente volvemos a la premisa en donde, si la información proporcionada no se comprende no se puede lograr una correcta asimilación y mucho menos llegar al nivel socializador que se desea de la información. El artículo 24 del Reglamento menciona que el aviso de privacidad deberá caracterizarse por ser sencillo, con información necesaria, expresado en lenguaje claro y comprensible, y con una estructura y diseño que facilite su entendimiento, sin embargo, el INAI creó un formato de aviso de privacidad que se aleja completamente de esta intención, lejos de ser claro, breve y conciso, crea más confusión de lo que explica, ciertamente cubre los lineamientos que exige la Ley y el reglamento incluyendo la información necesaria, pero no cumple con este carácter de claro y comprensible.

En última instancia, el artículo 38 de esta Ley hace hincapié a las disposiciones que se relacionan con el cumplimiento de obligaciones por parte de los sujetos obligados, es decir, a pesar de que se trata de una Ley cuyo principal elemento son los receptores, es decir aquellos sujetos de quienes será tratada su información, muestra tintes de preferencia hacia los sujetos obligados.

El artículo 39 de esta misma Ley en su apartado XI, menciona que una de las atribuciones del instituto es desarrollar, fomentar y difundir análisis, estudios e investigaciones en materia de protección de datos personales en Posesión de los Particulares y brindar capacitación a los sujetos obligados.¹⁷² Dicha información nuevamente le da mayor importancia a los sujetos regulados, es decir, designa una concepción tácita y directa a capacitación únicamente de entidades que manejen información y no a los sujetos a los que se les proporcionará la información referente a sus derechos.

Otra de las atribuciones que pueden crear sesgos en la información se encuentra establecida en el artículo 41 el cual indica que será la Secretaría de

¹⁷² Ídem.

Economía la que tendrá como función difundir el conocimiento de las obligaciones en torno a la protección de datos personales entre la iniciativa privada nacional e internacional con actividad comercial en territorio mexicano y en su artículo 43 le da la atribución de difundir el conocimiento respecto a la protección de datos personales en el ámbito comercial,¹⁷³ para lo cual surge una de las más grandes cuestiones ¿Por qué no se le otorga esta atribución a la dependencia creada exclusivamente para la difusión de esta información referente a la protección de datos?

Cuando existen dos entes encargados de proporcionar la misma información a un conjunto de receptores, se presenta una mayor posibilidad de tergiversar los datos suministrados, pues, como se ha mencionado antes en el proceso de comunicación, los elementos informativos de cada mensaje se encuentran plagados de subjetividad por parte de quien lo emite, así, cuando existen dos emisores tratando de proporcionar una información puede existir una gran posibilidad de discrepancia en enfoques comunicativos y por su puesto creará confusión en los sujetos a los que va dirigida la información.

Existen ordenamientos en Latinoamérica que especifican y dan formalidad a la promoción de los derechos, como la comunidad andina, constituida por Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, quienes cuentan con la Carta Andina para la Promoción y Protección de los Derechos Humanos, en donde se trabaja una conceptualización de difusión con una base en la promoción de los derechos, en donde se habla de promover participación de la sociedad civil en planes nacionales de acción y programas de los países integrantes, de fortalecer planes educativos y programas de educación en derechos humanos, así como asegurar que el Gobierno tenga la obligación de promover la democracia y defenderla, es decir, la difusión y socialización de los derechos humanos por parte de los entes federales para lograr un mayor alcancé en la publicación, divulgación y difusión de la información.¹⁷⁴

¹⁷³ Ídem.

¹⁷⁴ Carta Andina para la Promoción y Protección de los Derechos Humanos, Ecuador, 26 de Julio de 2002.

La Ley Federal de Transparencia y Acceso a la información Pública Gubernamental en su artículo 7° menciona que “el derecho de acceso a la información o la clasificación de la información se interpretarán bajo los principios establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los tratados internacionales de los que el Estado mexicano sea parte y la presente Ley”.¹⁷⁵

Considerando que dos de los tratados internacionales más importantes de los que el Estado mexicano es parte es la Declaración Universal de los Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, cuyos artículos aseguran la búsqueda, recepción y difusión de informaciones e ideas de toda índole puede plantear las siguientes preguntas para referirme a la importancia de carácter difusivo de la información, ¿no este proceso de búsqueda y/o recepción para después difundir se asemeja al proceso del método científico? Y si es así ¿El método científico no contempla el análisis y entendimiento de la información?, entonces, para poder dar una dirección más concreta es necesario tomar en cuenta la posibilidad de adecuar un texto adicional como el que contiene la Ley General de Educación en su artículo 2° el cuál dice literalmente:

La educación es medio fundamental para adquirir, transmitir y acrecentar la cultura; es proceso permanente que contribuye al desarrollo del individuo y a la transformación de la sociedad, y es factor determinante para la adquisición de conocimientos y para formar a mujeres y a hombres, de manera que tengan sentido de solidaridad social.¹⁷⁶

Para hacer una consideración más específica se podría establecer un proceso de difusión donde se hable de la deconstrucción discursiva de los mensajes previa a la publicación para poder transmitirlos de forma comprensible, no me refiero a una publicación exclusiva con estas características, sino a que su publicitación y difusión considere todos los grupos a los que va dirigida la información, tanto los grupos vulnerables como aquellos que se encuentran inmersos en el medio

¹⁷⁵ Ley Federal de Transparencia y Acceso a la información Pública Gubernamental, México, 16 de abril de 2015.

¹⁷⁶ Ley General de Educación, México, 13 de julio de 1993.

jurídico y cuentan con mayores elementos para la comprensión de dichas publicaciones.

Es necesario marcar una diferencia entre difusión de la información y acceso a la misma, la legislación del derecho de acceso no parece ser un fundamento concreto a la difusión, pues es necesario explicar lo que se informa para que se comprenda. Al final la difusión no solo implica la acción de dar a conocer la información, exige la deconstrucción del mensaje, la enseñanza misma del conocimiento que infiere la información.

CAPÍTULO IV CONCEPTO DE INFORMACIÓN EN LA LFPDPPP

4.1 Carácter formativo de la información.

Ya que ha quedado establecido el proceso y la forma por los cuales se transmite la información, hablando desde perspectivas comunicativas, jurídicas y hasta mercadológicas para generar un mayor entendimiento del flujo de éste insumo y su importancia para nuestra sociedad, llegamos al punto medular de ésta investigación ¿Qué es la información? ¿Deontológica y humanísticamente para qué funciona? ¿Qué genera? Y sobre todo ¿Por qué es importante?

Desde el inicio de este trabajo se han hecho mención de algunas definiciones de información, con bases teóricas integrales desde diferentes puntos de vista epistemológicos, para dejar más clara la conceptualización misma de información, Sergio Lopez Ayllón esclarece que no se trata de un sinónimo de noticia, publicidad o propaganda, sino que se trata del contenido de toda comunicación, considerada como un proceso social de gran complejidad e importancia a través de la cual los sujetos sociales retoman y estructuran los datos proporcionados por el medio para orientar su acción.¹⁷⁷

Ya se mencionaba también que para Desantes, quien se basa en el infinitivo latino *informare*, información se refiere a poner en forma, crear, dar forma, representar, presentar ordenadamente, asimila el concepto como la cualidad que tiene la realidad de ser organizada, de conservar un estado originario y la capacidad de organizar, clasificar en sistema y la capacidad de crear y aumentar la organización.¹⁷⁸ Gloria y Ana Areito la delimitan desde un sentido de mercancía de cambio, como un proceso mediante el cual alguien resulta informado, en donde se involucran emociones, estados de ánimo, predisposiciones, expectativas o

¹⁷⁷ López Ayllón, Sergio, op. cit., nota 157, p. 41.

