

**Defensoría de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión
del Estado Mexicano (SPR)**

Informe de actividades segundo semestre 2023

Lenin Martell Gámez. Defensor

Karla Michell Serrano Arévalo. Asistente

Elaboración enero de 2024

Resumen ejecutivo

El informe semestral de la Defensoría de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) reporta las actividades desarrolladas en el periodo julio a diciembre de 2023. En este reporte, se subrayan las siguientes cuestiones:

1. Durante el semestre de julio a diciembre de 2023, se reportaron 8 mil 183 comunicaciones, en comparación con el semestre anterior (enero a junio del año 2023) en el que se recibieron 7854 comunicaciones, lo cual representa un 4 % más, respecto al semestre anterior.

2. Las interacciones de Altavoz Radio han crecido considerablemente. Es una plataforma que continúa en expansión debido al fortalecimiento de sus contenidos; por ejemplo, SPR o aquéllos de coyuntura política.

3. Se ha incrementado la colaboración entre el Canal 14 y Altavoz Radio, lo cual ha beneficiado el aumento de horas de producción y la adaptación del lenguaje televisivo al radial, como la serie Cartas para la libertad o Espurio.

4. Las coberturas periodísticas nacionales, como la discusión sobre la repartición de libros de texto, el huracán en Acapulco, la muerte del magistrado. Asimismo, la transmisión de asuntos internacionales en el Canal 14 ha contribuido a la consolidación de la información internacional: las elecciones en Argentina, el conflicto Israel-Palestina, la producción del noticiario Ventana al mundo, entre otras.

5. La corrección de noticias falsas ha sido otro factor que se observa ha ayudado a ofrecer credibilidad entre las audiencias. Así lo fue la aparente desaparición de cinco hermanos en Lagos de Moreno publicada por el medio Cuadrante 7 y retomada por plataformas nacionales e internacionales.

6. El Canal 14 ha crecido en producciones especiales: la programación especial sobre Pancho Villa, el aniversario del golpe de Estado en Chile, entre otras.

7. Las colaboraciones y coproducciones con otros medios públicos del país han nutrido la programación de las plataformas del SPR, en particular con el Canal Once, Radio IPN, Canal 22, Canal 21.

8. En este periodo la defensoría inició el taller de Audiencias críticas en Austin, para miembros de la comunidad migrante en Estados Unidos, y continuó impartiendo el mismo taller en otras localidades del país.

9. Se intensificó la colaboración con el Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA), mediante la elaboración de productos comunicativos.

10. Se participó en el Comité evaluador del Curso de Periodismo Multimedia para Medios Públicos impartido en el SPR.

Para realizar este informe, se prosiguió con la siguiente metodología de trabajo:

- Se recopilaron las comunicaciones que llegaron a la defensoría a través de correo, buzón de voz, facebook, twitter (X) y Youtube. Se respondieron a cada una de las solicitudes por parte de las audiencias.
- Se hizo un análisis quincenal de la información, la cual se dividió en los siguientes temas:
 - a) Comparativo con el semestre anterior
 - b) Clasificación por género
 - c) Edad
 - d) Índice de respuesta
 - e) Ocupación de las audiencias
 - f) Motivos de Comunicación
 - g) Procedencia de contacto
 - h) Vía de contacto
- Se obtuvieron datos cuantitativos y se graficaron; posteriormente se hizo un análisis descriptivo de los resultados.
- En cada informe quincenal se realizaron discusiones de los resultados con las distintas áreas de producción.
- Se añadieron otras actividades realizadas por la defensoría como Análisis de programación y Fortalecimiento de la cultura audiovisual.

Los trabajos correspondientes a este semestre se ordenan en los siguientes apartados:

1. Comunicación con las audiencias. Con la finalidad de agilizar la comunicación con las audiencias, se incluye en este apartado el análisis y seguimiento a la comunicación con las audiencias a través de los diferentes canales de comunicación: correo electrónico, buzón de voz, redes sociales y plataformas digitales.

En el análisis se incluyen los estados desde dónde se comunican las audiencias, el rango de edad, motivo de la comunicación y área a la que fue canalizada.

Es importante mencionar que, con la finalidad de agilizar la comunicación y retroalimentación entre el SPR y sus audiencias, se continuó realizando cortes quincenales.

De esta forma, permite que las diferentes áreas del SPR estén enteradas de los comentarios de las audiencias en tiempos más cortos y el proceso de atención sea más eficiente.

2. Análisis de programación. Se realizaron análisis de programación sobre el contenido de producciones de Altavoz Radio (evaluación interna del programa Mucho más que dos); se elaboraron reportes especiales sobre los siguientes contenidos: Largo aliento, Abiertamente, estudios sobre la pluralidad en Informativo 14 y otros programas del SPR. Estos informes se escribieron en colaboración con la dirección de noticias, producción y redes.

3. Fortalecimiento de la cultura audiovisual en las audiencias de medios públicos. Se plantea la impartición de Talleres de formación de audiencias críticas para expandir las actividades de la Defensoría de las audiencias como un medio de pedagogía social, dirigida a audiencias específicas, así como contribuir a la construcción de audiencias.

El servicio público de radiodifusión contribuye a construir ciudadanía mediante la participación, el cual es un mecanismo donde convergen los actores sociales, miembros de una comunidad o país. A través de la participación social en los medios de comunicación, el ciudadano lleva a la práctica la libertad de expresión y negocia con otros grupos sociales y el Estado en el espacio público. De esta manera, se incentiva a las audiencias para que, a corto plazo, puedan obtener herramientas cognitivas para convertirse en audiencias críticas.

4. Trabajo colegiado con otras defensorías. Se detallan las actividades y participación en conjunto con otras defensorías. Se incluye la participación en medios de comunicación digitales e impresos.

5. Campañas/Difusión. En este apartado se detalla el uso de materiales audiovisuales de la Defensoría para acrecentar la comunicación con las audiencias. Se incluye el trabajo realizado con Altavoz Radio y Canal 14 para dar difusión de los derechos de las audiencias y la labor del defensor a través de cápsulas. Se explican los cambios en la página web y los contenidos en redes sociales que se publican de manera continua con la finalidad de enganchar audiencias.

6. Discusión de los resultados. Se analizan los reportes quincenales para compartir observaciones con los equipos de programación, producción de radio y televisión, así como redes sociales, transmisión e ingeniería, asuntos jurídicos e innovación tecnológica.

7. Recomendaciones generales. A partir de los resultados semestrales se emiten recomendaciones en materia de derechos de las audiencias.

8. Trabajo con universidades. Dos alumnos de la Universidad Autónoma Metropolitana realizan servicio social en la Defensoría de las audiencias, quienes aprenden a enriquecer sus habilidades de investigación y producción digital.

Asimismo, este semestre se colaboró con la Universidad Autónoma del Estado de México en la participación de tutoría en la materia integrativa, donde estudiantes de la licenciatura en comunicación aprendieron el quehacer de la Defensoría de las Audiencias y colaboraron en procesos de investigación.

ÍNDICE

Resumen ejecutivo.....	1
1. Comunicación con las audiencias.....	6
a) Comparativo con el semestre anterior.....	7
b) Clasificación por género.....	8
c) Edad.....	9
d) Índice de respuesta	10
e) Ocupación de las audiencias.....	11
f) Motivos de Comunicación.....	12
g) Lugar de contacto	13
h) Vía de contacto.....	15
i) Descripción de asuntos y temas de comunicación.....	16
j) Área involucrada.....	18
2. Análisis de programación	19
2.1 Análisis de la programación de Altavoz Radio	19
2.2 Análisis de la programación de Canal 14	20
2.2.1 Análisis del seguimiento a las comunicaciones de las audiencias sobre el programa de Largo Aliento	20
2.2.3 Análisis de los comentarios de las audiencias sobre el programa Abiertamente	47
3. Fortalecimiento de cultura audiovisual en las audiencias de medios públicos	60
4. Trabajo colegiado y medios de comunicación	63
a) Trabajo colegiado con otras defensorías.....	63
b) Trabajo colegiado con otros departamentos del SPR	63
c) Trabajo con Sistema Nacional de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA)	64
5. Campañas / difusión	70
a) Cápsulas de radio.....	70
b) Cápsulas de televisión	70
c) Difusión en página web	71
6. Trabajo con Universidades	74

1. Comunicación con las audiencias

La comunicación con las audiencias (atención a quejas, felicitaciones, sugerencias, opiniones, dudas) es la actividad más importante de la Defensoría. Para dar seguimiento puntual a este trabajo, se ha seguido la siguiente metodología:

En primer lugar, la Defensoría de las Audiencias recibe las comunicaciones vía correo electrónico, buzón de voz y redes sociales. Se realiza un reporte quincenal con el análisis de la comunicación de las audiencias.

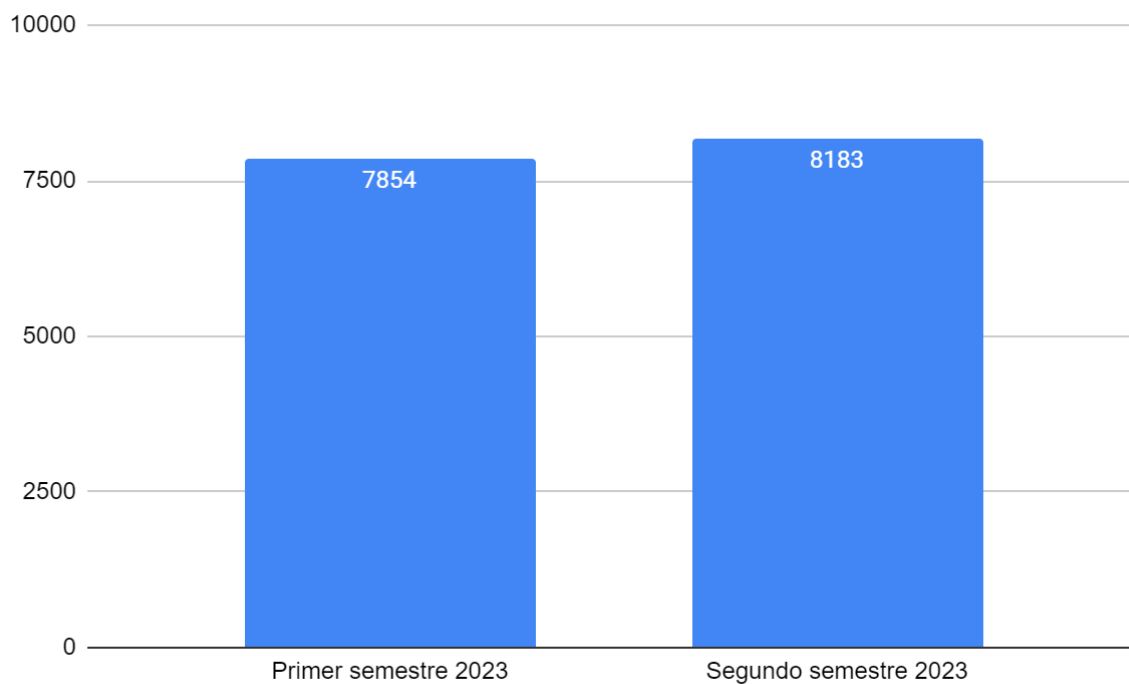
Se clasifica la información por edad, ocupación, lugar de procedencia, tipo de queja, fecha, entre otros datos. Las peticiones se pasan a las direcciones de área según corresponda la comunicación de la audiencia para su atención inmediata.

Una vez resueltos los comentarios y preguntas de las audiencias, se turnan a la Defensoría, quien analiza las respuestas y responde de nueva cuenta a los escuchas o televidentes.

A partir de la información recabada, se realiza un análisis de dichas comunicaciones, la cual es compartida con la presidencia del SPR y titulares de área.

a) Comparativo con el semestre anterior

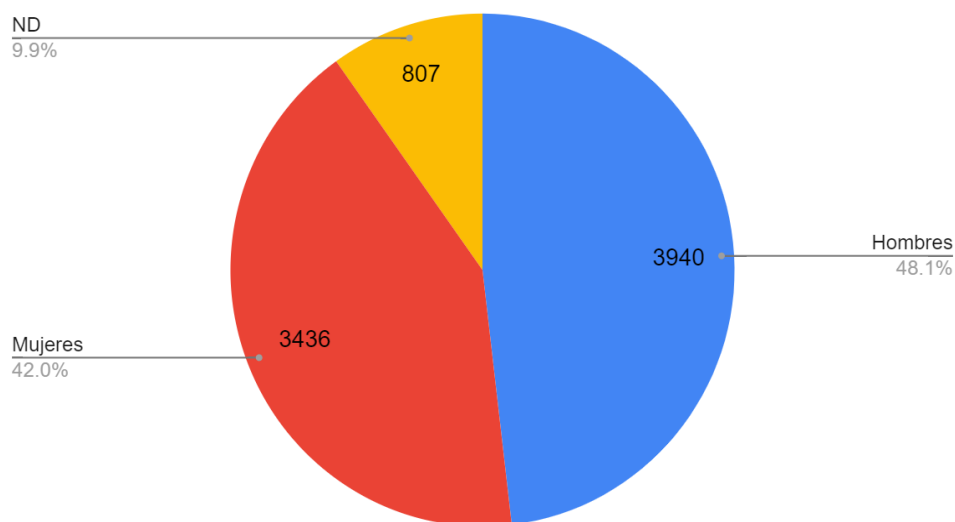
Durante el semestre de julio a diciembre de este 2023, se reportaron 8183 comunicaciones, en comparación con el semestre anterior (enero a junio del año 2023) en el que se recibieron 7854 comunicaciones.



b) Clasificación por género

En el semestre reportado, de julio a diciembre de 2023, se recibieron un total de 8183 comunicaciones de las cuales 3940 fueron de hombres, 3436 fueron de mujeres y 807 fueron datos no disponibles ya que las audiencias no especificaron el dato.

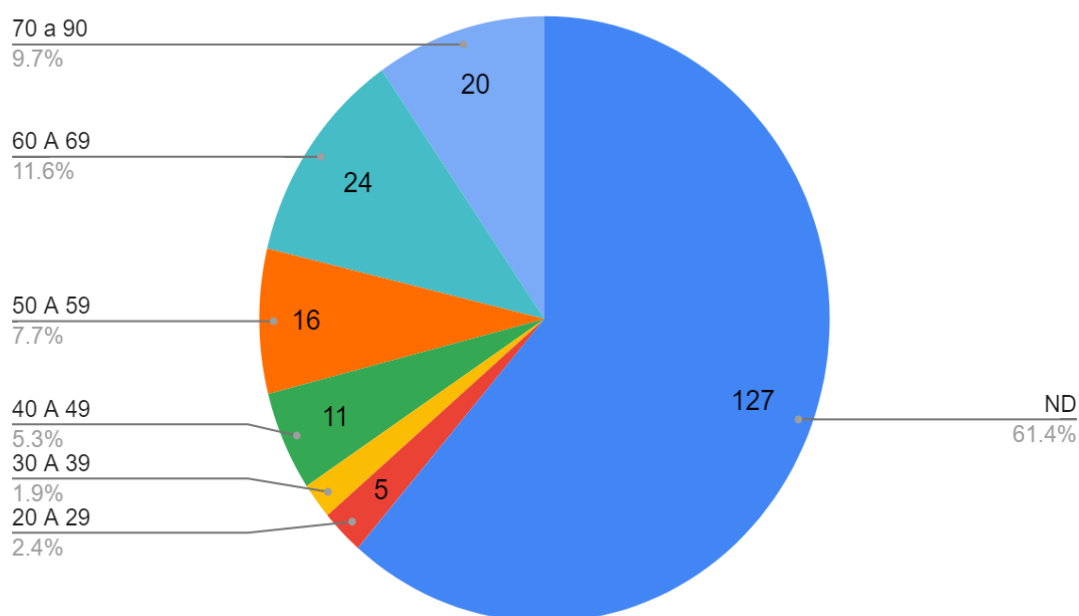
Clasificación por género



c) Edad

Los reportes evidencian que la población que más se comunica se encuentra en el rango de edad de los 60 a los 69 años y de los 70 a los 90 años.

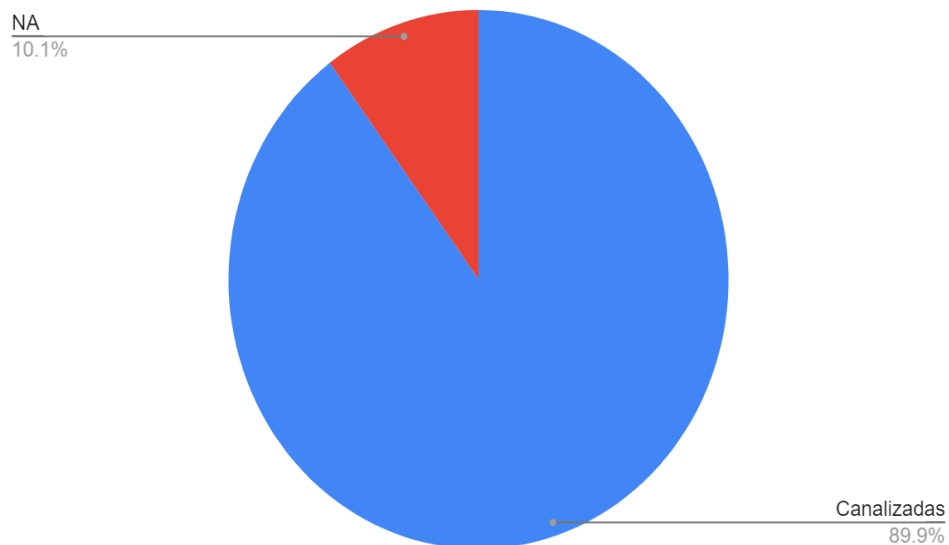
Edad de las audiencias



d) Índice de respuesta

Del total de las comunicaciones, el 89.9 % fueron atendidas y canalizadas a las áreas correspondientes; no obstante, el 10.1 % de las comunicaciones no procedieron a temas relacionados con las audiencias.