¹⁷⁸ Desantes Guanter, José María, *Fundamentos del derecho de la información*, Madrid, Raycar, 1977, p. 25.

incluso química entre el informador y el informado; elementos que son decisivos en la respuesta cognitiva del receptor.¹⁷⁹

Antes de aventurarme a establecer un concepto formalizador de la información para esta investigación, me gustaría delimitar como con base en las nociones que se han planteado desde el principio de este trabajo, se puede encaminar a un término de información en donde se maneja como elemento mercantil de intercambio entre sujetos, el cual genera conocimientos y permite el desarrollo personal de los humanos desde una perspectiva individual hasta un ámbito de progreso comunitario.

Fernando Guiner asegura que la información se convierte en un factor a partir del cual se puede obtener conocimiento y es con ese conocimiento con el que se puede producir, fabricar, bienes o servicios o proceder a relaciones de intercambio de cualquier tipo y naturaleza.¹⁸⁰ Por lo que se puede considerar como un bien común que permite la transacción de ideas dentro de un medio social, si lo establecemos desde una función económica para el intercambio utilitario de datos, Sergio Lopez Ayllon indica que la importancia de la información cuenta con una repercusión tan importante para la humanidad que desde un ámbito económico se puede resaltar su inmersión, ya que en la economía inicialmente genera actividad para las organizaciones como elemento propio de producción, es decir, existen empresas que producen mensajes y son estos sus insumos de comercio; así mismo se utiliza como activo de almacenamiento, trasmisión y uso para toma de decisiones económicas, entiéndase como la materia prima para algunos organismos.¹⁸¹

El Derecho regula la convivencia social y permite resolver los conflictos interpersonales y la economía, por lo que el derecho y la economía no podrían estar separados, pues uno depende del otro, y a su vez se complementan. Desde la antigüedad la economía nace con principios éticos y deontológicos basados en

¹⁷⁹ Areito, Gloria y Areito, Ana, *Información, informática e internet: del ordenador personal a la Empresa 2.0*, España, Visión, 2009. p. 41.

¹⁸⁰ Guiner de la Fuente, Fernando, *Los sistemas de información en la sociedad del conocimiento*, Madrid, ESIC, 2004, p. 3.

¹⁸¹ López Ayllon, Sergio, *El derecho a la información*, México, Porrúa, 1984, pp. 42-44.

el derecho y la justicia, es decir, en lo justo del intercambio mercantil, en delimitar un precio justo para cada bien, y si nos referimos a la justicia de la información desde un ámbito de intercambio, es necesario delimitar la ética de la información, así como del informador y la acción misma de informar. Para que la información sea justa y recta, Desantes indica que el Derecho debe estar al servicio de la información como realizador de la justicia, debe hacer las cosas rectas o poner en forma rectamente o ser por definición lícita y correcta.¹⁸²

La ética intenta comprender y clarificar las relaciones que se generan en los seres humanos y su interacción, sus valores y sus normas morales que se entrelazan y se desarrollan en la comunidad para crear la vida social. La ética elabora y verifica afirmaciones o juicios, sentencias éticas, juicios morales o declaración normativa. Nos ilustra acerca del porqué de la conducta moral. Los problemas que la Ética estudia son aquellos que dependen del tipo de cultura y se suscitan todos los días. Según Rosental & Ludin, “la ética establece el código moral de la conducta, señala qué aspiraciones son dignas, qué conductas son buenas y cuál es el sentido de la vida”.¹⁸³

Entonces, la ética como la conducta socialmente aceptada, evalúa lo que determinado por la cultura es bueno, representa los elementos culturales básicos que caracterizan una sociedad en particular en un momento determinado de la historia. La Ética, como un factor que condiciona la conducta de los integrantes de una sociedad puede ayudarnos a entender el rol de la educación como agente institucional de socialización e interpretarla como expresión cultural contextualizada y como mecanismo de perpetuación social.

Cuando hacemos una reflexión de la ética en la información, tenemos que indicar que ésta nace con el surgimiento de las nuevas tecnologías en la información y la facilidad de manipular la misma de forma más rápida y con mayor alcance; al hablar de ella podemos referirnos al marco de trabajo, o sobre qué

¹⁸² Desantes, Jose Maria. op. cit., nota 110, p.21.

¹⁸³ Rosental, Mark y ludin, Pavel, *Diccionario filosófico*, Bogotá, Ediciones Nacionales, 1994, p. 159.

valores se basan los profesionales para cumplir sus funciones, desarrollar sus estrategias e incluso establecer sus políticas. Al hablar de principios éticos en la información podemos incluir los mencionados en la Declaración Universal de Derechos Humanos, los cuales son: el derecho a la libertad de expresión, el acceso universal a la información, especialmente aquella que pertenece al dominio público, el derecho a la educación, el derecho a la vida privada y el derecho a participar en la vida cultural.

Inmersos en una sociedad del conocimiento y la información es posible que puedan aparecer algunos riesgos como el uso indebido de los datos y el abuso de los mismos, Laudon Kenneth propone cinco principios morales¹⁸⁴:

1. Derechos y obligaciones de la información: ¿Cuáles son los derechos de los individuos y de las corporaciones acerca de la información sobre ellos mismos? ¿Cuáles son los medios lícitos para protegerla? Y ¿cuáles son las obligaciones que se tienen respecto de esa información?

2. Derechos de propiedad: ¿cómo se trasladan los conceptos clásicos de patente y propiedad intelectual a la tecnología digital? ¿Cuáles son esos derechos y cómo se protegen?

3. Responsabilidad y control: ¿Quién es responsable y quién controla el uso y abuso de la información de las personas?

4. Calidad de los sistemas: ¿Cuáles estándares de datos, información y programas de procesamiento deben ser exigidos para garantizar la protección de los derechos individuales y de la sociedad?

5. Calidad de vida: ¿Cuáles valores deben ser conservados y protegidos en una sociedad basada en la información y en el conocimiento? ¿Qué instituciones deben protegerlas y cuáles deben ser protegidas?

Para poder asegurar un acceso y uso adecuado de la información, debemos tener muy en cuenta los valores establecidos por la misma, si nos

¹⁸⁴ Laudon, Kenneth C. y Laudon, Jane P., *Sistemas de información gerencial, administración de la empresa digital*, México, Pearson Educación, 2008, p. 130.

encontramos en una era en dónde se encuentra establecido por constitución el acceso a la misma ¿No sería necesario que con base a términos éticos y deontológicos se diera este acceso? Mason habla sobre una fiabilidad de las tecnologías y sus resultados, es decir que cada sujeto pueda confiar en que la información que se encuentra utilizando las nuevas tecnologías será la que busca y será confiable; propiedad intelectual de la información gestionada por la tecnología, en donde toda persona que haga uso de las nuevas tecnologías ya sea para promocionar, manipular, dar a conocer o mantener sus obras pueda asegurar que no habrá posibilidad de plagiar su trabajo y se reconozca su autoría; la privacidad de los datos procesados, con lo cual toda información que requiera ser mantenida en resguardo pueda permanecer así; y por último la accesibilidad a los recursos tecnológicos,¹⁸⁵ que en nuestro país sería el principio ético al cuál se le debería dar mayor peso, ya que para lograr una igualdad informática se debería lograr una accesibilidad total a estos recursos por parte de toda la sociedad.

Si trasladamos esta responsabilidad al ámbito cultural sería arriesgarse por una diversidad informativa y cultural que permitiría que las próximas generaciones tengan acceso al mismo acervo cultural que hemos heredado. Por ello tomando en cuenta los valores humanos es imprescindible mantener un acervo cultural con información congruente y correcta, que no se encuentre manipulada ni modificada.

La información, entonces, como elemento humano se encuentra sujeto a bases éticas para su correcto uso, los elementos deontológicos de éste insumo se puede establecer desde un enfoque jurídico dirigiéndonos a la corriente que se refiere a estos derechos humanos de cuarta generación, el humanismo.