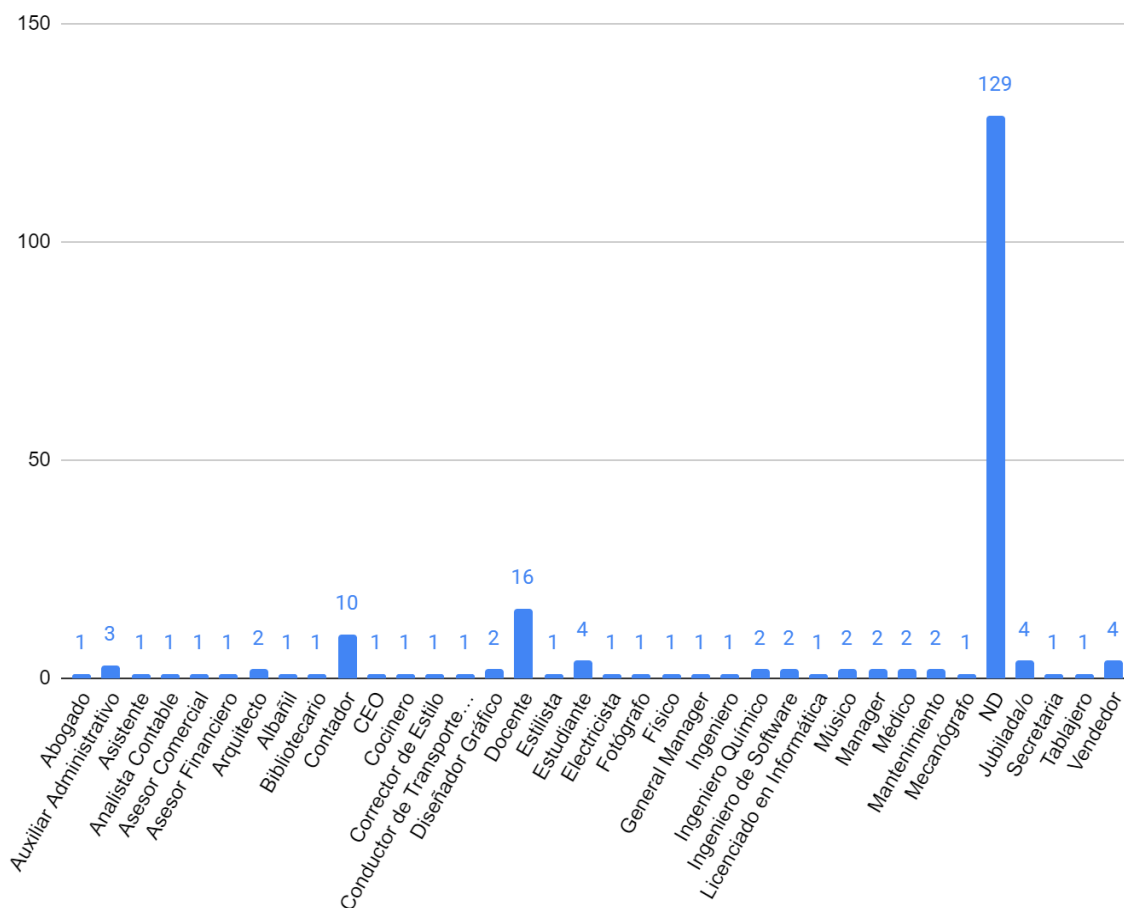
Índice de respuesta



e) Ocupación de las audiencias

Se encontraron 36 variables en las ocupaciones de las audiencias, entre las que destacan:
docente, contador, ejecutivo de ventas, secretaria, director general, estudiante, entre otros.

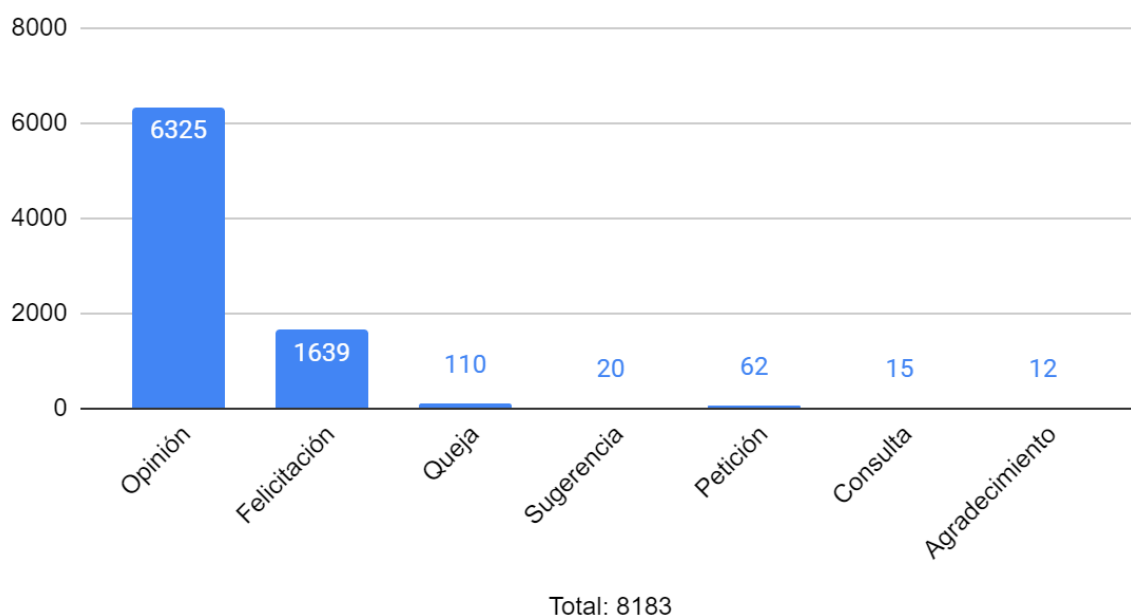
Ocupación de las audiencias



f) Motivos de Comunicación

En la siguiente gráfica se muestra el porcentaje de incidencias sobre las comunicaciones de las audiencias con la Defensoría; en la que destacan las opiniones con 6325 comunicaciones, seguida por las felicitaciones con 1639 mensajes. Con números en menor cantidad tenemos 110 Quejas, 20 Sugerencias, 62 Peticiones, 15 Consultas y 12 Agradecimientos.

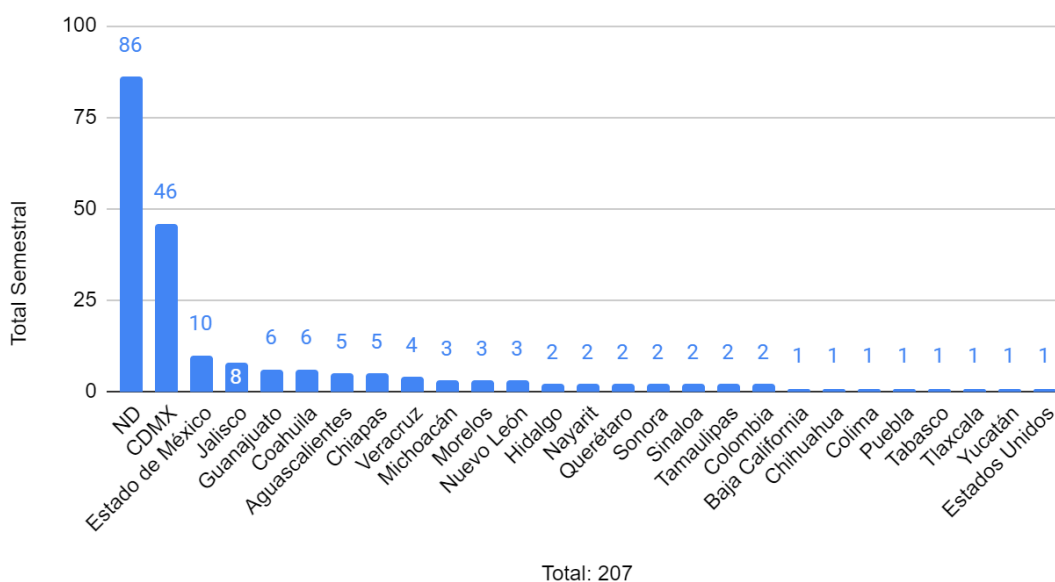
Total semestral motivo de comunicación



g) Lugar de contacto

Durante este periodo, se recibieron 207 reportes desde diferentes puntos de la República entre los estados destaca la ciudad de México, el Estado de México, Jalisco, Guanajuato y Coahuila. En países extranjeros destaca un mensaje de Estados Unidos y dos más de Colombia.

Lugar de contacto semestral



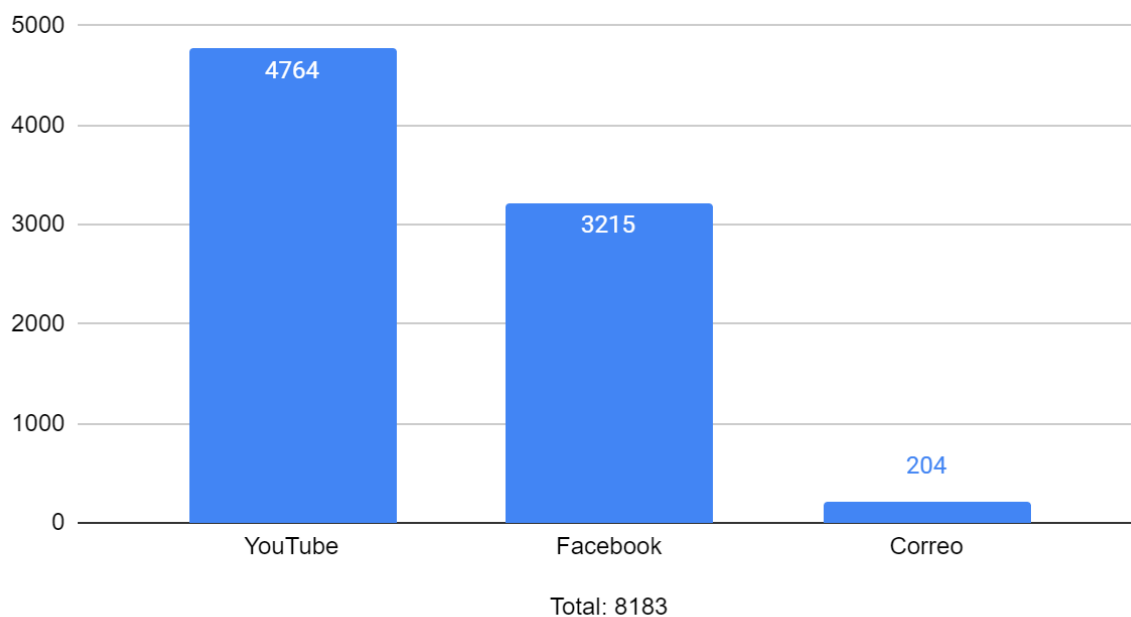
Lugar de contacto



h) Vía de contacto

Se recibieron un total de 8 mil 183 interacciones de manera general, de las cuales 196 únicamente son mensajes dirigidos hacia la defensoría por medio del correo electrónico, buzón de voz y facebook. A diferencia del semestre anterior, la vía de comunicación por medio de redes sociales se amplió, pues se recibieron reportes a través Facebook, Messenger, y Whatsapp de Altavoz Radio. Resulta interesante observar cómo YouTube es el medio por el cual se recibe el mayor número de comunicaciones.

Total semestral por vía de contacto



i) Descripción de asuntos y temas de comunicación

En la siguiente tabla, se muestran las razones por las cuales las audiencias se acercan a la defensoría. Se describen los temas por asunto referido y su relación con las áreas que conforman al SPR. La *programación*, como asunto, agrupa una serie de temas relacionados con cambios en la programación, hasta el uso correcto del lenguaje.

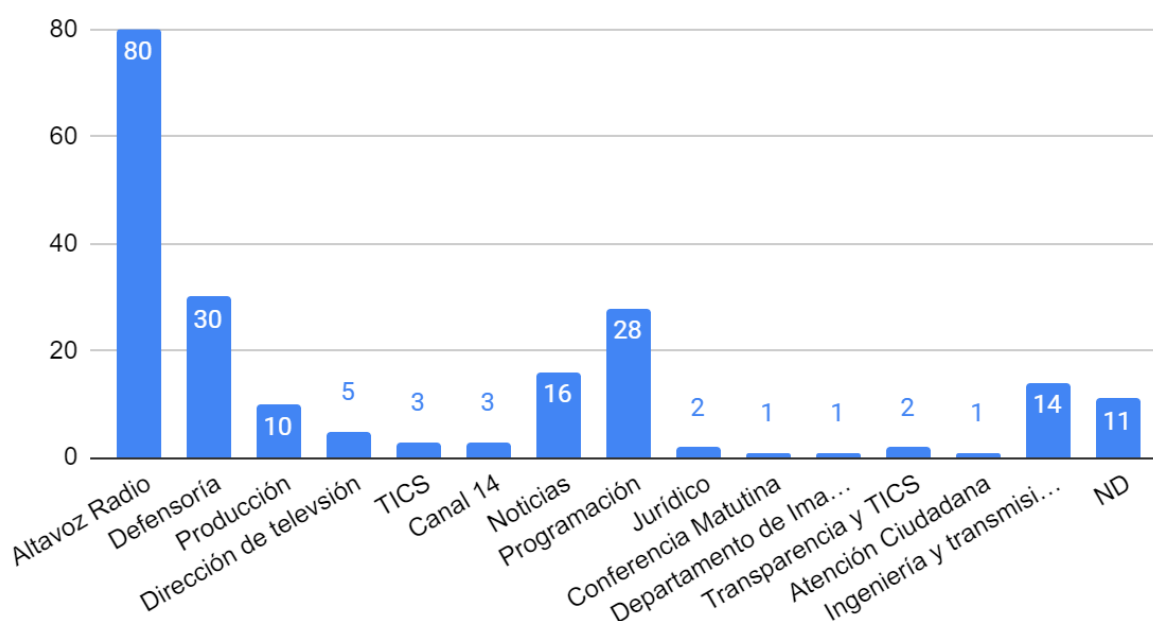
Asunto	Temas	Área
Altavoz Radio	Sugerencias musicales; felicitaciones; sugerencias de programación	Radio
Defensoría de las Audiencias	Derechos de audiencias, consultas sobre disponibilidad de programas.	Defensoría de las audiencias
Información	Solicitud de difusión de eventos, actividades y casos; felicitaciones; sugerencias de temas; consulta sobre reportes específicos.	División de Programas Informativos y Noticias
Ingeniería	Problemas técnicos en servicio de televisión; falla de señal; problemas con el subtitulaje; consulta sobre cobertura.	División de Transmisiones y Red Nacional
Jurídico	Costos de espacios publicitarios	Jurídico

Programación de televisión	Cambios imprevistos en la programación; comentarios sobre las campañas políticas; clasificación horaria de los contenidos; cómo volver a ver contenido; consulta de contenido; duda sobre programación; felicitaciones a programación; confusión sobre continuación de la serie Seis Hermanas; dudas sobre programa Consulta Directa; opinión sobre programación en general; petición de programas específicos en otros horarios; retransmisión de contenidos; propuestas de contenidos. En este apartado se canalizan las felicitaciones, quejas, sugerencias, opiniones y consultas.	División de Programación y Continuidad
Producción de Televisión	Presentar un proyecto; sugerencias de invitados; comentarios y dudas sobre temas en programa, felicitación a programas	División de producción
Recursos Humanos (R.H.)	Solicitud de empleo y bolsa de trabajo	Recursos humanos
TIC'S	Problemas en página web y formularios de contacto	Tecnologías de la Información
Oficina de Contratos y Seguridad Social	Interés en realizar servicio social	Oficina de Contratos y Seguridad Social

j) Área involucrada

De acuerdo con la tabla anterior, se clasifican y canalizan las comunicaciones de las audiencias según el departamento al que corresponda. Llama la atención que 14 personas se comunicaron buscando atención del presidente de la república o apoyo en temas de prisión, todas ellas fueron canalizadas al área de atención ciudadana de presidencia de la república.

Total semestral área involucrada



2. Análisis de programación

Como parte de las actividades de la Defensoría además de los informes requeridos por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), hemos realizado reportes especiales con el fin de analizar programación de radio y televisión, la cual ha considerado significativa –porque se trata de contenidos que han capturado la atención de las audiencias–. A partir de los resultados, se han emitido observaciones o recomendaciones. En este informe, se presentan los resultados sobre los análisis relacionados con la programación de Altavoz Radio y Canal 14.