La cultura humanista se ha apoyado desde siempre en premisas respecto del hombre, podemos sugerir que intenta buscar la trascendencia y permanencia del ser humano como especie y como comunidad. Se trata entonces de una disciplina antropocéntrica en la cual el hombre debe desarrollarse con base al

¹⁸⁵ Mason, Richard O., "Four ethical issues of the information age", *Management Information Systems Quarterly*, 1986, Marzo, vol. 1, num. 10, disponible en <http://www.gdrc.org/info-design/4-ethics.html>, consultada 1 de Agosto 2015.

bienestar humano. La Real Academia de la Lengua lo define como: “Movimiento renacentista que propugna el retorno a la cultura grecolatina como medio de restaurar los valores humanos. Doctrina o actitud vital basada en una concepción integradora de los valores humanos”, para lo cual encontramos una palabra crucial para hacer una relación *valores*, es decir, el humanismo es aquella corriente que tiene como principal objetivo basarse en los valores humanos establecidos por cada sociedad.

Cuando hablamos de bienestar humano, no podemos dejar de involucrar a los valores humanos entendiendo que son aquellos bienes universales que pertenecen a nuestra naturaleza como personas y que, en cierto sentido, nos humanizan, ya que mejoran toda nuestra condición de personas y perfeccionan nuestra naturaleza humana. En sentido humanista, se entiende por valor lo que hace que un hombre sea tal, sin lo cual perdería la humanidad o parte de ella. El valor se refiere a una excelencia o a una perfección. Por ejemplo, se considera un valor decir la verdad y ser honesto; ser sincero en lugar de ser falso.

En este sentido el humanismo con la intención de asegurar la permanencia del ser humano, basándose en valores, presenta tintes de poder, ya que se sabe que para aceptar este humanismo se debe tener en cuenta que el humano es humano solo en la diferencia, es decir, para lograr esta especificad, se deben considerar los contrastes entre uno y otro, y habiendo contrastes se acepta una subordinación que ya marcaba Darwin al querer demostrar que debido a estas mismas diferencias existen sujetos más aptos que otros. Así mismo para lograr un bienestar dentro de una sociedad es necesario hablar de un estado social o de bienestar, en donde se reconocen los Derechos humanos creándose el Estado moderno en donde la soberanía reside en el pueblo, es aquí, donde los más aptos son aquellos que dirigen la comunidad para encaminarla a alcanzar este estado de bienestar, aquellos que tienen el poder.

Michel Foucault entiende el humanismo como “el conjunto de discursos mediante los cuales se le dice al hombre occidental: «si bien tú no ejerces el poder, puedes sin embargo ser soberano. Aún más: cuanto más renuncies a

ejercer el poder y cuanto más sometido estés a lo que se te impone, más serás soberano»¹⁸⁶. Debemos tener presente a la verdad por medio de la cual nos constituimos como sujetos de conocimiento, nuestra relación con el poder a través de la cual nos conformamos como sujetos que actúan sobre los demás y, nuestra relación como personas con la ética por medio de la cual nos componemos como sujetos morales. Si se desea lograr el bien común del ser humano es necesario alcanzar la verdad con principios éticos, lo cual se debe tener muy presente cuando hablamos de manejo de la información, pues, como lo indica Desantes, “la comunicación de ideas, hechos y juicios constituye la información, Información que, normalmente, nunca es pura. Es muy difícil que haya una información que sea pura comunicación de hechos, o que sea pura comunicación de ideas, o que sea pura comunicación de juicios”¹⁸⁷.

Comprendiendo que la información cumple una función basada en valores éticos y morales es importante recordar que, como dice Van Dijk, los hombres son individuos sociales: no solo hablan para expresar sus conocimientos, deseos y sentimientos, no solo registran pasivamente lo que otros dicen, sino que, sobre todo, hacen que la comunicación tenga lugar en una interacción social donde el oyente, mediante la enunciación, el texto, pretende ser influido de alguna manera por el hablante.¹⁸⁸ Al emitir un texto realizamos un acto social, es decir, Informamos, se requiere de la información como elemento vital para la interacción social. Informar y transmitir el propio conocimiento, por su parte, el receptor, obtiene algo a cambio a modo de juicio, ya sea por medio de la persuasión, la asimilación o el simple entendimiento el destinatario realizará un proceso cognitivo que le permitirá generar conocimiento propio y nueva información.

La información es elemento por el cual el ser humano adquiere conocimientos y una vez adquiridos estos conocimientos generar la posibilidad de ponerlos al alcance de otros, fomentando una situación social llamada comunicación. Esta operación racional se considera el hecho de informar.

¹⁸⁶ Foucault, Michel, *Estrategias de poder*, Barcelona, Paidós, 1994, p. 34.

¹⁸⁷ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 152, p. 174.

¹⁸⁸ Van Dijk, Teun A, op. cit., nota 101, p. 21.

Desantes delimita el concepto desde su raíces latinas *in formare*, es decir, poner en forma, lo cual se atribuye a poner en forma los mensajes para que puedan ser transmitidos por los medios de comunicación, en donde toda operación informativa tiene el fin de difundir algo.¹⁸⁹

La Real Academia de la Lengua estable seis acepciones a la definición de informar, sin embargo, para lo que compete a esta investigación podemos tomar dos de ellas; la primera la delimita como dar forma sustancial a algo y la segunda se refiere a formar, perfeccionar a alguien por medio de la instrucción y buena crianza. Es importante mencionar ambas definiciones ya que si nos referimos a la información como un elemento vital para el desarrollo del ser humano, si mencionamos que la información transforma, educa y genera conocimiento, la transmisión de esta información o informar puede dar forma al contexto social; ya se mencionaba antes cuando Desantes se refería jurídicamente a que la comunicación ordenaba a la sociedad, pues es con base en esta forma sustancial que se le otorga su mayor importancia a la información al momento de transmitirla. Si la comunicación crea un orden social, es por medio de la información que se puede alcanzar este orden.

Tomemos como ejemplo una institución pública, cómo puede lograr una correcta organización, ordenando toda la información que maneja, aunque su insumo principal no sea la información en sí, requiere de una ordenación adecuada para mantener en pie su estructura, y es por medio de la comunicación interna de esta información es que se puede lograr crecimiento y alcance de metas. Sin embargo, aunque se lograra una correcta distribución informativa, no se alcanzaría la intención deseada si no se informaran de manera adecuada las intenciones dispuestas.

“La información no surge por generación espontánea, sino que debemos obtenerla. Para ello, debemos considerar que los datos son la materia prima de la información. Y es que frecuentemente ambos, los términos datos e información, se

¹⁸⁹ Desantes, Jose Maria. op. cit., nota 110, p.12

emplean de manera indistinta”.¹⁹⁰ Ya ha quedado clara esta diferencia, sin embargo, ambos elementos son vulnerables a informarse, es decir, ya se ha explicado que un dato es un elemento desagregado de la información, es por medio de datos individuales que se crean los campos informativos, el conjunto de datos permite crear elementos susceptibles a informarse.

A diferencia de los datos, la información tiene sentido, en sí misma tiene forma o se encuentra organizada con algún propósito. La relación entre datos e información se presenta cuando los datos se convierten en información debido a que se les añade sentido al contextualizarlos, categorizarlos, calcularlos, corregirlos o condesarlos.¹⁹¹ Una vez que se informan los datos, se convierten en información, debido a que se construye cognitivamente una idea, es decir, el receptor al que se le han proporcionado dichos datos los asimila, los combina y les da sentido para crear su propia información y así se convierte en conocimiento.