2.1 Análisis de la programación de Altavoz Radio

Durante este semestre, se colaboró con el departamento de Modelos Radiofónicos en la evaluación interna del programa la revista radiofónica Mucho +Q2, con el fin de conocer el grado de cumplimiento de los procesos de producción de la revista radiofónica. El departamento de Modelos Radiofónicos elaboró una encuesta con distintos rubros para ponderar los procesos y flujo de trabajo de manera interna y cómo se reflejan al aire. El defensor participó a su vez en la evaluación de los grupos foco, en donde se hizo una ponderación en colectivo. Por su parte, Karla Serrano colaboró semanalmente en una retroalimentación desde las audiencias, y sus derechos en relación con los temas abordados en los programas semanales.

2.2 Análisis de la programación de Canal 14

2.2.1 Análisis del seguimiento a las comunicaciones de las audiencias sobre el programa de Largo Aliento



Elaborado por la Defensoría de las Audiencias (diciembre, 2023)

Índice

1. Objetivo

2. Metodología

3. Largo Aliento

3.1 Motivo de la Comunicación

3.2 Análisis de los comentarios de felicitaciones

3.3 Análisis de los comentarios de opinión

3.4 Análisis de los comentarios de queja

3.5 Análisis de los comentarios de consulta

3.6 Pluralidad política en las emisiones

4. Conclusiones

1. Objetivo

El presente reporte tiene como objetivo analizar las comunicaciones de las audiencias sobre el programa Largo aliento, con el fin de conocer cuál es la representación que tienen el público sobre el programa, la pluralidad política de los invitados, y el cumplimiento de los derechos de las audiencias por parte de la producción.

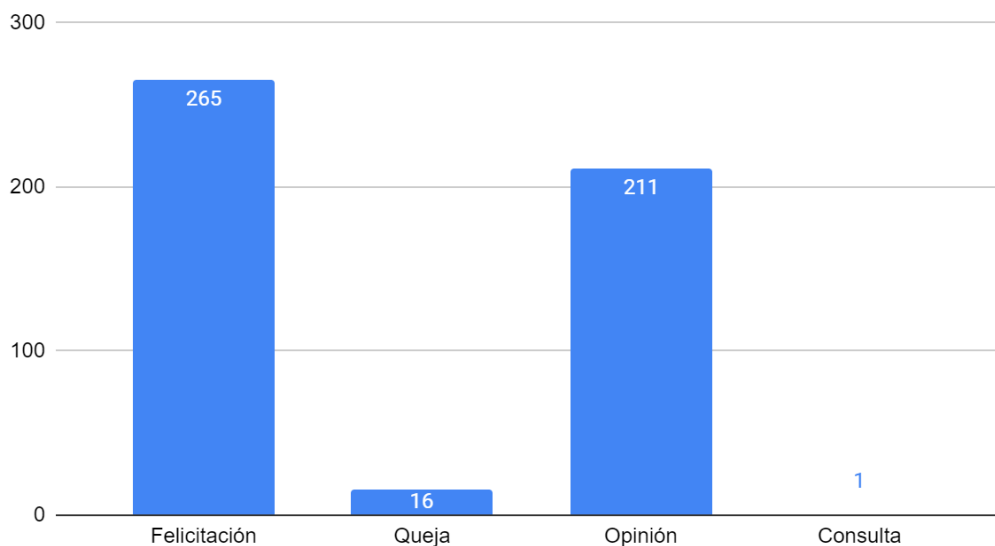
2. Metodología

Para realizar el análisis de las interacciones sobre Largo aliento, se tomó en cuenta los comentarios realizados en la plataforma de Facebook y los correos recibidos durante el periodo comprendido entre enero y octubre de 2023. Se recopiló y se contabilizó una muestra de todos los comentarios publicados durante el periodo estudiado. Se identificaron y jerarquizaron las comunicaciones por temas y subtemas (felicitaciones, invitados, cobertura, opinión negativa sobre el canal, críticas a expresidentes, debates, pláticas sobre política, seguridad, conducción, corrupción, críticas al gobierno, neutralidad del programa); era importante clasificar los temas más relevantes y recurrentes en las interacciones con las audiencias.

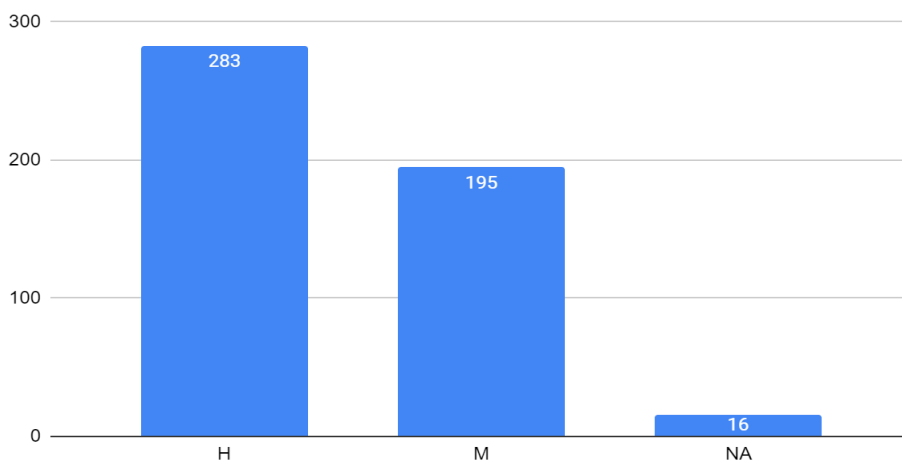
3. Resultados

En el periodo comprendido de enero a octubre del 2023, se recibieron un total de 494 comunicaciones de las audiencias incluyendo los mensajes por redes sociales y correo electrónico; fueron realizadas por 283 hombres, 195 por mujeres y 16 datos de género no disponibles.

Motivo de la comunicación



Clasificación por Género



3.1 Motivo de la comunicación

Se recibieron 494 interacciones con las audiencias, 266 felicitaciones, 211 opiniones, 15 quejas y 1 consulta.

3.2 Análisis de los comentarios de felicitaciones

De los 266 comentarios de felicitaciones al programa, se encontró que se centran en la calidad de las entrevistas realizadas por Sabina Berman y su equipo de trabajo. Los comentarios resaltan el profesionalismo y la habilidad para llevar a cabo dichas entrevistas de manera exitosa. Los televidentes reconocen la capacidad del programa para abordar temas complejos y presentarlos de manera clara y comprensible.

Qué profesionalismo, qué imparcialidad, qué intelecto de periodistas tan capaces.

(Comunicación vía redes sociales)

Qué gran entrevista, si más entrevistas se divulgaran como esta, el país tendría una conciencia mucho mayor y no habría tanta gente marchando para defender al INE y tantas otras cosas podridas.

(Comunicación vía redes sociales)

Excelente entrevista, estos temas son los que a los ciudadanos nos interesa conocer, ya que los medios convencionales no lo dan a conocer con claridad.

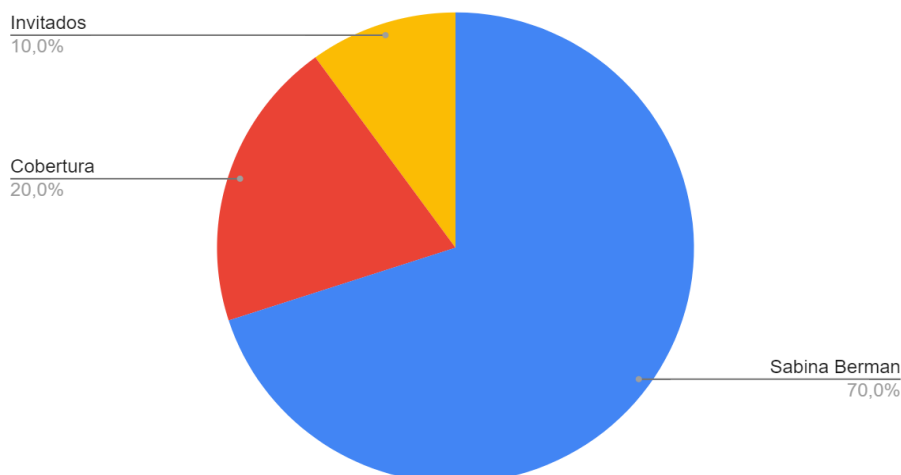
(Comunicación vía redes sociales).

Además, se destaca que un grupo de usuarios felicita al programa por su imparcialidad y cobertura de la corrupción en el gobierno. Estos comentarios valoran la valentía del programa al abordar temas sensibles y su compromiso con la verdad.

En la siguiente gráfica se muestra que el porcentaje más alto de felicitaciones se dirige hacia Sabina Berman y su equipo de trabajo, con un 70%. Asimismo, el 20% de los comentarios hacen referencia a la imparcialidad y la cobertura de la corrupción en el gobierno. Esto muestra que un segmento significativo de la audiencia valora la capacidad del programa para abordar temas políticos con profesionalismo.

Por último, 10% de los comentarios destacan la calidad de los invitados y su dominio en sus respectivos temas.

Felicitaciones de la Audiencia



3.3 Análisis de los comentarios de opinión

Tras analizar los 211 comentarios de opinión sobre el programa, se extrajeron los siguientes resultados:

La mayoría del público debate sobre el tema que se trata en el programa, centrándose en críticas al gobierno, corrupción y problemas de seguridad.

También se critica a los expresidentes y se acusa a los medios de desprestigiar al actual presidente. Además, se observa que algunos usuarios de las redes intentan mantener una postura neutral mientras que otros expresan su apoyo a algún partido político. Hay pocas opiniones que consideran el programa aburrido y fallido, y hay quienes elogian a los invitados por sus opiniones.

Por otro lado, se destacan los comentarios en los que se desea ver más debates y conversaciones sobre política, evitando el fanatismo, para que los jóvenes aprendan sobre el tema. También se proponen invitados, como algún político en particular; por ejemplo, Margarita Zavala.

En cuanto a las opiniones sobre su labor periodística, se valoran aquellos periodistas que se consideran valientes y héroes mexicanos por exponer la corrupción y el crimen en el poder y la política en México. Otros integrantes de la audiencia expresaron una opinión positiva sobre el programa y su conductora, quienes agradecieron al canal por las noticias y desearon más entrevistas de personajes involucrados en la política.

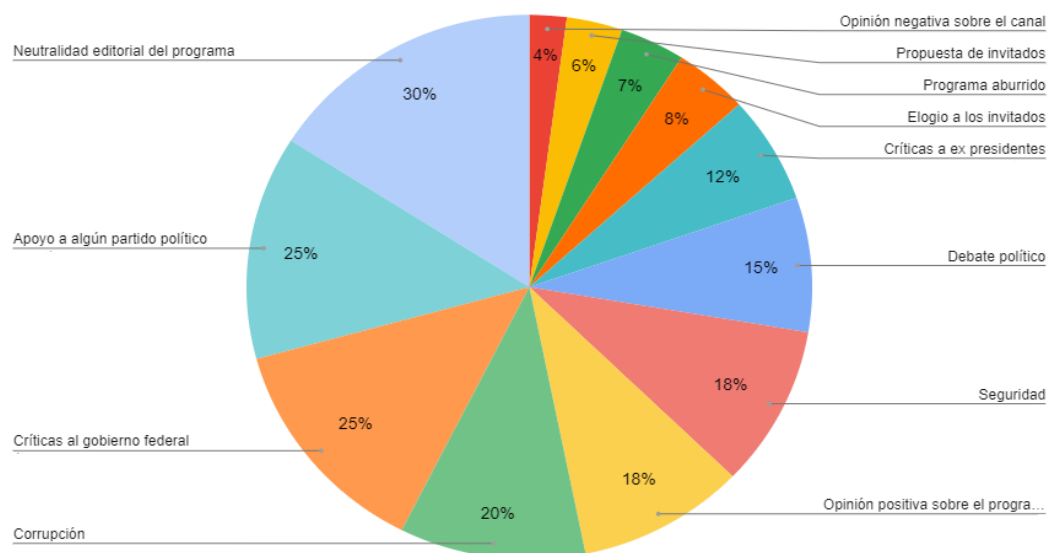
Sin embargo, solo hubo una opinión sobre el hecho que el Canal 14 es un medio de adoctrinamiento del gobierno que no fomenta la cultura, sino que la reprime.

En la siguiente tabla y gráfica se clasifican los comentarios de las audiencias por temas:

Tema	%
Opinión negativa sobre el canal	4%
Propuesta de invitados	6%
Programa aburrido	7%
Elogio a los invitados	8%
Críticas a expresidentes	12%
Debate político	15%
Seguridad	18%
Opinión positiva sobre el programa y su conductora	18%
Corrupción	20%
Críticas al gobierno federal	25%
Apoyo a algún partido político	25%
Neutralidad editorial del programa	30%

Tabla 1. Temas que mencionan las audiencias. Tabla de elaboración propia

Opiniones



3.4 Análisis de los comentarios de quejas

Del total de comunicaciones elaboradas por las audiencias, solo el 3% corresponde a quejas, totalizando 16 comentarios. Dichos señalamientos sugieren, en su mayoría, una percepción negativa por parte de las audiencias hacia la postura de los invitados de Sabina Berman. Asimismo, se registraron críticas más específicas, como la calificación de "ignorante y cerrada" dirigida a una invitada en particular:

A qué doña Queta, tan necia y tan cerrada, lo que hace la ignorancia, pero es con todo respeto, para que no se sienta ofendida, las cosas como son.

(Comunicación vía redes sociales).

Esta Sra. (invitada). Se nota a ratos ignorante. Se me hace coherente y polémico este tema.

(Comunicación vía redes sociales).

Las quejas también estuvieron dirigidas hacia la conductora Sabina Berman, especialmente por las interrupciones frecuentes durante las entrevistas. Bajo la misma lógica, se destacó un señalamiento que sugiere la percepción de que acapara la conversación.

Carajo mujer. Déjalo hablar!!! Deja tus anécdotas para un programa tuyo, lo interrumpes a cada rato.

(Comunicación vía redes sociales).

No me encanta Sabina Berman, interrumpe mucho la posibilidad de acabar las ideas.

(Comunicación vía redes sociales).

Sigo invitándolos a que la planeación del programa se enfoque a capitalizar el conocimiento de los invitados, los interrumpe mucho y se pierde la energía.

(Comunicación vía redes sociales).

Por otro lado, se recibió una crítica que cuestiona la calidad de las preguntas planteadas, la cual sugiere que la conductora revictimiza a la entrevistada.

Mucha especulación y una entrevista muy tendenciosa.

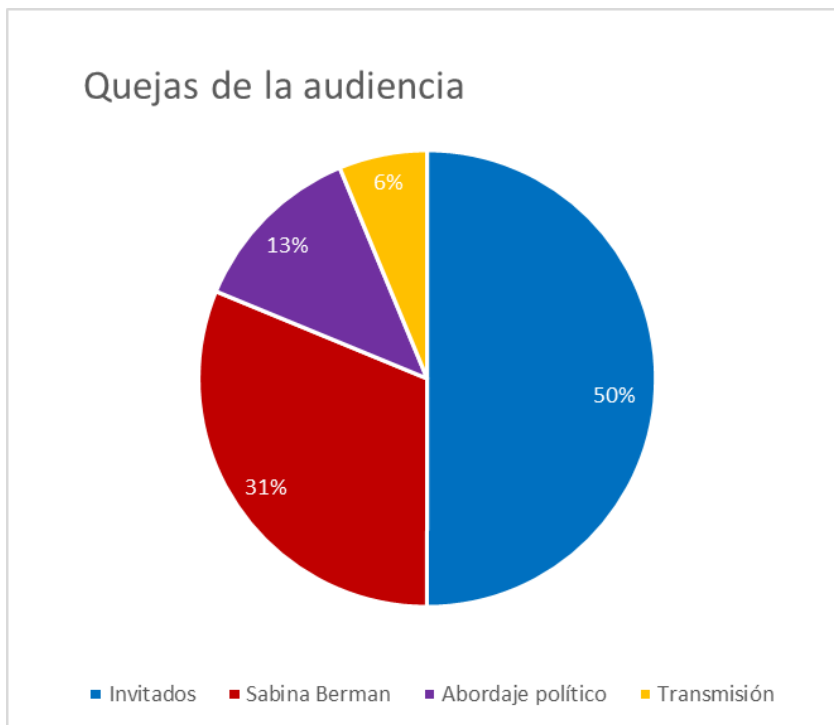
(Comunicación vía redes sociales).

Siento que está revictimizándola con esas preguntas como el preguntar si ella se daba cuenta a los 8 años del abuso o que si eso estaba mal.

(Comunicación vía redes sociales).

Una persona percibió el programa como un modo de campaña político-electoral disfrazada, debido al abordaje de figuras cercanas al presidente, como Adán Augusto López. Por otro lado, se cuestionó por qué no se brindó toda la información.

A continuación, se presenta gráficamente el contenido de los comentarios de queja:



3.5 Análisis de los comentarios de consulta

Solo se manifestó una comunicación de consulta por parte de una audiencia para solicitar un espacio de participación en el programa. Del total de los comentarios realizados, solo el 0.2% corresponde a consultas.

Envié a Canal 14, por medio de un formato digital, la problemática que tenemos varios profesores de la universidad para que se nos diera voz en dicho canal, por medio de la Sra. Sabina Berman, quien dirige el programa Largo Aliento.

(Comunicación vía redes sociales).