Jean Piaget hablaba sobre algunos principios de desarrollo: el esquema, la adaptación, la asimilación y la acomodación. Él mencionaba que como sujetos cognitivos en el proceso de aprendizaje realizamos inicialmente un esquema como una ficha de trabajo mental que le indica al individuo cómo reaccionar ante un estímulo o la información entrante, es decir, asociar experiencias esquematizadas para reaccionar ante una situación. Esto, utilizando el principio de adaptación, indica que los sujetos se adaptan de acuerdo a la necesidad que el entorno les plantea, asimilando los componentes que aparecen, lo cual se refiere a incorporar nueva información a los esquemas existentes, acomodando los datos, o modificándolos después de asimilarlos, con el fin de ser capaz de lograr una correcta comprensión.¹⁹²

El conocimiento deriva de la información como ésta deriva de los datos, aunque son los humanos los que hacen todo el trabajo para que esta

¹⁹⁰ Areito Gloria y Areito Ana, *Información, informática e internet: del ordenador personal a la Empresa 2.0*, España, Visión, 2009. p. 43.

¹⁹¹ Valhondo, Domingo, *Gestión del conocimiento, del mito a la realidad*, Madrid, Diaz de Santos, 2002, p. 49.

¹⁹² Tuckman, Bruce W. y Monetti, David M. *Psicología educativa*, Australia, CENAGE Learning, 2011, pp. 46-47.

transformación tenga lugar mediante una comparación, medición de consecuencias, conexión de datos y socialización de la información adquirida.¹⁹³ Si no existiera el flujo de información, la interacción de informaciones entre sujetos, no existiría la posibilidad de generar conocimiento, ya que, el conocimiento es el desarrollo en manejo de la información, es por medio de ésta el conocimiento puede ser transmitido. Como las teorías de desarrollo humano lo mencionan, para que los sujetos logren un desarrollo se requiere forzosamente de la interacción con el entorno, como el desarrollo motriz, para alcanzar un máximo desempeño de los músculos de las piernas en la niñez, ineludiblemente es necesario interactuar con el medio o de lo contrario será más complicado lograr ponerse de pie.

Foucault menciona que lo que permite acceder a lo verdadero es el conocimiento y únicamente el conocimiento,¹⁹⁴ Luis Villoro conceptualiza al conocimiento como “un estado disposicional a actuar, adquirido, determinado por un objeto o situación objetiva aprehendidos, que se acompaña de una garantía segura de acierto”.¹⁹⁵ Toda la información que recibimos en el día a día es almacenada en nuestra memoria, todos los datos a los que los seres humanos se encuentran expuestos crean un conocimiento que puede ser adquirido o aprehendido, y se puede considerar conocimiento cuando esta información almacenada se utiliza, esto quiere decir que no toda la información que se encuentra en nuestra memoria es considerada como conocimiento, este adquiere tal definición cuando se hace uso constante o específico en diversas situaciones.

Esta base del conocimiento puede parecerse a lo que Howard Gardner en su teoría de las inteligencias múltiples se refería cuando mencionaba que no se trata de qué tan listo eres, sino cómo eres listo. La importancia de la información radica en el momento en el que se vuelve conocimiento, es decir, en el instante en el que se asimila como tal, en el que se convierte en un aprendizaje significativo, el cual se refiere a aquel que necesariamente tiene significado para el sujeto, no

¹⁹³ Valhondo, Domingo, op. cit., nota 191, p. 50.

¹⁹⁴ Foucault Michel, *Hermenéutica del sujeto*, Madrid, De la piqueta, 1994, p. 40.

¹⁹⁵ Villoro, Luis, *Creer, saber, conocer*, 18ª ed., México, Siglo veintiuno, 2008, pp. 220-221.

solo aquel que representa palabras o frases o simples datos ajenos a su interés, si éstos carecen de sentido, no sólo se olvidarán fácil y rápidamente sino que no se pueden relacionar esquemas previos y no se podrá aplicar a la vida diaria.¹⁹⁶

El conocimiento es el que permite al ser humano actuar, le otorga medios intelectuales para tomar decisiones; la resolución de problemas no sería posible sin la asimilación de información, el aprendizaje significativo de la información le permite a las personas hacer uso de conocimiento personal para tomar participación dentro de su entorno. Dirijámonos a contextos educativos, si ya he mencionado que el conocimiento se puede adquirir, este medio es el ideal para la adquisición de los mismos, ¿de qué manera se podría resolver un planteamiento dentro de aula si no se han proporcionado elementos informativos previos para dar respuesta? Se podría intentar argumentar una contestación, sin embargo, y muy probablemente, sería incorrecta.

Es innegable establecer que la información tiene una función formativa inherente por naturaleza, la información estimula las relaciones en conjunto, es la que se encarga de crear lazos entre individuos y por medio de ella la generación de conocimiento permite la transformación y evolución del ser humano. Si nos referimos a un conjunto comunitario, es la que se encarga de mantener la armonía social (o destruirla).

Van Dij asegura que por medio del conocimiento es posible lograr un control de la mente, por medio del discurso y la comunicación, pues menciona que los receptores tienden a aceptar las creencias (conocimientos y opiniones) transmitidas por fuentes que son consideradas autorizadas, fidedignas o creíbles, tales como académicos, expertos, profesionales o medios de comunicación de su confianza, y como en muchas ocasiones los receptores no poseen el conocimiento y las creencias necesarias para desafiar los discursos se quedan con la información que se les proporciona.¹⁹⁷

¹⁹⁶ Mendez, Zayra, *Aprendizaje y cognición*, Costa Rica, UENED, 2006, p. 91.

¹⁹⁷ Van Dijk, Teun A, op. cit., nota 104, pp. 162-163.

La información es tan importante dentro de un contexto social que se ve reflejado en el hecho de que pocas personas tienen la libertad total de decir y escribir lo que quieran, dónde y cuando quieran y a quien quieran; la mayor parte de la gente tiene empleos en los que se les obliga a producir tipos específicos de discursos escritos o hablados. El control no sólo se ejerce sobre el discurso entendido como práctica social, sino que también se aplica a las mentes de los sujetos controlados, es decir, a su conocimiento, a sus opiniones, sus actitudes y sus ideologías, así como a otras representaciones personales y sociales.¹⁹⁸

Es por esta situación que la información se mantiene contralada en núcleos de poder, puesto que se puede manipular a comunidades enteras con simples datos informativos. Mientras menos información se comprenda mayor será la ignorancia y si nos referimos a medios jurídicos, la pregunta más importante sería ¿por qué las entidades públicas encargadas de socializar la información referente a los derechos humanos no se preocupa porque los sujetos a quienes va dirigida la comprendan?

Nos encontramos tan plagados de éste elemento, la información, que actualmente se puede hacer mención de una sociedad del conocimiento, una sociedad de la información, a la cual algunos autores la definen como “aquella sociedad que ordena, estructura su funcionamiento (modo de vida, forma de relaciones, modo de trabajo, etc.) en torno a las tecnologías de la información y la comunicación y convierte a la información en un factor de producción, intercambio y conocimiento”.¹⁹⁹

Luis Escobar de la Serna hace referencia a la sociedad de la información como la era en la que vivimos, en donde, al estar en continua evolución se pasa a un nivel posterior; la era de la revolución digital que multiplica la cantidad, calidad y velocidad con la que se transmite la información, se puede manejar más información en menos tiempo y menos espacio. Menciona que otra característica de ésta sociedad es que ha convertido a la información en un mecanismo de distribución de poder, para lo cual asegura que si la información es poder, ya

¹⁹⁸ *Ibíd*em p. 30

¹⁹⁹ Guiner de la Fuente, Fernando, *op. cit.*, nota 180, p. 4.

nadie podrá monopolizarlo. La era digital ha acelerado el proceso de globalización e impulsado la innovación, en donde se maneja la premisa general: la globalización del mundo es por sí misma una sociedad de la información en la cual la sociedad de la información converge con la sociedad mediática tratando, en su totalidad, de obtener y compartir información e implícitamente utilizarla.²⁰⁰

El conocimiento debe estar orientado a un desarrollo social que posibilite y genere un desarrollo personal y en conjunto de un ámbito de mejor calidad de vida. Facilidad de servicios de salud, educación, participación, etc. Se necesitan ciudadanos más preparados, más informados y más formados.

El concepto sociedad del conocimiento ocupa un lugar básico en lo que respecta a las ciencias sociales así como en la política. Se trata de una concepción que aparentemente resume las transformaciones sociales que se están produciendo en la sociedad moderna y sirve para el análisis de las mismas. De igual manera, ofrece una visión del futuro para guiar normativamente las acciones políticas. Sin embargo, ha tenido una adaptación desigual en las diferentes áreas lingüísticas concurriendo también con otros términos como son: sociedad de la información y sociedad red.

La sociedad del conocimiento requiere profesionales formados y que muestren habilidades para resolver problemas e ideas para la toma de decisiones; capaces de comprender, modificar y producir mensajes diversos; desarrollar el pensamiento abstracto, analogías; tomar iniciativa en la búsqueda de soluciones y criterios, además de adaptarse a los cambios, esto lleva a considerar un primer planteamiento; la elaboración de un proyecto de tesis no es una tarea fácil, los estudiantes dadas sus limitaciones la consideran una labor muy difícil. Sin embargo, las relaciones que construye el ser humano en su condición de ser social pueden ser vistas, analizadas y estudiadas en su totalidad, aunque en la mayoría de los casos, como relaciones de poder, sobre todo en el llamado proceso enseñanza aprendizaje

²⁰⁰ Escobar de la Serna, Luis, op. cit., nota 76, pp. 36-37.

En este proceso es imprescindible implicar, desde una perspectiva amplia e integradora, a todas las relaciones y sus actores sociales: administraciones públicas, centros educativos, asociaciones, sindicatos, universidades y medios de comunicación.

El principio de la sociedad de la información se versa sobre todo en los aspectos tecnológicos y sus efectos sobre el crecimiento económico y el empleo. Esta discusión tiene como punto de partida la consideración de que la producción, la reproducción y la distribución de la información es el principio constitutivo de las sociedades actuales. Sin embargo, tanto en el ámbito de las ciencias sociales como en el ámbito político, se observa que el término de sociedad de la información, tiende a ser reemplazado por el de la sociedad del conocimiento lo que implica un cambio conceptual, o sea, pasar de ser meramente información al producción de conocimiento considerándolo como principio estructurador de la sociedad moderna y resaltando su importancia para la sociedad actual, para los cambios en la estructura económica y en los mercados laborales, para la educación y para la formación

Otra noción alternativa es la de la sociedad red, promovida por Manuel Castells. Se trata de un concepto que entrelaza la sociedad de la información y la sociedad del conocimiento. Se marcan diferencias respecto a la sociedad de la información, distinguiendo entre información e informacional. Información, es decir comunicación del conocimiento, ha sido, según Castells:

El término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este periodo histórico.²⁰¹

La sociedad del conocimiento no está solamente caracterizada por la ampliación del conocimiento verificado sino también por el creciente conocimiento del no-conocimiento y las incertidumbres y las inseguridades producidas por ello.

²⁰¹ Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.1 La Sociedad Red*, Madrid, Alianza Editorial, 1996, p.47.

El conocimiento en general y más específicamente el conocimiento de los expertos es sometido a un proceso de reflexión y revisión continua, y de esta forma las reglas y las suposiciones de la sociedad se ponen cada vez más a menudo en conflicto. Las sociedades del conocimiento se distinguen por poner a disposición de cada vez más actores nuevas y más amplias opciones de acción, y al mismo tiempo por la creciente puesta en duda de las estructuras de acción generalizadas y homogeneizadas, es decir ningún tipo de conocimiento está acabado, siempre hay situaciones por construir.

En una sociedad del conocimiento se deterioran las estructuras reguladoras de forma más rápida y este tipo de sociedad está caracterizada por el desarrollo de nuevas reglas. Por lo tanto, las sociedades del conocimiento ganan en estabilidad, pero también en inseguridad y fragilidad, debido a los cambios y transformaciones que las mismas sociedades viven. En las sociedades del conocimiento no se constituyen necesariamente unidades sociales e intelectuales homogéneas, sino que ellas son caracterizadas por la existencia paralela o conjunto de diferentes formas de organización y pensamiento social, este hecho es lo que las hace aún más ricas y enriquecedoras.

Una sociedad del conocimiento no es necesariamente más igualitaria que la sociedad industrial. Teniendo en cuenta, que la sociedad del conocimiento sigue estando, según los diversos analistas, dominada por los principios básicos del capitalismo, se prevé que se seguirán reproduciéndose las desigualdades sociales y se producirán nuevas desigualdades, pero con tendencias a transformaciones a favor de la propia sociedad del conocimiento. Por lo tanto, sería más conveniente hablar de un capitalismo de conocimiento o economía del conocimiento, teniendo en cuenta que los principios básicos de las sociedades avanzadas siguen siendo la acumulación de capital y que se pretende someter la generación y el uso del conocimiento a las reglas del mercado.

4.2 Concepto de información dentro de la LFPDPPP.

Para poder analizar el concepto que nos compete dentro de una Ley específica, se puede valer de las nociones del derecho comparado, por lo que comenzaré mencionando cómo se maneja el concepto dentro de nuestra Ley suprema, La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. El Artículo 3° párrafo IX inciso C, es en donde se puede localizar inicialmente la palabra "información" la cual forma parte de la indicación de una obligación por parte del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación, donde se indica que es su deber generar y difundir información, así como emitir, con base en ella, directrices que sean relevantes para contribuir a las decisiones tendientes a mejorar la calidad de la educación y su equidad, como factor esencial en la búsqueda de igualdad social.²⁰²

Es interesante observar cómo el primer momento en el que aparece el término dentro del discurso al cual se refiere nuestra máxima Ley es el artículo que garantiza la educación en nuestro país, a lo cual podemos referirnos en la importancia que se puede sugerir de la información para nuestro sistema político y legislativo, la importancia del elemento para nuestra sociedad en sí misma. Se menciona dentro del apartado que se utilizará la información como directriz para mejorar la calidad y equidad de la educación como factor de igualdad, ya mencionaba Escobar de la Serna que la información como poder permitirá la equidad y evitará la monopolización del poder, por lo que esto le puede dar sentido a esta idea de crear estándares igualitarios de la sociedad descentralizando el poder. Otro punto importante a mencionar es cómo se plantea a la información como elemento para la mejora de la educación, aparece el planteamiento de la información como formadora de conocimiento.

Sin embargo, y contradictoriamente, más adelante en el artículo 6° del mismo documento es donde se plantea de forma más precisa el concepto de información, se mencionan las facultades del derecho de la información y se

²⁰² Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación. 5 de febrero de 1917.

sugiere un establecimiento del término como insumo, no como elemento formador. Nuestra Carta Magna en este artículo se olvida completamente de lo que menciona en el artículo 3° y deja de señalar a la información como generadora de conocimiento para convertirla en utilidad comercial, en objeto de transacción, en elemento de intercambio entre organismos, y así finaliza otorgándole la misma característica, no vuelve a hacer mención de ella como elemento vital para el desarrollo.