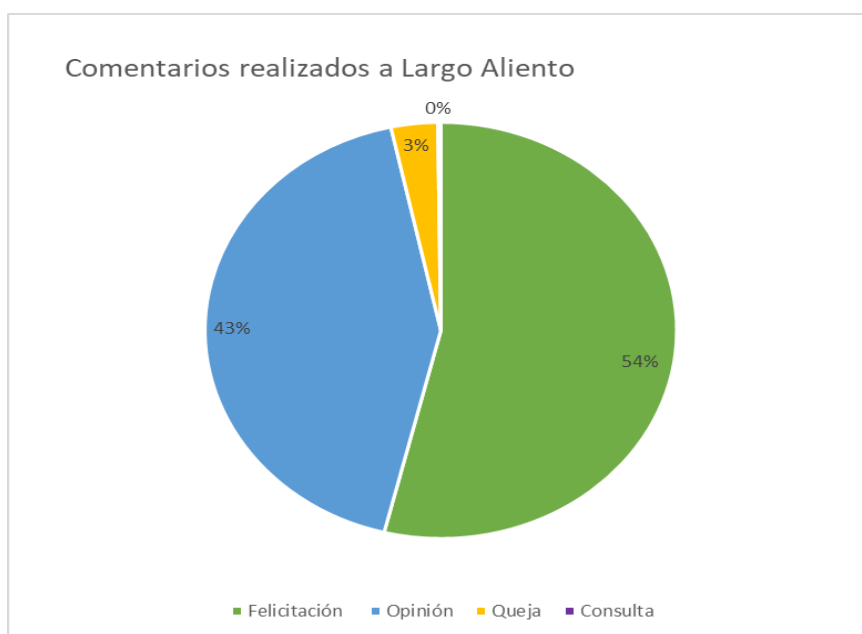
Por lo demás, el programa se percibe como un modo de colaboración con las audiencias para visibilizar y encaminar soluciones a situaciones problemáticas que enfrentan grupos específicos de personas.

Excelente trabajo Sabina y Jesús, la corrupción en el poder judicial es el tema del presente y futuro y se requiere de la unión de todos los mexicanos para presentar un sólido frente que pida cuentas a este organismo vendido y "autónomo" que obedece a los intereses de las oligarquías. Sin justicia no hay futuro para México.

(Comunicación vía redes sociales).

Muchas gracias por ayudar a abrir más los ojos y lograr una mayor conciencia acerca del suelo que pisamos.

(Comunicación vía redes sociales).

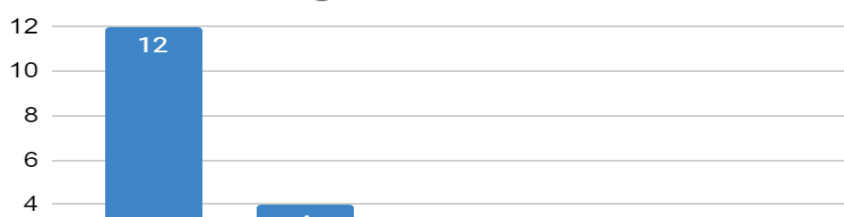


3.6 Pluralidad política en las emisiones

Adicional a las felicitaciones a Sabina Berman y al equipo que conforma el programa, es importante resaltar la participación y colaboración de los invitados. Específicamente en el periodo que comprende de enero a abril del 2023, de 20 invitaciones que se realizaron, ninguna fue rechazada. Los invitados son Actores sociales diversos y políticos de los partidos Morena, PAN, PRI y MC.

A continuación, se muestra en número invitados y el origen de los mismos:

Invitaciones Largo Aliento



4. Conclusiones

1. En general, el programa es muy bien recibido por las audiencias; les gusta mucho por su imparcialidad en el abordaje a temas como la política y la corrupción; asimismo, por la calidad de las entrevistas e invitados, y el profesionalismo y la habilidad para llevar a cabo dichas conversaciones de manera exitosa, clara y comprensible.

2. A través del programa, las audiencias pueden conocer más sobre las tareas y problemáticas de funcionarios públicos y políticos; las entrevistas contribuyen a que los ciudadanos puedan entender mejor la vida política del país de una manera lúdica y didáctica.

3. Hubo pocas quejas, las cuales resaltan la postura de los invitados de Sabina Berman y las interrupciones frecuentes a los entrevistados. Existe la percepción entre las audiencias respecto a que la conductora acapara la conversación de los invitados. Largo aliento es un programa informativo; sin embargo, la conductora a menudo realiza opiniones. De acuerdo con el Artículo 256 (fracción III) de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, se tiene que diferenciar con claridad “la información noticiosa de la opinión de quien la presenta”.

5. Es interesante observar cómo el programa contribuye a enriquecer la pluralidad política del Canal 14, al invitar a representantes de distintos partidos políticos, y sobre todo de diversos organismos de la sociedad civil.

6. Por último, se sugiere que la conductora motive a que las audiencias envíe comentarios sobre el programa a través de la defensoría.

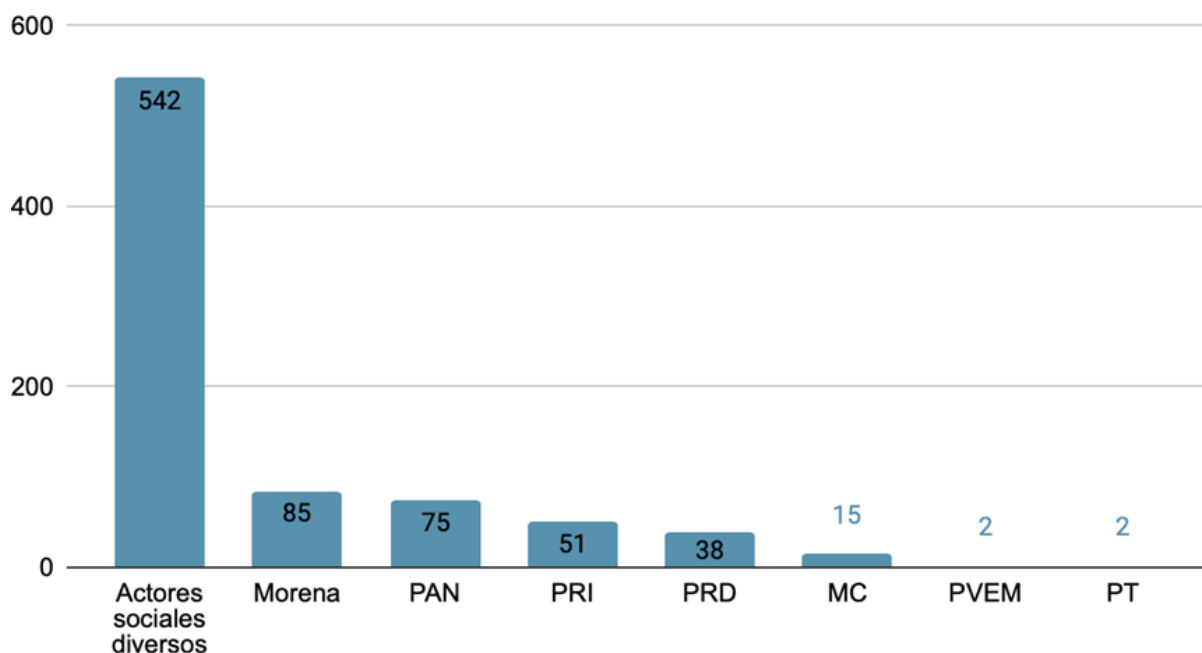
2.2.2 Pluralismo en invitaciones a partidos políticos

Invitaciones

En el periodo comprendido de enero del año 2022 a septiembre del año 2023, para el área de noticias así como los programas *Polémica en redes* y *Largo aliento*, se hicieron llegar una serie de invitaciones a actores sociales diversos y siete partidos políticos: Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido de la Revolución Democrática (PRD), Movimiento Regeneración Nacional (Morena), Movimiento Ciudadano (MC), Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y Partido del Trabajo (PT) .

En total se enviaron 810 invitaciones: 542 corresponden a actores sociales diversos, 85 corresponden a Morena, 75 corresponden al PAN, 51 corresponden al PRI, 38 corresponden al PRD, 15 corresponden al MC, 2 corresponden al PVEM y 2 corresponden al PT.

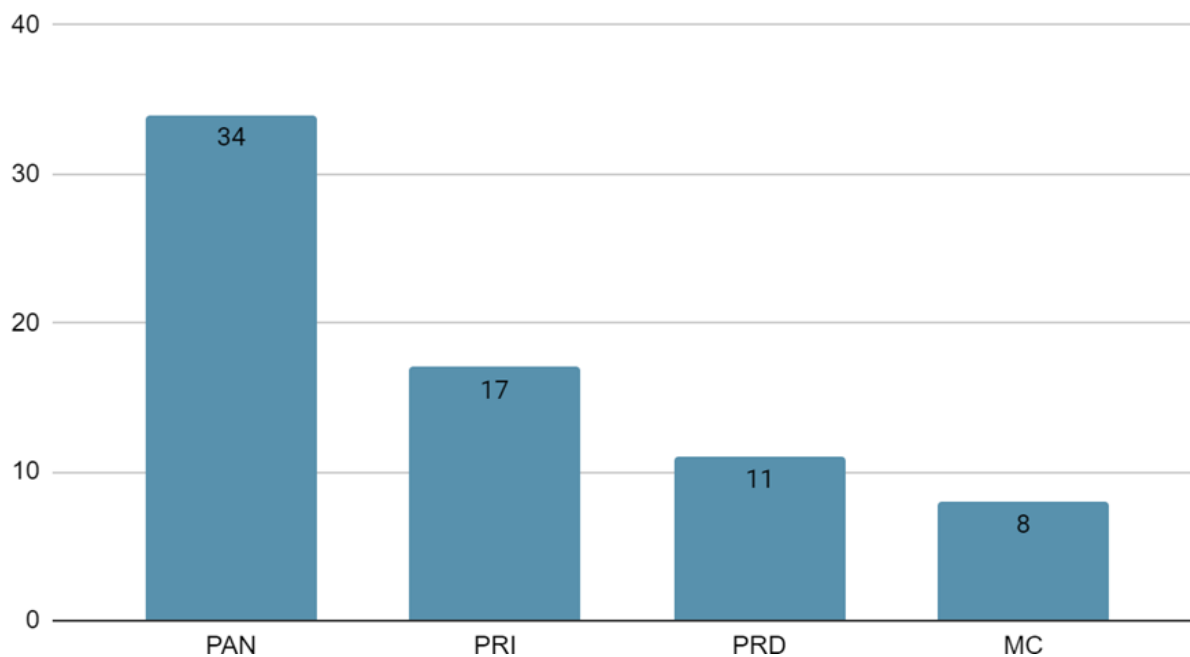
Invitaciones



Sin responder

Es importante destacar que de las 810 invitaciones, 70 no fueron respondidas. De los siete partidos políticos contactados, cuatro no respondieron a algunas de las invitaciones: por parte del PAN no se respondieron 34, por parte del PRI no se respondieron 17, por parte del PRD no se respondieron 11 y por parte del MC no se respondieron 8.

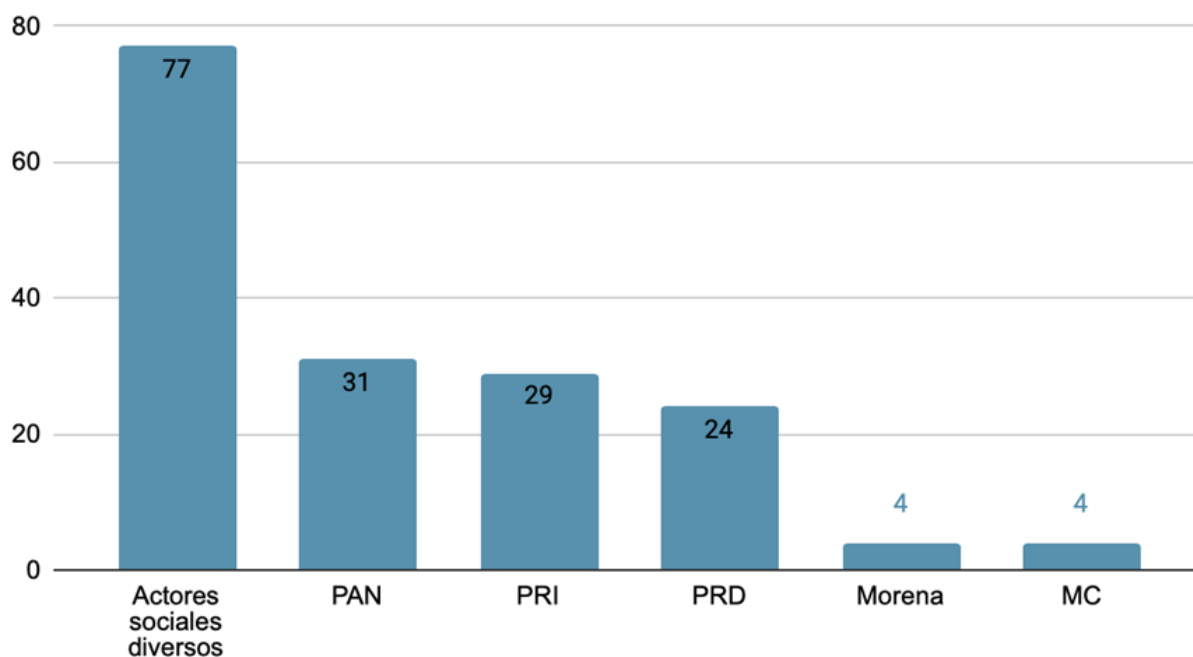
Sin responder



Rechazadas

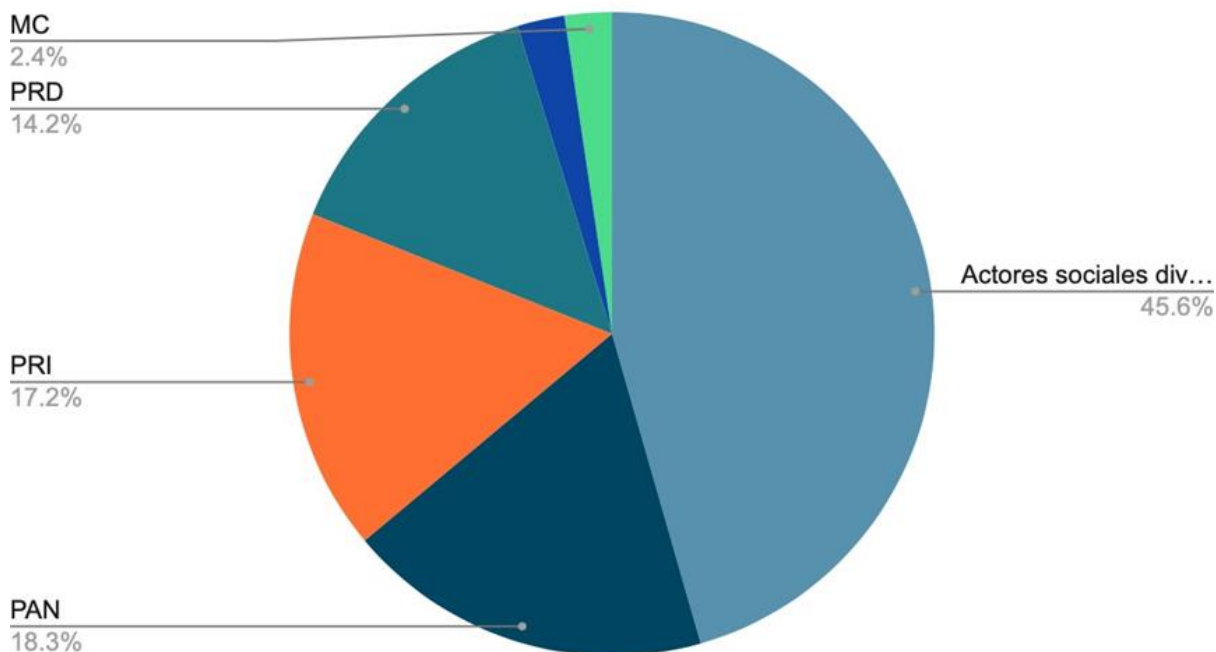
De las 810 invitaciones, 169 fueron rechazadas. En total, los actores sociales rechazaron 77 invitaciones y de los siete partidos políticos contactados, cinco rechazaron algunas de las invitaciones: por parte del PAN se rechazaron 31, por parte del PRI se rechazaron 29, por parte del PRD se rechazaron 24, por parte de Morena se rechazaron 4 y por parte del MC se rechazaron 4.

Rechazadas



El 45.6% corresponde a los actores sociales diversos, el 18.3% corresponde al PAN, el 17.2% corresponde al PRI, el 14.2% corresponde al PRD, el 2.4% corresponde a Morena y el 2.4% corresponde al MC.