El artículo 3° de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares contempla el término de datos personales, a los cuales les otorga el sinónimo de información concerniente a una persona física identificada o identificable, más adelante y en los subsecuentes artículos hace referencia a información crediticia, información relativa al incumplimiento de obligaciones, información que se refiera a identidad del responsable, finalidad del tratamiento de datos, medios para ejercer derechos ARCO, entre otros.²⁰³

En este caso es sobresaliente la definición que se plantea del término información desde la Constitución, me parece determinante como precursor de continuidad en el significado que se le otorgará en otras leyes, como lo es en la LFPDPPP. Debido a que la Ley a la cual nos referimos trata sobre la protección de datos personales, la cual se refiere a garantizar el buen uso de la información relativa a una persona antes y después de que ésta sea revelada a un tercero, ya que el dato revelado no se trata de un dato público y no puede circular libremente, porque el poder jurídico de disponer y controlar en todo momento el uso y circulación de ese dato pertenece por completo a su titular, el derecho fundamental a la protección de datos constituye exclusivamente un derecho al control sobre su publicidad. La base general de éste derecho trata directamente sobre el manejo de los datos como insumo, ni siquiera sobre su importancia como creadora de conocimiento personal.

Desde que se estable constitucionalmente una idea, aunque vaga, de a lo que se refiere información en el derecho de la información Desantes coloca la

²⁰³ Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares, Diario Oficial de la Federación, 5 de julio de 2010.

posición del receptor dentro de éste y lo establece como un derecho pasivo; no como una libertad de hacer, sino únicamente de recibir, indica que éste le confiere al hombre una especie de crédito de información para hacerlo valer frente a la comunidad.²⁰⁴ La Constitución Mexicana delimita una importancia esencial de la información para la convivencia, sin embargo, no mantiene un reflejo de ésta intención, ni siquiera la Ley General de Educación mantiene esta línea, en ella podremos encontrar al conocimiento como generador de sentido social, pero no a la información como generadora de conocimiento.

La Ley se refiere principalmente a la información como materia prima comercial, en donde sirve como elemento susceptible de transferencia únicamente, como el elemento con el cual las empresas puedan generar utilidades, ciertamente está delimitado como un elemento primordial, pero desde un punto de vista económico y utilitario. Después, se concreta como elemento que permite la identificación de un sujeto, es decir, la mayor importancia de la información en la Ley se encamina a la seguridad informativa de los sujetos, a esclarecer sus datos, a modificarlos si se encuentran incorrectos, a solicitar que se borren de una base de datos.

Miguel Pulido indica que una vez que la información es producida y procesada, sus generadores están obligados a administrarla adecuadamente con el fin de que los ciudadanos puedan disponer de ella,²⁰⁵ con este tipo de discursos podemos delimitar el carácter administrativo de la información, es decir, se menciona que la información se debe producir y organizar para que se encuentre disponible, no para que se pueda usar, no se le otorga un carácter funcional de uso, aprendizaje y conocimiento, únicamente como manejo mismo para orden de la administración pública y privada.

La legislación en nuestro país se encamina hacia esta dirección, desde las bases del principio de máxima publicidad, el cual únicamente obliga a hacer pública la información, no a hacerla clara, específica y comprensible, de hecho, el

²⁰⁴ Desantes Guanter, José María, op. cit., nota 152, p. 79.

²⁰⁵ Pulido Jiménez, Miguel, *El acceso a la información es un derecho humano, propuesta para un estándar de acceso a la información de organismos públicos de derechos humanos*, México, Fundar, 2006, p.9.

término y concepción de comprender y/o entender la información no se hace presente de forma directa en ninguna Ley.

La protección de datos personales es un derecho que permite a las personas controlar la información que comparten con otros, así como el derecho para que dicha información sea usada de forma adecuada para permitir el ejercicio de otros derechos y evitar daños a su intimidad y privacidad, establecido en nuestro país en el artículo 16° constitucional como una garantía individual. Sin embargo nunca determina una importancia vital para el desarrollo humano.

El Derecho debe reconocer a todos los sujetos como personas, lo cual implica el reconocimiento del derecho a su integridad y subsistencia física; a su integridad moral, a la afirmación de un estado de libertad y a la seguridad de una digna convivencia que le convienen a su condición de persona. La LFPDPPP no enumera para ningún ente una responsabilidad de difusión en relación al derecho, acatándonos al principio de máxima publicidad del derecho no se hace mención de la obligación de que el ciudadano se encuentre informado, y mucho menos se especifica de qué manera se puede (o debe) hacerse para lograr una mayor comprensión.

4.3 Hacia una nueva conceptualización de la información dentro de la Ley.

Ya ha quedado más que establecida la importancia de la información dentro de nuestra era en términos generales y de formación humana, ahora bien, es imprescindible delimitar su importancia y su utilidad dentro del ámbito jurídico. El derecho habla de la información como punto medular para su ejercicio y ciertamente lo es, sin embargo, dentro de su ideal de manejar la información con fines primordiales para el ciudadano, contradictoriamente se olvida de éste mismo, el receptor de la información. Tal pareciera que la redacción jurídica se encuentra dirigida exclusivamente a la comprensión de los sujetos obligados e incluso de los sujetos calificados, pero deja de lado a los sujetos medulares de la información, para quien son creadas las leyes, el sujeto universal, los ciudadanos comunes.

Se puede decir que la información se ha convertido en un elemento tan valorado que se comienza a perder su verdadera importancia, para quién funciona *per se*. De la misma forma, tanto se habla de un estado de derecho en donde los acreedores de derechos y responsabilidades son el elemento más importante que al final se olvidan de ellos y se generaliza el famoso dicho “el fin justifica los medios”.

Todos somos receptores y merecedores de información, es necesario que la Ley haga participe al receptor como parte primordial del proceso de comunicación, como ente activamente funcional; todo elemento emisor de información tiene la responsabilidad de desmembrar el mensaje tomando en cuenta que es el responsable de que la información sea comprendida, haciéndose inversamente dependiente tanto el informador como el informado uno del otro y así lograr la comprensión máxima del mensaje, lo cual permitirá que se convierta en conocimiento.

La información genera conocimiento, pero no es conocimiento por sí misma, para que sea sujeto de esta transformación requiere ser comprendida y entendida por un ser, requiere atravesar por un proceso cognitivo en donde se deconstruya en pequeños elementos conocidos como datos, se vuelva a construir y pueda ser aplicable. En ocasiones, la información se encuentra dispuesta conforme el emisor la plantea, la información se vuelve tal una vez que se construye con datos.

La información es el elemento medular del proceso de comunicación, se trata de aquella que forma parte de un mensaje, ésta existe por sí misma, no depende de un emisor, ya que todo signo dentro de un contexto y un espacio es capaz de transformarse. Es unidad generadora de conocimientos y transmisora de cultura. Sin la información no sería posible la existencia de la comunicación, la evolución o la misma subsistencia del ser humano. Es por medio de la información que los seres humanos crean relaciones y dan pie a los principios sociales; es ésta la que crea un orden jurídico, un ordenamiento comunitario, un Estado. Es por

medio del elemento informativo que los seres humanos pueden vivir en paz, pueden crear democracia, pueden hacer valer la justicia.

Por tanto la comprensión de la información tendría que convertirse en el principio básico de toda Ley, no únicamente la publicación, la puesta a disposición para que se pueda ser localizable que tanto el informador como el informado se vean beneficiados dentro de éste proceso básico de información; emisor transmite de forma clara, concisa y comprensible para que receptor pueda hacer uso de sus habilidades cognitivas, por muy básicas que éstas sean, deconstruya el mensaje, asimile y cree su propio juicio.

CONCLUSIONES

A lo largo de mi experiencia académica y profesional, como alumno y como docente me he percatado de el contexto tan complejo en el que nos encontramos inmersos como sociedad. Soy parte de una generación que ha vivido cambios extremos, tanto políticamente, como socialmente, pero sobre todo científica y tecnológicamente, me he percatado como la evolución humana, desde un punto de vista del conocimiento, ha ido moldeando detalladamente las estructuras sociales. El pensamiento cuenta con un poder casi mágico, si pudiera mencionársele así, pues es capaz de modificar actitudes en las personas, lo cual da pie al principio de una nueva edad para los seres humanos.

Esta es la era del conocimiento, la era de la sociedad de la información, en la cual redundantemente, lo más importante es dicha información. Durante la investigación se ha demostrado tal importancia, cómo sin este material tanpreciado no podríamos subsistir como sociedad y mucho menos como individuos. Desde los inicios de la vida del ser humano, y me atrevería a decir que de la vida misma, nos hemos visto en la necesidad de comunicarnos para vivir dentro de una comunidad, ahora bien, desde que nacemos nos encontramos rodeados de esta necesidad, la familia es el principal medio de comunidad y para poder sobrevivir el recién nacido debe comunicar sus necesidades, debe hacer uso de la información que va adquiriendo para solicitar alimento, por ejemplo.

De esta manera, conforme vamos evolucionando, la información se convierte en un insumo vital para el desarrollo de las personas, en su entorno familiar, en su educación y para ser más específicos en su sociedad. El enfoque medular de éste trabajo fue el manejo del concepto “información” dentro de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares”; he llegado a la conclusión de que el concepto como tal dentro de dicha ley, y de la mayoría de ellas en su generalidad, es manejado como un elemento ordenador.

Principalmente la LFPDPPP habla de la información como aquella materia prima que se debe proteger, manipular, resguardar y otorgar; y con esto se refiere a que, más allá de vislumbrarla como un elemento formador, formativo y creador,

la cataloga como una pieza que forma parte de los sujetos, como un componente, como un patrimonio que se genera y por ende es una unidad sujeta a protección.

Después de comparar y contrastar innumerables definiciones en materias sociales que se encargan al uso y manejo de la información, puedo asegurar que el concepto de información que se debe plantear en la Ley debe incluir preceptos basados en la generación de conocimiento. Si hablamos de LFPDPPP, cuando se menciona que la información personal tiene la capacidad de hacer identificable a alguien, es esencial para hablar sobre el conocimiento de una persona.

En la actualidad, dónde nos encontramos plagados de redes sociales a las cuales cada individuo satura de información personal, con toda esa información se tiene la habilidad de formar perfiles psicológicos, es decir, crear conocimiento sobre una persona con base en su información, incluso solamente utilizando algunos datos.

Ya se ha mencionado el concepto ideal que debería manejarse jurídicamente, sin embargo cabe plantearse la premisa de que no hay un concepto tácito de información en ningún ordenamiento de nuestro país, por lo que esto hace aún más difícil el trabajo de conceptualización al cual se desea llegar.

Si se especificara un concepto apoyado en principios del conocimiento podríamos asegurar la importancia en el receptor, por tanto, la LFPDPPP basada en una terminología que se refiere a utilidades materiales no demuestra interés total por el sujeto informado, se dirige casi en su totalidad hacia los sujetos obligados, hacia quien emite y maneja la información. La importancia del receptor que delegada, se le otorga un carácter pasivo dentro del proceso de comunicación y lo mantiene estático observando el uso y traslado de la información.

Me parece sumamente contradictorio el hecho de que las instituciones y organizaciones son el motivo de interés para la LFPDPPP cuando se refiere a la protección de información personal de personas, mientras relega a los pobladores dueños de esa información. La intención de proteger al ciudadano contra cualquier ataque a sus datos personales pierde su potencia cuando la Ley se preocupa más porque las organización que la manipulan lo entiendan, pues, al otorgar sus

mayores esfuerzos a “educar” a los sujetos obligados, se olvida de buscar la máxima comprensión de los sujetos que pueden exigir el derecho, quienes pueden manifestar violaciones, quienes son los sujetos merecedores de protección. Y en todo caso, si la Ley se enfoca especialmente en las organizaciones, debería obligarlas a que sean éstas las que se encarguen y se aseguren de los ciudadanos conozcan lo referente a sus derechos.

Así, vuelvo a lo que planteaba en un principio, la LFPDPPP no contempla el concepto de información como herramienta vital para el desarrollo humano, porque no la categoriza como elemento generador de conocimiento, no plantea un concepto basado en el aprendizaje, en la formación, en la socialización del derecho, únicamente contempla la información, como datos, como elementos manejables de organización.

Los medios de comunicación generan opinión pública, y la opinión pública estandariza contextos, valores y formas de pensar; la ley siempre debe permanecer en convergencia armónica dentro de estos elementos, sin embargo, para lograr dicha armonía es necesario que se comprenda la información. Las leyes son los estatutos creados para generar una sana convivencia social, para alcanzar el soñado estado de Derecho, pero es imprescindible que los ciudadanos conozcan estos derechos y obligaciones, que sean otorgados a ellos de forma clara, sencilla y sobre todo comprensible. ¿Cómo se puede saber que se viola un derecho cuando ni siquiera se tiene conocimiento de la existencia del mismo?

Bibliografía

Libros.

- AREITO Gloria y AREITO Ana, *Información, informática e internet: del ordenador personal a la Empresa 2.0*, España, Visión, 2009, p. 233.
- CALVO, Manuel, *Divulgación y periodismo científico: entre la claridad y la exactitud*, México, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM, 2003, p.222.
- CASTELLS, Manuel, *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.1 La Sociedad Red*, Madrid, Alianza Editorial, 1996, p.592.
- Consejo General del Poder Judicial, *Poder judicial y medios de comunicación*, Madrid, Lerko Print. 2003,
- DE ANDRÉS DEL CAMPO, Susana et al., *Otros fines de la publicidad*, Sevilla, Comunicación social, 2011, p.212.
- DESANTES Guanter, José María, *Fundamentos del derecho de la información*, Madrid, Raycar, 1977, p.719.
- DESANTES Guanter, José María, *La función de informar*, Navarra, Universidad de Navarra, 1976, p. 354.
- DESANTES Guanter, Jose Maria. *El deber profesional de informar, lección magistral leída en la apertura del curso 1988-89*, España, Fundación universitaria de San Pablo CEU, 1988, p. 47.
- ESCOBAR de la Serna, Luis, *Derecho de la Información*, 3ª ed., Madrid, DYKINSON, 2004, p.842.
- ESPASA, *Espasa Diccionario Enciclopédico*, Madrid, Espasa Calpe, 1995, p. 2509.
- FERNANDEZ del Moral, Javier et al., *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los profesionales de la Comunicación, ciclo de conferencias. 27 Febrero - 21 de Mayo. 2002*, Madrid, Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid, 2002, p. 241.
- FOUCAULT, Michel, *Estrategias de poder*, Barcelona, Paidós, 1994, p. 407.
- FOUCAULT, Michel, *Hermenéutica del sujeto*, Madrid, De la piqueta, 1994, p. 142.