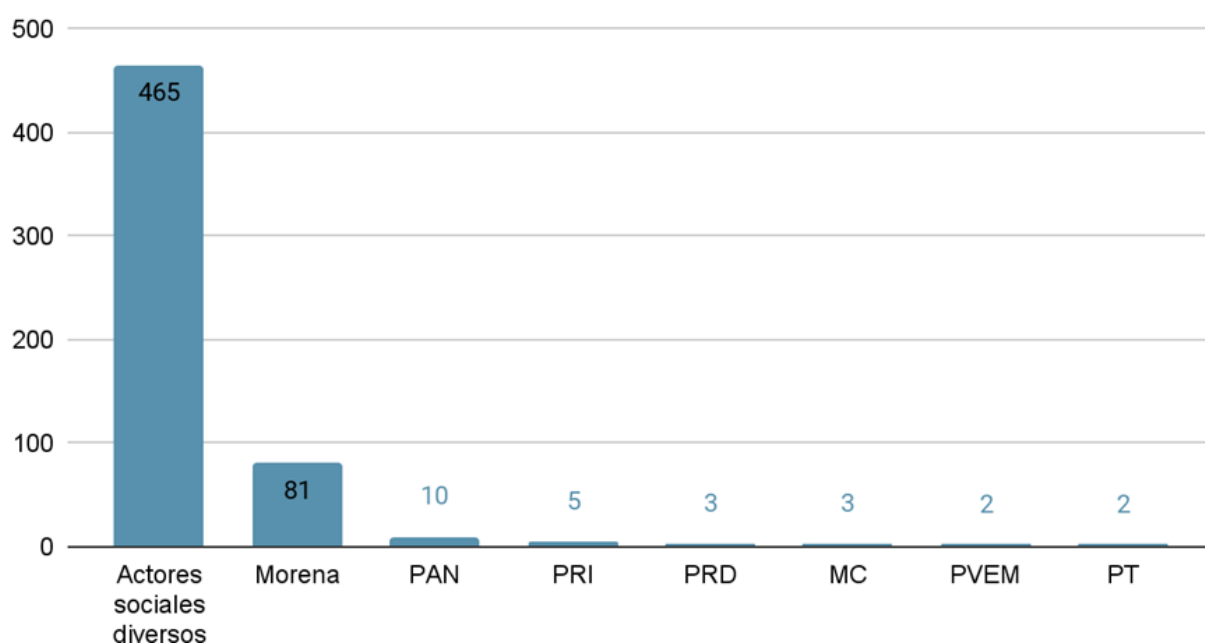
Rechazadas



Aceptadas

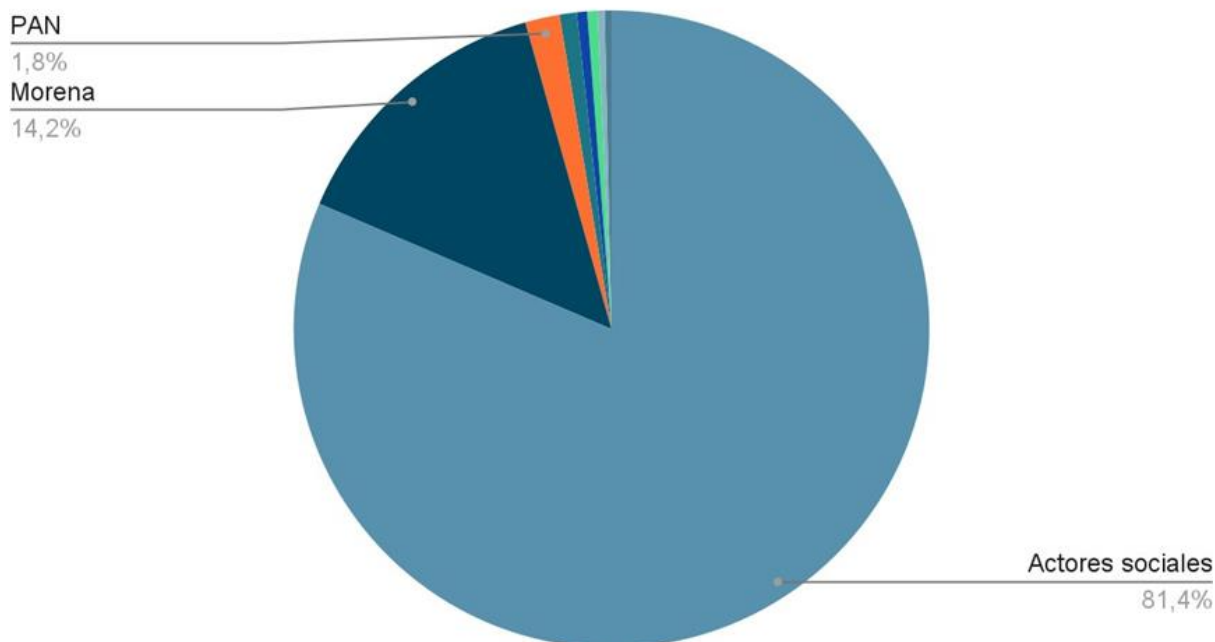
En total entre los actores sociales diversos y los siete partidos políticos, fueron aceptadas 571 invitaciones, de las cuales; 465 corresponden a los diversos actores sociales, 81 corresponden a Morena, 10 corresponden al PAN, 5 corresponden al PRI, 3 corresponden al PRD, 3 corresponden al MC, 2 corresponden al PVEM y 2 corresponden al PT. El 81.4% pertenece a los actores sociales diversos, el 14.2% pertenece a Morena, el 1.8%

Aceptadas



pertenece al PAN, el 0.9% pertenece al PRI, el 0.5% pertenece al PRD, el 0.5% pertenece al MC, 0.4% pertenece al PVEM y el 0.4% pertenece al PT.

Aceptadas



Noticias

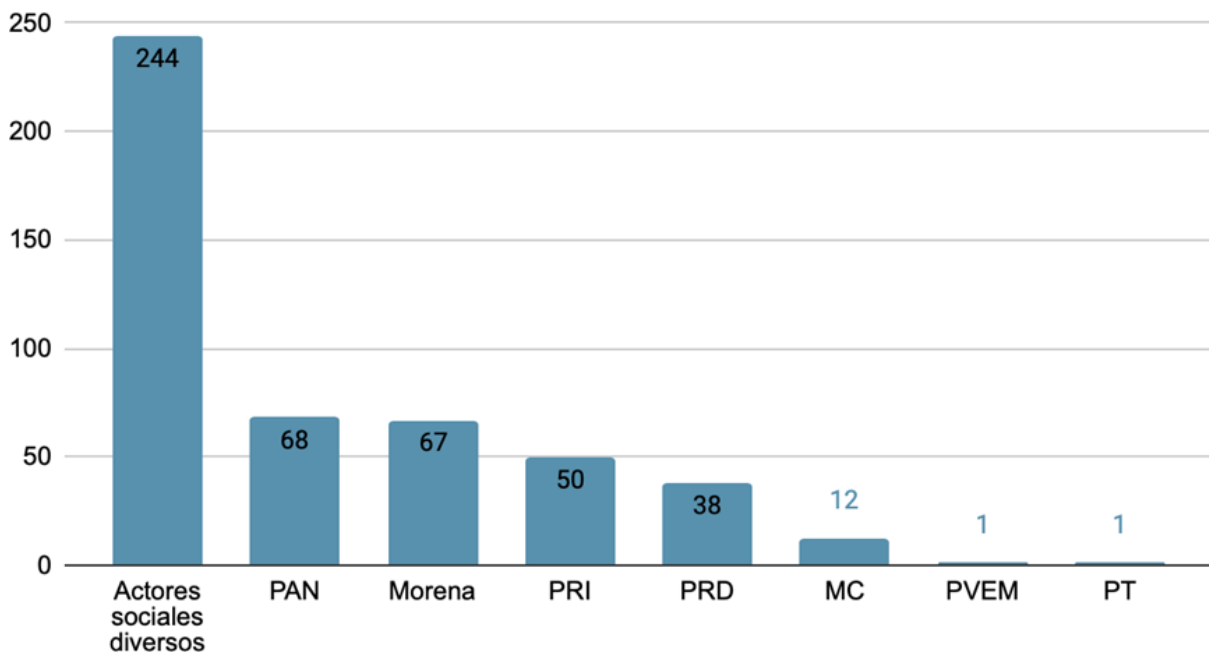
Invitaciones

En el periodo comprendido de marzo del año 2022 a septiembre del año 2023, el área de noticias hizo llegar una serie de invitaciones a actores sociales diversos y siete partidos políticos: Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido de la Revolución Democrática (PRD), Movimiento Regeneración Nacional (Morena), Movimiento Ciudadano (MC), Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y Partido del Trabajo (PT).

En total se enviaron 481 invitaciones: 244 corresponden a actores sociales diversos, 68 corresponden al PAN, 67 corresponden a Morena, 50 corresponden al PRI, 38 corresponden al PRD, 12 corresponden al MC, 1 corresponde al PVEM y 1 corresponde al

PT.

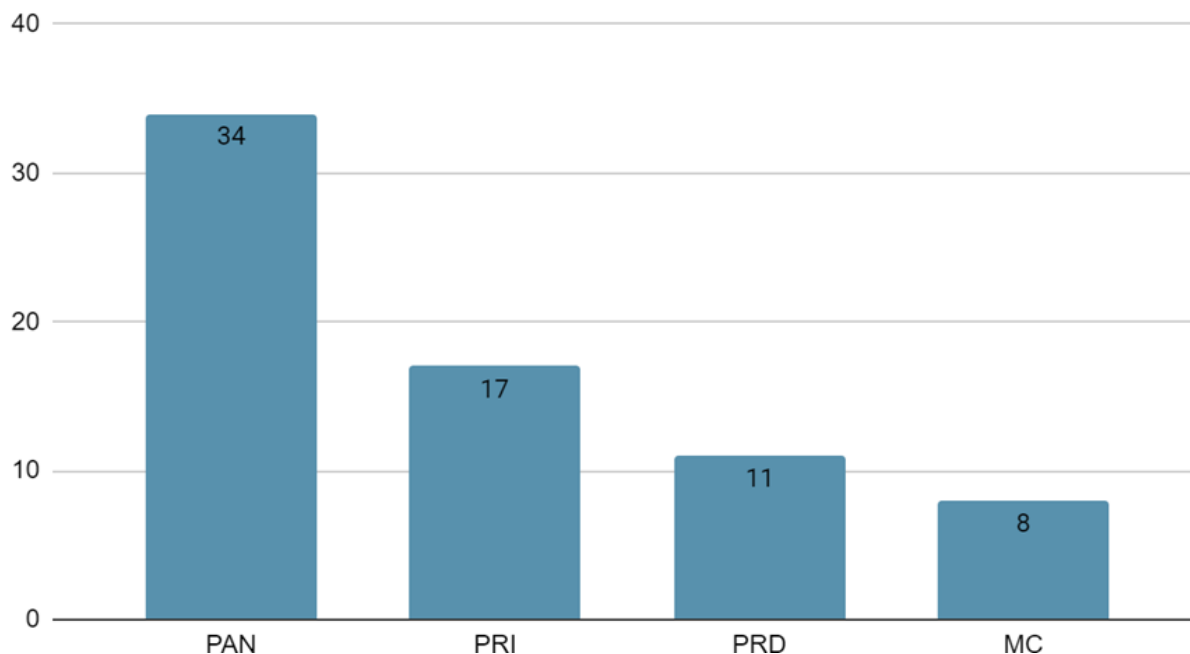
Invitaciones



Sin responder

Es importante destacar que de las 481 invitaciones, 70 no fueron respondidas. De los siete partidos políticos contactados, cuatro no respondieron a algunas de las invitaciones: por parte del PAN no se respondieron 34, por parte del PRI no se respondieron 17, por parte del PRD no se respondieron 11 y por parte del MC no se respondieron 8.

Sin responder

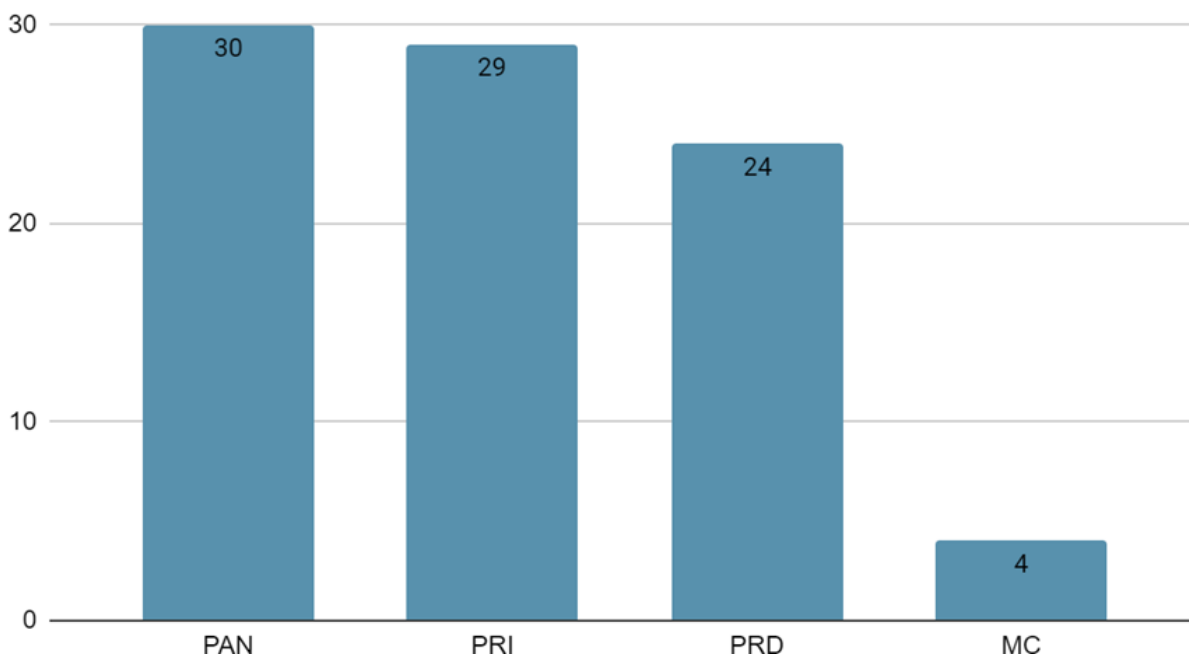


Rechazadas

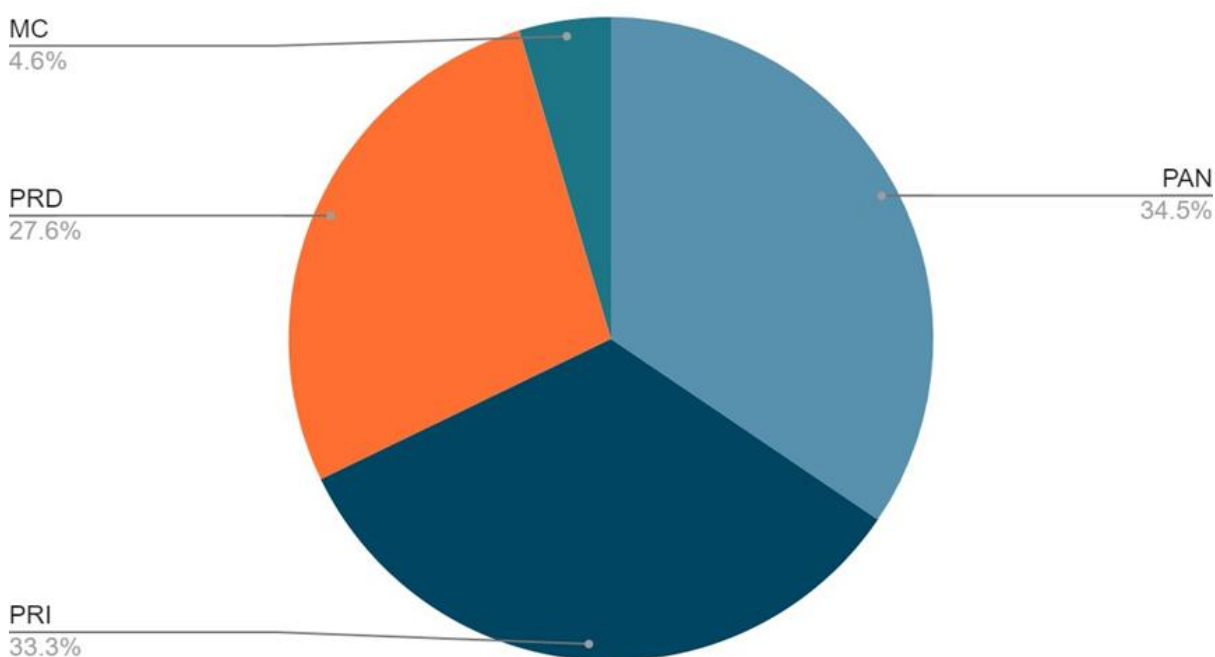
De las 481 invitaciones, 87 fueron rechazadas. En total, de los siete partidos políticos contactados, cuatro rechazaron algunas de las invitaciones: por parte del PAN se rechazaron 30, por parte del PRI se rechazaron 29, por parte del PRD se rechazaron 24 y por parte del MC se rechazaron 4.

El 34.5% corresponde al PAN, el 33.3% corresponde al PRI, el 27.6% corresponde al PRD y el 4.6% corresponde al MC.

Rechazadas



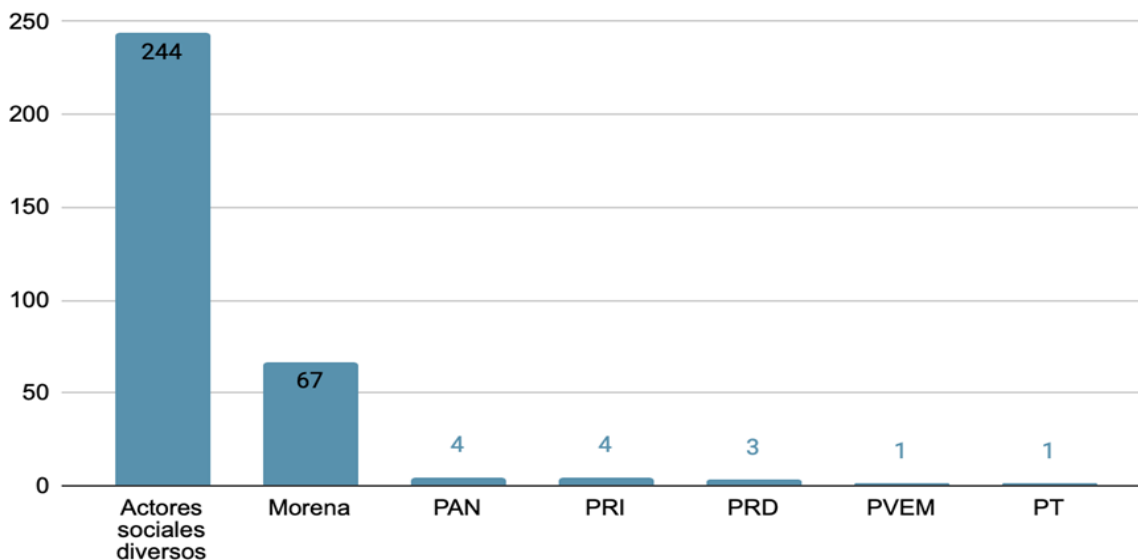
Rechazadas



Aceptadas

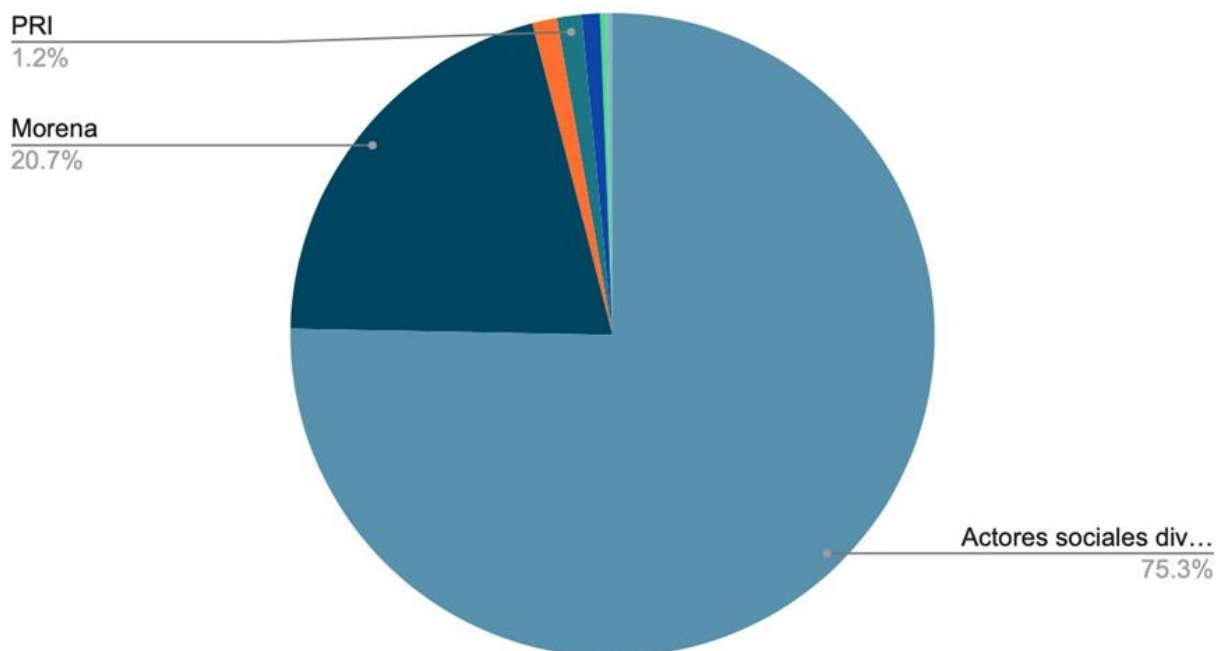
En total entre los actores sociales diversos y seis partidos políticos fueron aceptadas 324 invitaciones, de las cuales; 244 corresponden a los diversos actores sociales, 67 corresponden a Morena, 4 corresponden al PRI, 4 corresponden al PAN, 3 corresponden al PRD, 1 corresponde al PVEM y 1 corresponde al PT.

Aceptadas



El 75.3% pertenece a los actores sociales diversos, el 20.7% pertenece a Morena, el 1.2% pertenece al PRI, el 1.2% pertenece al PAN, el 0.9% pertenece al PRD, el 0.3% pertenece al PVEM y el 0.3% pertenece al PT.

Aceptadas



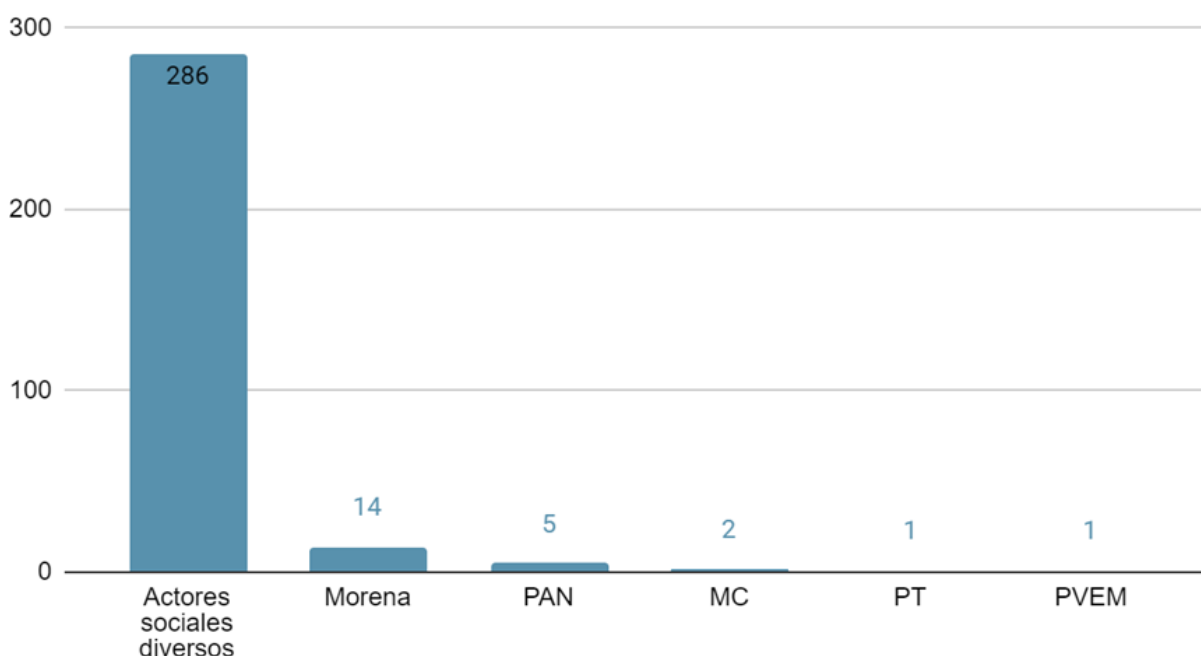
Polémica en redes

Invitaciones

En el periodo comprendido de enero del año 2022 a julio del año 2023, con motivo de participación en el programa Polémica en redes, se hicieron llegar una serie de invitaciones a actores sociales diversos y cinco partidos políticos: Movimiento Regeneración Nacional (Morena), Partido Acción Nacional (PAN), Movimiento Ciudadano (MC), Partido del trabajo (PT) y Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

En total se enviaron 309 invitaciones: 286 corresponden a actores sociales diversos, 14 corresponden a Morena, 5 corresponden al PAN, 2 corresponden al MC, 1 corresponde al PT y 1 corresponde al PVEM.

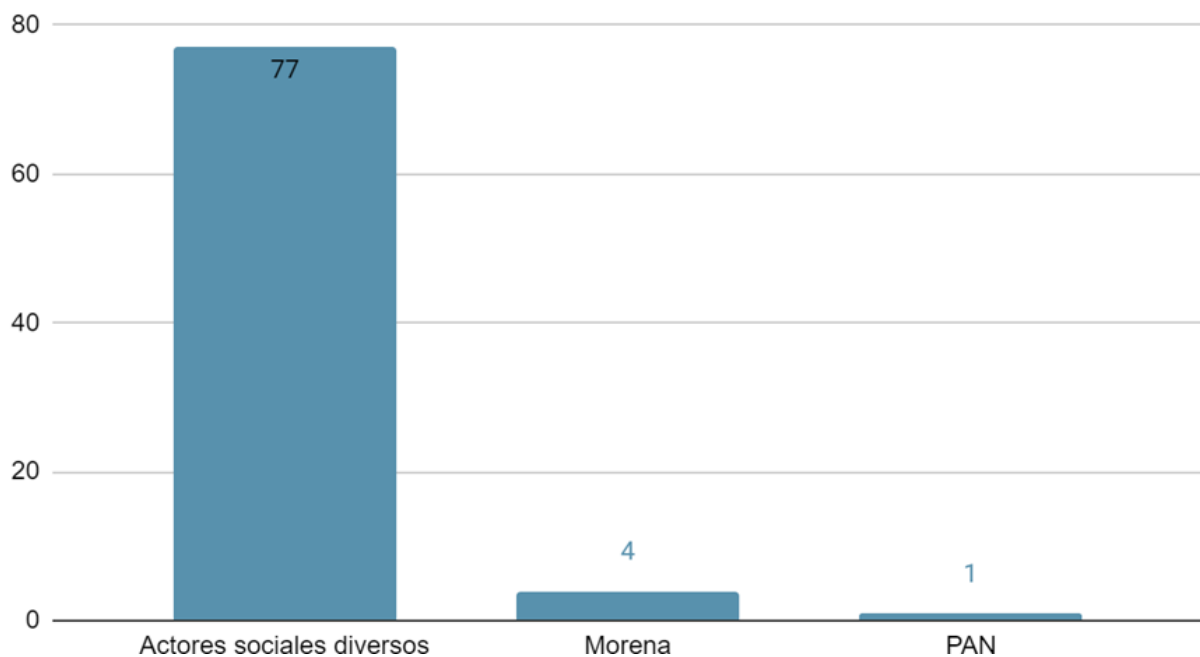
Invitaciones



Rechazadas

De las 309 invitaciones, 82 fueron rechazadas. En total, de los actores sociales diversos se rechazaron 77, mientras que de los cinco partidos políticos contactados, dos rechazaron algunas de las invitaciones: por parte de morena se rechazaron 4 y por parte del PAN se rechazó 1.

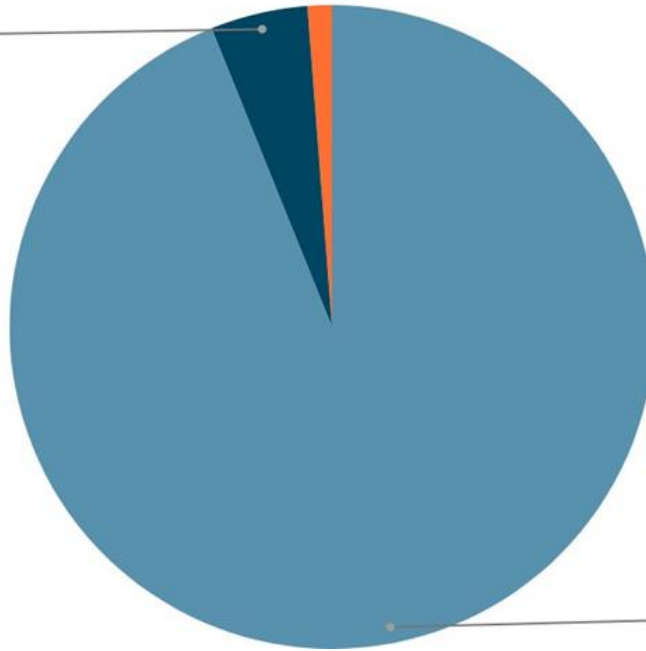
Rechazadas



El 93.9% corresponde a los actores sociales diversos, el 4.9% corresponde a Morena y el 1.2% corresponde al PAN.

Rechazadas

Morena
4.9%

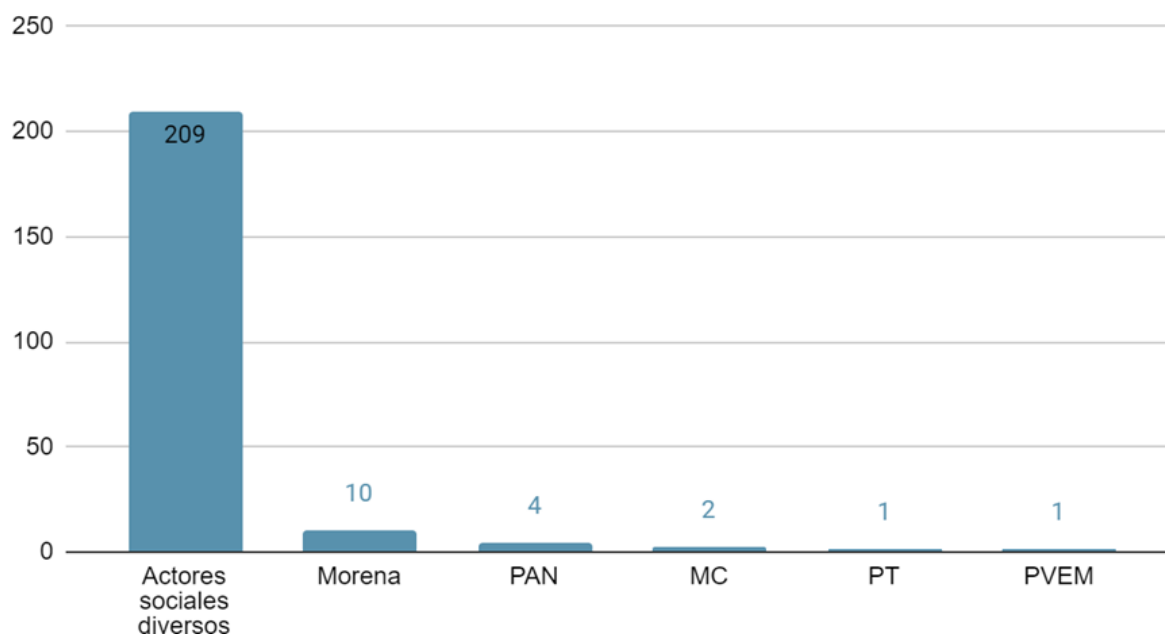


Actores sociales div...
93.9%

Aceptadas

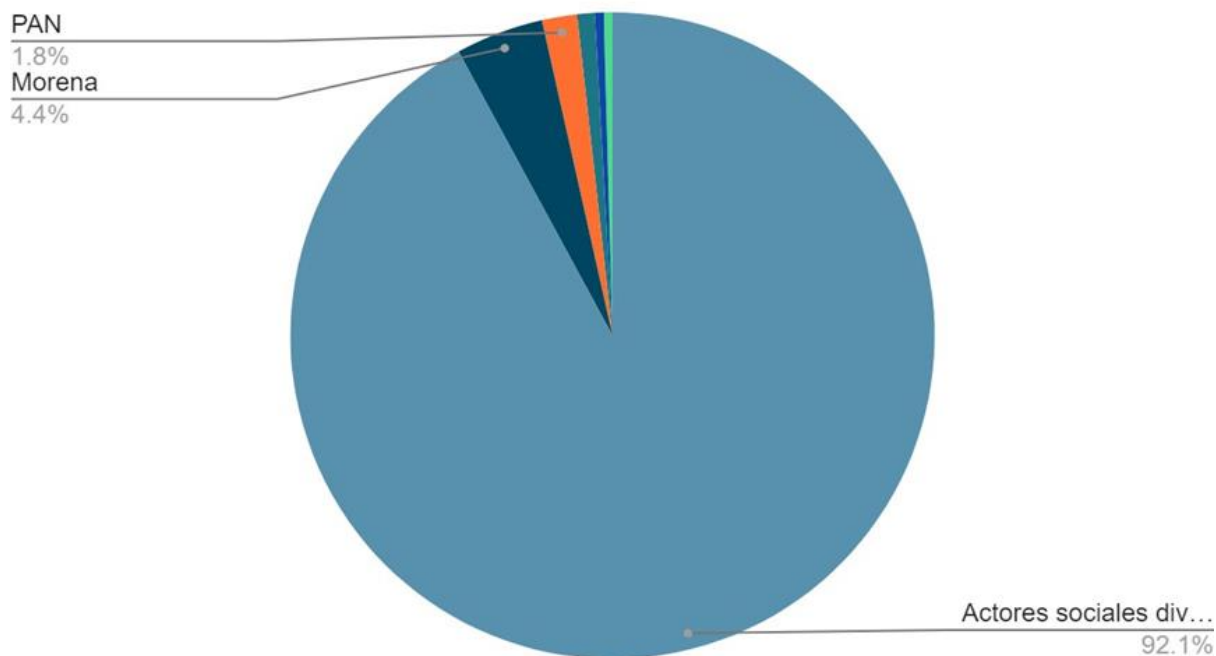
En total entre los actores sociales diversos y cinco partidos políticos fueron aceptadas 227 invitaciones, de las cuales; 209 corresponden a los diversos actores sociales, 10 corresponden a Morena, 4 corresponden al PAN, 2 corresponden al MC, 1 corresponde al PT y 1 corresponde al PVEM.