- GARCÍA Uceda, Mariola, *Las claves de la publicidad*, 7a ed., Madrid, Esic, 2011, p. 477.
- GARRIDO Gómez, María Isabel, *Derechos fundamentales y Estado social y democrático de derecho*, Madrid, Dilex, 2007, p. 255.
- GIL Tovar, Francisco, *Introducción a las Ciencias de la Comunicación Social: periodismo, relaciones públicas, publicidad*, Colombia, El Voto Nacional, 1967, p. 168.
- GUINER de la Fuente, Fernando, *Los sistemas de información en la sociedad del conocimiento*, Madrid, ESIC, 2004, p. 216.
- HAAS, C. R. Teoría, *Técnica y Práctica de la Publicidad*, Madrid, Rialp, 1966, p. 634.
- HIDALGO Calvo, César, *Teoría y práctica de la propaganda contemporánea*, Chile, Andres belló, 1986, p. 365.
- JACQUES, Douce, *La publicidad*, Barcelona, Salvat, 1975, p. 141.
- KLEIN, Naomi, *No logo*, Barcelona, trad. de Alejandro Jockl, Paidós, 2001, p. 559.
- KOTLER Philip y ROBERTO Eduardo L. *Marketing social*, Madrid, Díaz de Santos, 1992, p. 467.
- LAUDON, Kenneth C. y LAUDON, Jane P., *Sistemas de información gerencial, administración de la empresa digital*, México, Pearson Educación, 2008, p. 564.
- LÓPEZ Ayllon, Sergio, *El derecho a la información*, México, Porrúa, 1984, p. 278.
- MENDEZ, Zayra, *Aprendizaje y cognición*, Costa Rica, UENED, 2006, p. 159.
- MESTRE Chust, José Vicente, *La necesidad de la educación en derechos humanos*, Barcelona, UOC, 2007, p. 178.
- MORALES Campos, Arturo, *Imágenes e ideología, ensayos sobre muralismo y cine*, Morelia, UMSNH, 2015, pp.98.
- MOREU Carbonell, Elisa, *La administración anunciante*, Navarra, Comares, 2005, p. 370.
- OGILVY, David, *Ogilvy & Publicidad*, Barcelona, Folio, 1989, p. 224.
- ORTEGA, Enrique, *La comunicación publicitaria*, 2ª ed., Madrid, Pirámide, 1997, p. 416
- PULIDO Jiménez, Miguel, *El acceso a la información es un derecho humano, propuesta para un estándar de acceso a la información de organismos públicos de derechos humanos*, México, Fundar, 2006, p. 46.

- ROSANVALLON, Pierre, *La consagración del ciudadano*, México, Instituto Mora, 1999, p. 122.
- ROSENTAL, Mark y Iudin, Pavel, *Diccionario filosófico*, Bogotá, Ediciones Nacionales, 1994, p. 498.
- RUIZ de Velasco y DEL VALLE, Adolfo, *Manual de derecho mercantil*, 3a ed., España, Comillas, 2007, p.920.
- SANTESMASES Mestre, Miguel. *Marketing, Conceptos y estrategias*, Madrid, Pirámide, 2007, p. 1104.
- Secretaría de Educación pública, *Plan de estudios 2011, Educación Básica*, México, SEP, 2011, disponible en <http://www.curriculobasica.sep.gob.mx/images/PDF/planestudios11.pdf>, consultado 10 de Julio de 2015.
- TUCKMAN, Bruce W. y MONETTI, David M. *Psicología educativa*, Australia, CENAGE Learning, 2011, p. 652.
- VALHONDO, Domingo, *Gestión del conocimiento, del mito a la realidad*, Madrid, Diaz de Santos, 2002, p. 378.
- VAN Dijk, Teun A, *Discurso y poder*, España, Gedisa, 2009, p. 413.
- VAN Dijk, Teun A, *La ciencia del texto*, México, Paidós, 1996, p. 309.
- VILLANUEVA, Ernesto, *Derecho de la información*, México, Porrúa, 2006, p. 398.
- VILLORO, Luis, *Creer, saber, conocer*, 18ª ed., México, Siglo veintiuno, 2008, p. 310.

Revistas.

- RIANDE, Noe, "El Derecho a la autodeterminación informativa", *Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa*, México, Año V, Núm. 13, Mayo 2013 Disponible en: <http://www.tfjfa.gob.mx/investigaciones/pdf/elderechoalautodeterminacion.pdf>, consultada 27-01-2014
- RIZO Rivas, José Mario, "Manual del principiante. Datos personales en posesión de particulares", *Revista Contaduría Pública*, México, 04 Abril de 2012, disponible en: <http://contaduriapublica.org.mx/?p=3043> Consultada el 1 de julio de 2013.

SANTANA, Guillermo, "Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares", *Excelencia Profesional, Asociación Mexicana de Contadores Públicos A.C.*, México, núm. 159, Mayo 2013.

DESANTES Guanter, José María, "La documentación en cuanto medio informativo", *Documentación de las ciencias de la información*, N° 9, España, 1985.

CARPIZO, Jorge y CARBONELL, Miguel (coords.), "Derecho a la información y derechos humanos". *Estudios en homenaje al maestro Mario de la Cueva*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie Doctrina Jurídica, 2000, núm. 37.

KOTLER, Philip y ZALTMAN, Gerald, "An approach to planned social Change", *Journal of Marketing*, 1971, vol. 35, Enero.

DESANTES Guanter, José Maria. "Los mensajes simples en el "ius communicationis" de Francisco de Vitoria". *Persona y derecho: Revista de fundamentación de las Instituciones Jurídicas y de Derechos Humanos*, 1989, num. 20,

MASON, Richard O., "Four ethical issues of the information age", *Management Information Systems Quarterly*, 1986, Marzo, vol. 1, num. 10, disponible en <http://www.gdrc.org/info-design/4-ethics.html>, consultada 1 de Agosto 2015.

Legislación, convenios y tratados.

Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, Reformas Constitucionales en Orden Cronológico, Última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de julio de 2013, disponible en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum_crono.htm, consultado el 2 de Agosto de 2013.

Carta Andina para la Promoción y Protección de los Derechos Humanos, Ecuador, 26 de Julio de 2002.

Constitución Española, 1978, Publicado en BOE núm. 311 de 29 de Diciembre de 1978. Vigencia desde 29 de Diciembre de 1978. Revisión vigente desde 27 de Septiembre de 2011.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917, Última reforma publicada el 11 de Junio de 2013.

Convenio de 1981 sobre Protección de datos personales publicado el 20 de Julio de 1993 en el Boletín de Jurisprudencia Constitucional.

Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales del Consejo de Europa, Proclamado en Roma el 4 de Noviembre de 1950, disponible en <http://www.derechoshumanos.net/Convenio-Europeo-de-Derechos-Humanos-CEDH/index.htm> consultada 25 de Julio 2013.

Convenio n° 108 del consejo de Europa para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal y protocolo adicional al convenio para la protección de las personas con respecto al tratamiento automatizado de datos de carácter personal, a las autoridades de control y a los flujos transfronterizos de datos Proclamado el 28 de enero de 1981 adoptado en Estrasburgo, disponible en: <http://inicio.ifai.org.mx/DocumentosdelInteres/B.28-cp--CONVENIO-N-108-DEL-CONSEJO-DE-EUROPA.pdf>, Consultada 25 de Julio 2013.

Declaración sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación de masas al fortalecimiento de la paz y la comprensión internacional, a la promoción de los derechos humanos y a la lucha contra el racismo el apartheid y la incitación a la guerra, UNESCO, Francia, 22 de noviembre de 1978

Declaración Universal de Derechos Humanos, Proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de Septiembre de 1948, disponible en <http://www.un.org/es/documents/udhr/>, consultada 10 de Junio de 2013.

INAI, Reforma al artículo 6° constitucional que establece el acceso a la información pública como un derecho fundamental de los mexicanos, México, INAI, 2007,

Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI), Reforma al artículo 6° constitucional que establece el acceso a la información pública como un derecho fundamental de los mexicanos, México, IFAI, 2007, p 5, disponible en <http://inicio.ifai.org.mx/Publicaciones/ModificacionArt6.pdf>, Consultada 1 de Agosto 2013

Ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares. Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de julio de 2010

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la información Pública Gubernamental, México, 16 de abril de 2015.

Ley General de Educación, México, 13 de julio de 1993.

Lineamientos Generales para la difusión disposición y evaluación de la información pública de oficio, Diario Oficial de la Federación, 14 de Julio de 2011.

Pacto internacional de Derechos Civiles y políticos, Adhesión de México: 24 de Marzo de 1981, Decreto Promulgatorio DO 20 de Mayo de 1981, Fe de Erratas DO 22 de Junio de 1981.

Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, Diario Oficial de la Federación, 30 de Mayo de 2001.

Reglamento de la ley federal de protección de datos personales en posesión de los particulares, Nuevo Reglamento DOF 21-12-2011