Aceptadas



El 92.1% corresponde a los actores sociales diversos, el 4.1% corresponde a Morena, el 1.8% corresponde al PAN, el 0.95 corresponde al MC, el 0.4% corresponde al PT y el 0.4% corresponde al PVEM.

Aceptadas



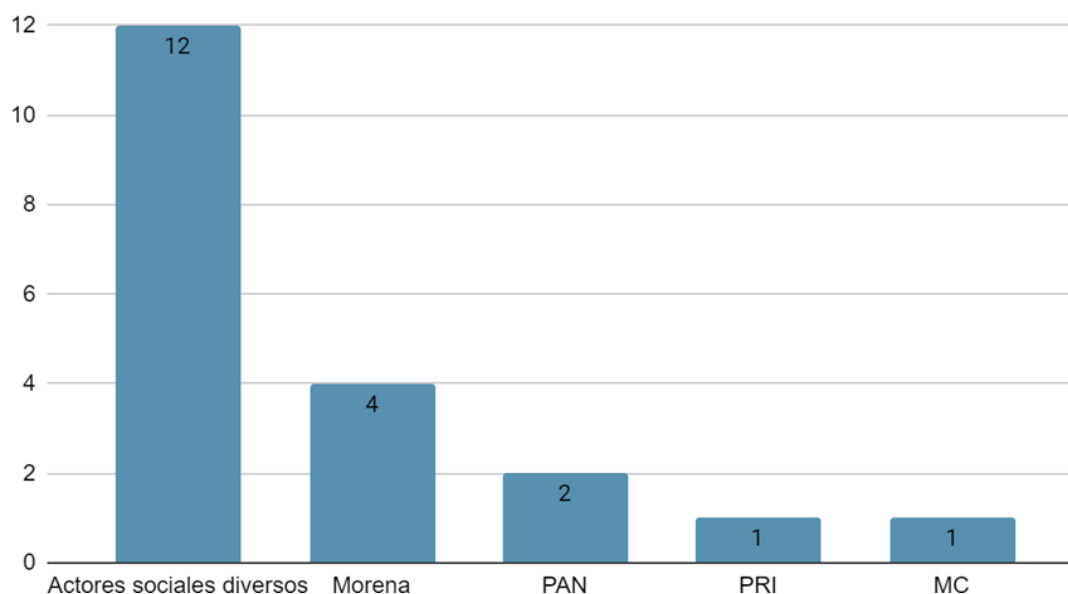
Largo aliento

Invitaciones

En el periodo comprendido de enero a abril del año 2023, con motivo de participación en el programa Largo aliento, se hicieron llegar una serie de invitaciones a actores sociales diversos y cuatro partidos políticos: Movimiento Regeneración Nacional (Morena), Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Movimiento Ciudadano (MC).

En total se enviaron 20 invitaciones: 12 corresponden a actores sociales diversos, 4 corresponden a Morena, 2 corresponden al PAN, 1 corresponde al PRI y 1 corresponde al MC.

Invitaciones



2.2.3 Análisis de los comentarios de las audiencias sobre el programa Abiertamente



Elaborado por la Defensoría de las Audiencias (diciembre del 2023)

Índice

1. Objetivo
2. Metodología
3. Encuesta 1. ¿Qué temas te gustaría que se abordarán en el programa Abiertamente?
 - 3.1 Temas sugeridos
4. Encuesta 2. ¿Qué cambiarías del programa Abiertamente?
 - 4.1 Escenografía
 - 4.2 Conducción
 - 4.3 Felicitaciones
 - 4.4 Difusión
 - 4.5 Lenguaje
 - 4.6 No ven necesarios cambios
 - 4.7 Horarios, panelistas y contenido
5. Encuesta 3. ¿Te gusta el programa Abiertamente?
6. Encuesta 4. ¿En qué horario te gustaría ver Abiertamente?
 - 6.1 Hora en específico (Comenta)
7. Conclusiones

1. Objetivo

Conocer las actitudes de las audiencias sobre el programa Abiertamente, con el fin de obtener retroalimentación del público que ayude a identificar elementos de mejora en la producción y conducción.

2. Metodología

Se realizaron 4 encuestas distintas en el canal de difusión de Canal 14 por YouTube los días 24, 27, 31 de octubre y 28 de noviembre de 2023. Las preguntas fueron propuestas y consensuadas entre la Dirección del Canal 14 y la Defensoría de las audiencias. Cada encuesta contenía una pregunta distinta: 1. ¿Qué temas te gustaría que se abordarán en el programa Abiertamente? 2. ¿Qué cambiarías del programa Abiertamente? 3. ¿Te gusta el programa Abiertamente? 4. ¿En qué horario te gustaría ver Abiertamente?

Las preguntas fueron enfocadas a diferentes rubros del programa, como: horario de transmisión, temas abordados, cambios sugeridos (conducción y escenografía), y saber si el programa actualmente es del gusto de las audiencias.

Cada pregunta tiene dos tipos de respuestas: abierta y cerrada. Por ejemplo, en la encuesta 2, ¿Qué cambiarías del programa Abiertamente? se ponen como respuestas cerradas: 1) **la escenografía**, 2) **la conducción**. La respuesta 3) **otra (comenta)** se toma como opción abierta, ya que en esta las audiencias pueden elaborar su respuesta.

Se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo en las respuestas abiertas, porque es el espacio que tuvieron las audiencias para brindar opciones adicionales a las ya sugeridas por las encuestas. Los porcentajes obtenidos en las respuestas cerradas se encuentran graficados.

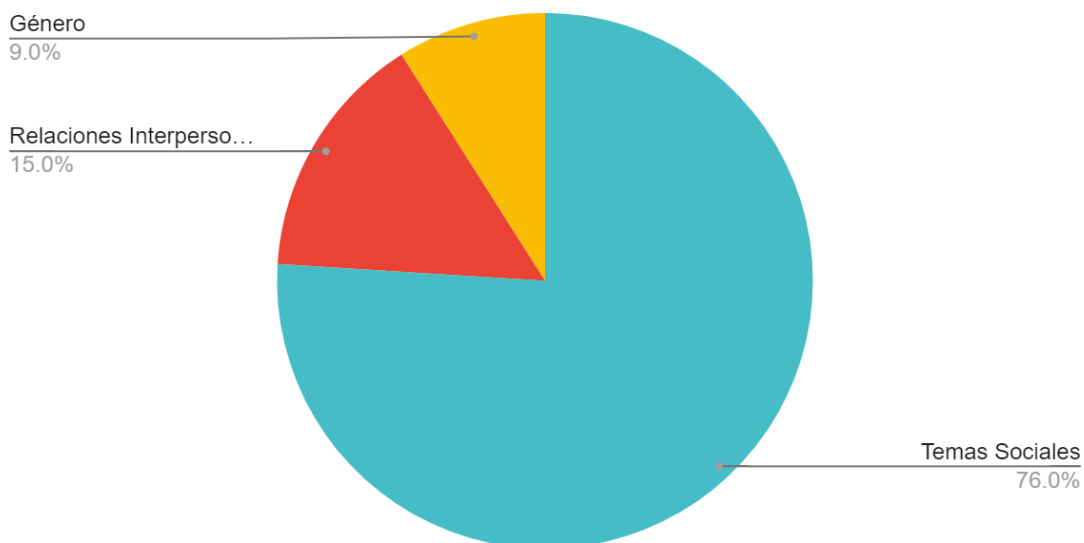
3. Encuesta 1

¿Qué temas te gustaría que se abordarán en el programa Abiertamente?

1. Género
2. Relaciones Interpersonales
3. Temas sociales

En la encuesta se recibieron 8 mil votos, de los cuales el 76% desea que se traten temas sociales, el 15% relaciones interpersonales y el 9% sugiere que se aborden temas sobre género.

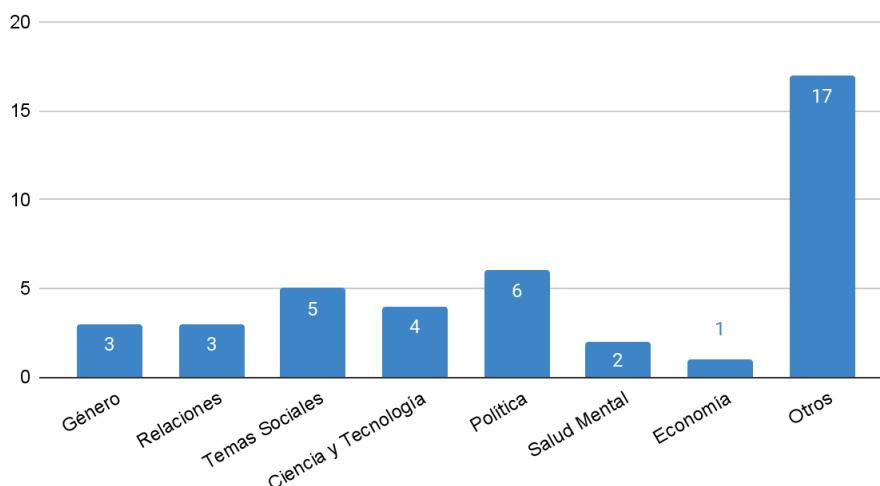
¿Qué temas te gustaría que abordaran en el programa Abiertamente?



Se recibieron 41 sugerencias de otros temas que se pudieran abordar en el programa.

Adicional a las respuestas planteadas en la encuesta (**Género, Relaciones Interpersonales, Temas sociales**), se añaden como propuestas de las audiencias las sugerencias: Ciencia y Tecnología, Política, Salud Mental, Economía y Otros. Los resultados se muestran en la siguiente gráfica:

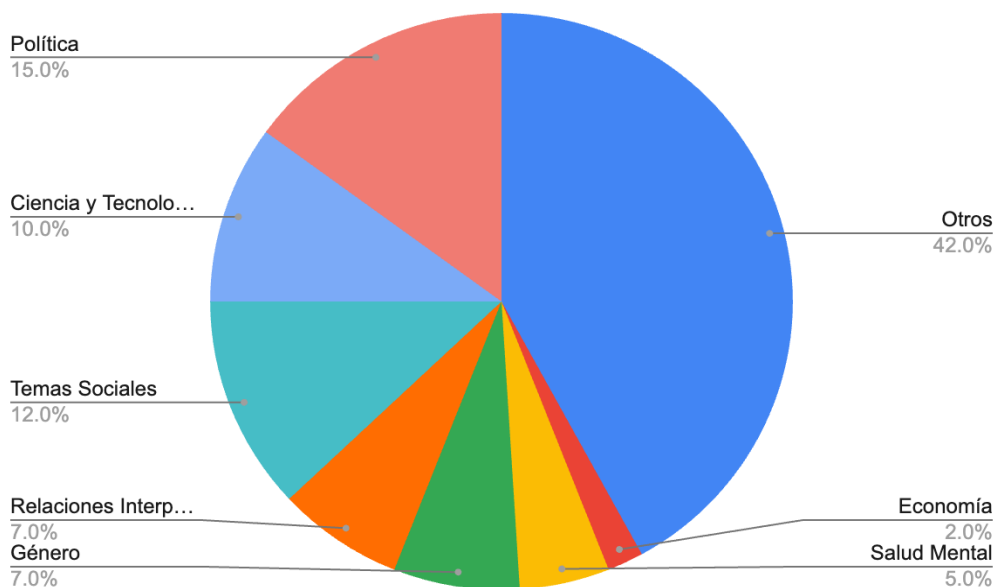
Temas sugeridos



Total: 41

En Otros, están incluidos una serie de comentarios que abordan felicitaciones, sugerencias de contenido ajeno al programa (series y películas), sugerencias para tratar todo tipo de contenido (sin especificar alguna categoría en particular), y otras más que sugieren no realizar cambios ya que actualmente les agradan las temáticas abordadas.

Dentro de esta categoría, hay un comentario en el que se sugiere que el programa sea transmitido por TV Mexiquense. De las sugerencias realizadas, el 42% corresponde a otros, el 15% a temas de política, el 12% a temas sociales, 7% a género, 7% a relaciones interpersonales, 5% a salud mental y el 2% a temas relacionados con la economía.



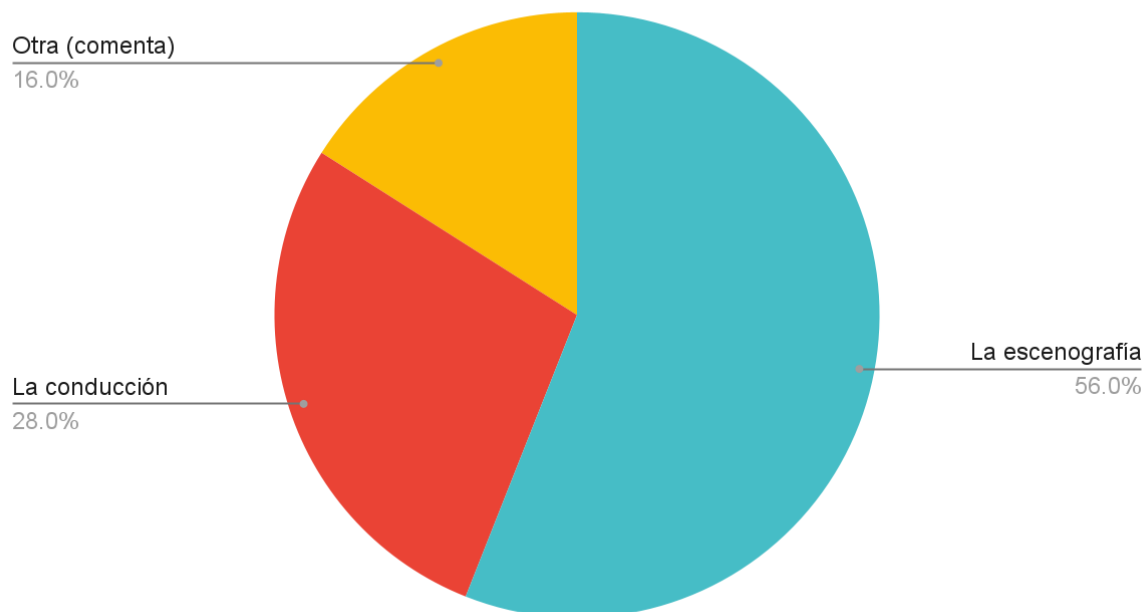
4. Encuesta 2

¿Qué cambiarías del programa Abiertamente?

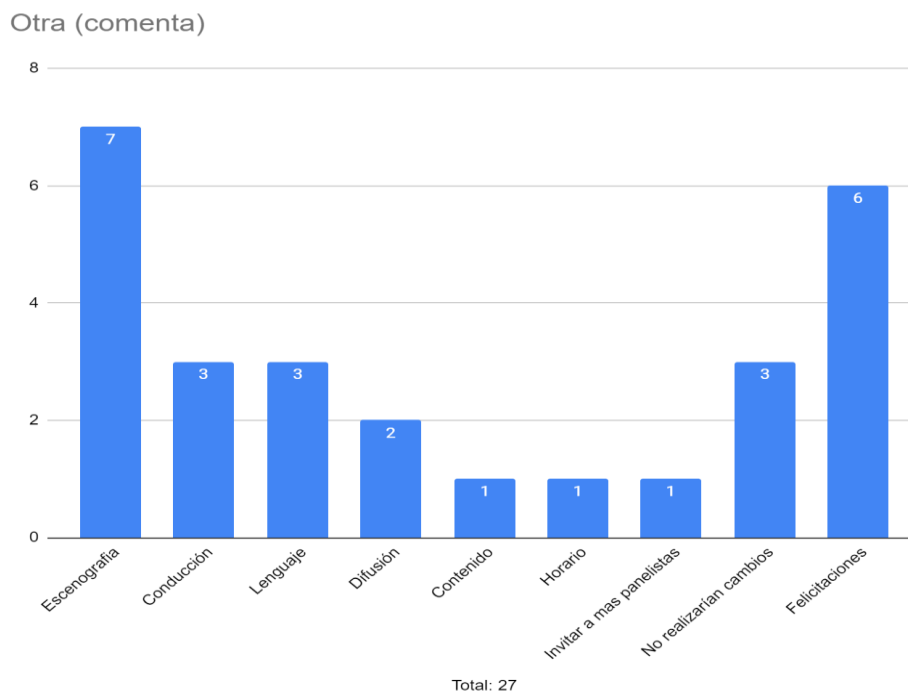
1. La escenografía
2. La conducción
3. Otra (comenta)

En la encuesta se recibieron 999 votos de los cuales, el 56% pide cambio de escenografía, el 28% por la conducción y el 16% optó por la opción Otra (comenta).

¿Que cambiarías del programa abiertamente?



Si se toman en cuenta todos los comentarios expuestos en la opción Otro (comenta), quedan clasificados de la siguiente forma:



A continuación se presentan los comentarios desglosados y su clasificación:

4.1 Escenografía

Para las audiencias el impacto visual que tiene la escenografía es de suma importancia, esto se ve reflejado en el 55.6% de los votos dentro de la respuesta cerrada 1. *La escenografía*. Adicional a esto, en la opción 3. *Otra (comenta)* algunos participantes compartieron detalles específicos que perciben en la escenografía actual del programa.

De acuerdo a los comentarios, se sugiere utilizar colores más alegres y más iluminación, no cargarla de tantos elementos. Un voto comenta que *“todo está super bien”*, aún así, vota por la escenografía.

El programa es bueno y su contenido, pero creo que la escenografía a pesar de verse elegante, formal y pulcra, considero que debe sentirse más cómodo y menos formal.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

La escenografía está muy cargada, quitarle algunos adornos.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

La escenografía, con colores más alegres, yo le cambiaría la escenografía porque está muy triste y da melancolía.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

4.2 Conducción

Otro de los componentes medulares del programa es la conducción. Dentro de este rubro es interesante ver cómo hay una apreciación hacia la conductora. Entre los comentarios más relevantes se le pide que se puedan dar las sugerencias de las películas de una manera más pausada.

4.3 Felicitaciones

Se recibieron cuatro felicitaciones, tres van dirigidas al programa, una al canal y una a ambas.

Las felicitaciones al canal van dirigidas a los contenidos:

Desde el inicio hasta el día de hoy, el Canal 14 ha sido coherente, honesto y sin líneas tendenciosas en sus contenidos. Esperamos que sigan demostrando que no son iguales a otros contenidos, vendidos y apátridas. Gracias.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

Para mi esta bien la conducción y escenarios excelentes. Los felicito porque es único canal con acervo histórico y no se dejan influir mis felicitaciones y respetos.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

No es necesario cambiar nada en el programa... muchas felicidades a todo su equipo.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

Excelente el trabajo del equipo profesional que integra esta aplicación. Los felicito ampliamente. Muchas gracias por toda la información que nos ofrecen. Felicidades.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

4.4 Difusión

Dos participantes piden más difusión del programa, ya sea a lo largo de la programación, o por YouTube.

4.5 Lenguaje

Tres participantes hicieron comentarios sobre el lenguaje utilizado en el programa. Desde su punto de vista no es agradable e incluso impositivo el uso del lenguaje inclusivo.

¿Podemos decir todos y ya? gracias.
(Comentario de audiencia vía Youtube)

Yo le cambiaría de inmediato el lenguaje "inclusivo" que utiliza la conductora, "nosotres", ¡Qué es eso!
Precisamente por eso no veo el programa.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

¡Su lenguaje absurdo!
(Comentario de audiencia vía Youtube)

4.6 No ven necesarios cambios

Algunos participantes aprovecharon el espacio para externar que el programa es adecuado en cuanto a la producción, y no cambiarán nada dado que el contenido es de calidad.

4.7 Horarios, panelistas y contenido

Por último, un comentario nos da varias sugerencias, tomándose tres categorías, que son: cambio de horario, invitación de panelistas y contenido.

En cuestión de horario, no especifica la hora sugerida. Pero referente a la invitación de panelistas, sugiere a Eduardo Calixto, quien es investigador en ciencias médicas. Sobre el contenido, sugiere que el contenido con divulgación sea más actualizado:

Como he observado el que indaguen respecto a la dinámica del programa Abiertamente, quizás el horario en que lo transmiten, y además de la importancia de los temas interesantes, quizás sumar más expertos en el tema con enfoque de divulgación desde la explicación de las neurociencias.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

Percibo un poco el contenido con más elementos incluidos de la psicología de más antaño, quizás adecuar el contenido con divulgación más actualizado sería creo un poco más atractivo.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

El divulgador neurocientífico mexicano Eduardo Claixto, muestra una manera muy amena y detallada de la explicación de los temas, ojalá pudieran considerar su forma.

(Comentario de audiencia vía Youtube)

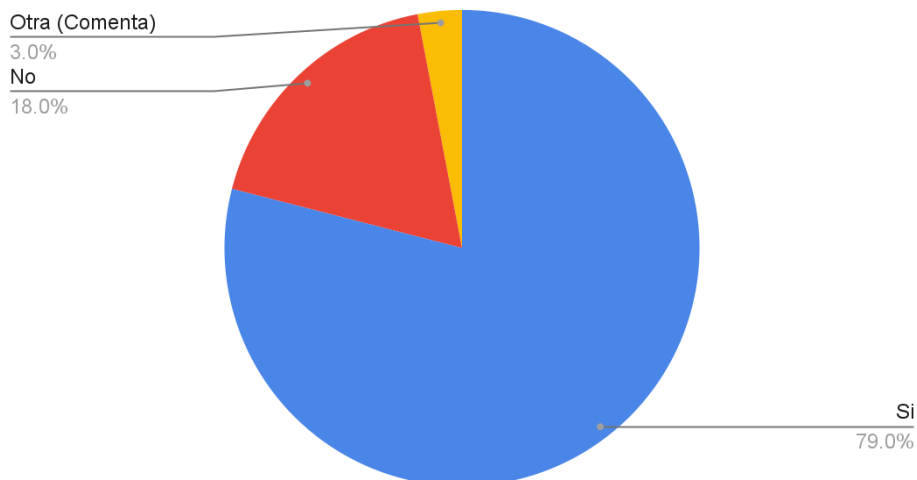
5. Encuesta 3

¿Te gusta el programa Abiertamente?

1. **Sí**
2. **No**
3. **Otra (Comenta)**

En este ejercicio obtuvimos 3,900 votos aproximadamente, de los cuales, a un 79% de los participantes les gusta el programa, y a un 18%, no. Mientras que un 3% optó por marcar la opción Otra (Comenta).

¿Te gusta el programa Abiertamente?



Enfocando el análisis hacia la categoría Otra (Comenta), obtuvimos un total de 12 comentarios.

Los comentarios realizados son una serie de expresiones que van enfocadas al contenido del programa (información, es un refrito, o no lo conocen)

Dos comentarios van dirigidos hacia conducción, en los que se pide que se puedan terminar las frases ya que ocasionalmente no se escucha por falta de oxígeno y en otro, se comenta que algunas de las palabras utilizadas son inexistentes (como el nosotros).

Otro comentario toca varios puntos, principalmente de contenido, dado que la audiencia comenta que no se aporta nada para la corrección de nuestra civilización, seguido de que no está de acuerdo con el lenguaje inclusivo.

Una interacción más sugiere que el programa sea transmitido por TV Mexiquense y otro que no lo ha visto, pero intuye que es un buen programa dado que los contenidos del Canal 14 son excelentes.

Por último, hay un comentario dirigido hacia el canal, en el que el televidente lo califica como excelente.

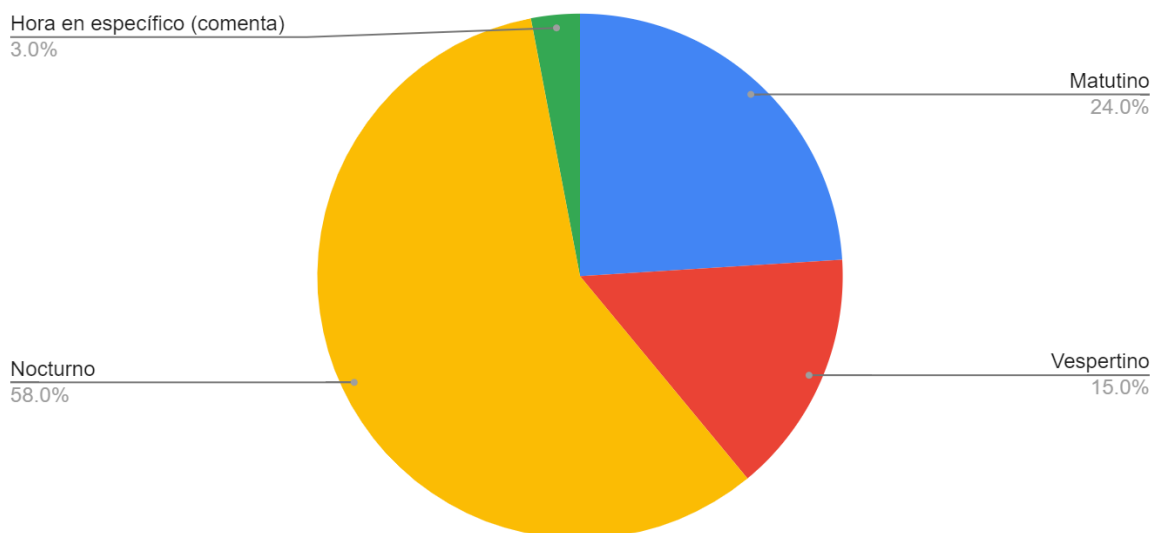
6. Encuesta 4

¿En qué horario te gustaría ver Abiertamente?

- 1. Matutino**
- 2. Vespertino**
- 3. Nocturno**
- 4. Hora en específico (comenta)**

En la encuesta, se recibieron 2 mil 200 votos aproximadamente, de los que el 58% sugieren que la transmisión sea nocturna, el 24% desea que sea matutina, y el 15% votan por una transmisión vespertina. El 3% restante votó por la opción Hora en específico (comenta).

¿En qué horario te gustaría ver Abiertamente?



6.1 Hora en específico (Comenta)

De los comentarios, en la última opción de la encuesta, se recibieron 19 sugerencias de horario de transmisión.

La tendencia es hacia horarios nocturnos, con 9 comentarios. Los horarios sugeridos van en una franja horaria de 20 a las 23 horas mayormente.

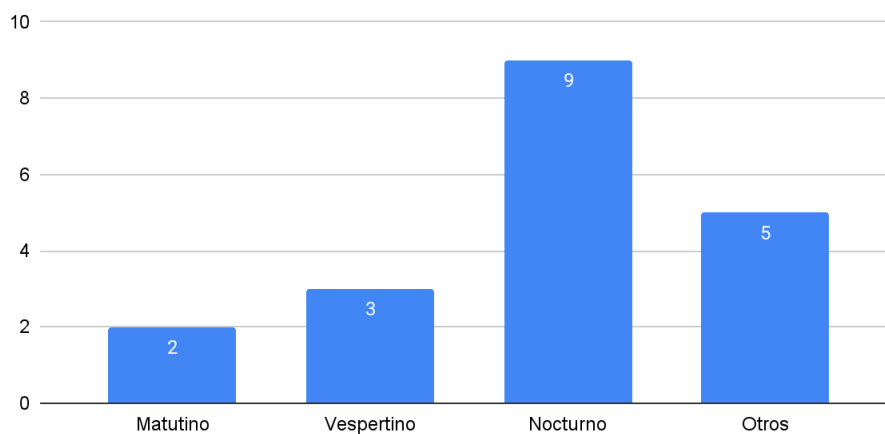
Una persona sugiere que sea transmitido a las 4 am. Adicional a esto, hay comentarios que solamente especifican que sea transmitido en un horario nocturno y de madrugada, por lo que también podemos tomarlo en el horario mencionado.

El segundo horario sugerido es el vespertino, con 3 comentarios que sugieren que sea transmitido a las 17 y 18 hrs, mientras que otro pide que sea transmitido en la tarde – exceptuando las 18 y 19 hrs–.

Dentro del horario matutino, se recibieron dos sugerencias. No especifica un horario, pero una persona pide que la transmisión del programa sea después de la conferencia mañanera del presidente Andrés Manuel López Obrador y el otro pide que no coincida con el programa Diálogos en Confianza del Canal Once. Si tomamos en cuenta que el programa es transmitido de 9 a 11 de la mañana, deducimos que opta por un horario matutino.

Por último, se encuentra una serie de comentarios que no van enfocados a los horarios, sino a diversos temas, como el no conocer el programa, solicitar que no lo transmitan, no lo ven o consideran al canal como “palero”. A esta categoría se le nombró “Otros” y suman 5 comentarios.

Hora en específico (comenta)



Total: 19

De acuerdo con los resultados generales de la encuesta, los comentarios de los participantes refuerzan que el horario de preferencia para que sea transmitido el programa es el nocturno.

7. Conclusiones

1. De acuerdo con las encuestas realizadas, el programa Abiertamente tiene gran aceptación entre las audiencias (79%). Aprecian que la conductora sea muy articulada, especialista en los temas que aborda y realiza investigación antes de presentarlos.

2. En los comentarios hay muchas felicitaciones; en particular relacionan la calidad de los contenidos de Abiertamente con otros del Canal 14. Asimismo, un integrante de la audiencia hizo una analogía de Abiertamente con Diálogos en confianza –programa de Canal Once ya muy consolidado en la televisión pública mexicana–.

3. Dentro de las propuestas más importantes que hicieron los participantes en las encuestas, se encuentran:

a) Cambiar el programa a un horario nocturno (en una franja de entre 20:00-23:00 horas).

- b) A varios participantes no les gustó el lenguaje inclusivo que utiliza la conductora. También les gustaría que las recomendaciones de libros se leyeran de forma más pausada y que cuidara su respiración al hablar.
 - c) Transmitir el programa en TV Mexiquense.
 - d) Poner tonos más alegres en la escenografía.
 - e) Hablar de temas más sociales –abiertos a la tecnología, ciencia, política, salud, economía–
- .

3. Fortalecimiento de cultura audiovisual en las audiencias de medios públicos

Esta es una de las actividades más importantes para la actual defensoría; en tanto significa una manera de contribuir a la construcción de las audiencias. Particularmente, durante este semestre, se continuó con el programa de Talleres de formación de audiencias críticas para medios públicos, el cual consiste en una sesión de 1.5 horas, en donde se enseña:

- definición de un medio público;
- cuáles son sus características;
- cómo identificar la utilidad social de un programa de radio o TV;
- cómo decodificar el contenido de un programa;
- cuáles son los derechos de las audiencias;
- qué significa ser una audiencia crítica.

Asimismo, el defensor de las audiencias ofreció, de manera externa, talleres de formación de audiencias críticas en diferentes puntos de la república, como:

1. Taller de Formación de Audiencias Críticas para la comunidad de mexicanos en Austin, Consulado de Austin, Texas, octubre de 2023
2. Taller de formación de audiencias Críticas a alumnos de Universidad La Salle Oaxaca, 21 de octubre de 2023
3. Taller de formación de audiencias Críticas para alumnos de la Facultad de Estudios Superiores Aragón de la Universidad Nacional Autónoma de México, SPR, 24 de octubre de 2023
4. Taller de Formación de Audiencias Críticas para Alumnos del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, SPR, 3 de noviembre de 2023

Los talleres también tienen la finalidad de escuchar los intereses de las audiencias y sus opiniones sobre la programación, tanto del Canal 14 como de Altavoz Radio. Es una metodología que tiene como fin interactuar de forma más profunda con las audiencias para conocer sus adentros sobre la programación.



Taller de Formación de Audiencias Críticas para Alumnos del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación



Taller de formación de audiencias críticas para comunidad de Mexicanos en el Consulado de Austin, Texas.



Taller de audiencias a alumnos FES Aragón, UNAM.

4. Trabajo colegiado y medios de comunicación

a) Trabajo colegiado con otras defensorías

Uno de los objetivos de esta defensoría es el trabajo colegiado con otras de su tipo, lo cual es importante para fortalecer la rendición de cuentas de los medios públicos en el país y acrecentar el impacto de estos en la vida pública nacional. Colaborar con otras defensorías ha permitido darle mayor visibilidad a la defensoría de las audiencias del SPR a nivel nacional.

De igual manera, se asistió a entrevistas en distintos medios de comunicación para compartir experiencias y ampliar la conversación en el espacio público. Se habló sobre los aportes del Canal 14 y Altavoz Radio como referencias de medios de servicio público.

Entre las participaciones con los medios de comunicación se incluyen:

1. Publicación del artículo: Televisión Azteca viola los derechos de las audiencias, septiembre de 2023, en revista *Zócalo*, año XXIII, Número 283.
2. Entrevista en Pulso Noticias de Radio Educación: ¿Cuál es la responsabilidad de los #MediosdeComunicación ante situaciones de emergencia ? 30 de octubre del 2023
<https://www.facebook.com/radioeducacion/videos/74966237384277330> minutos: 18:30 al 28:33

b) Trabajo colegiado con otros departamentos del SPR

El trabajo colegiado dentro del SPR también es fundamental para contribuir al fortalecimiento del papel del defensor en la producción de los contenidos. En este sentido, se ha realizado trabajo en la radio y televisión así como la formación en materia de género y transparencia:

1. Participación en el Comité evaluador del Curso de Periodismo Multimedia para Medios Públicos.
2. Ponente en el Curso de Periodismo Multimedia para Medios Públicos.
3. Curso Comunicación incluyente sin sexismo, INMUJERES, 23 de agosto de 2023.
4. Curso inducción a la igualdad entre hombres y mujeres, INMUJERES, 25 de agosto de 2023.

c) Trabajo con Sistema Nacional de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA)

Este semestre se trabajó con la Comisión sobre Tecnologías de la Información y Contenidos Audiovisuales dirigidos a Niñas, Niños y Adolescentes del SIPPINA.

Como parte del programa de trabajo colaborativo, la Defensoría de las Audiencias colaboró en el objetivo: *promover el compromiso de los medios de comunicación y del funcionariado vinculado, a vigilar que los contenidos de programas y producciones audiovisuales respeten los derechos de la niñez.*

Para cumplir dicho objetivo, se impulsó una campaña de comunicación visual diseñada para concientizar a la audiencia sobre la capacidad de las niñas, niños y adolescentes para tomar decisiones y expresar sus opiniones con respecto a lo que consideran mejor para ellos. El enfoque visual se planteó con el propósito de generar un impacto significativo en audiencias diversas al utilizar elementos gráficos creativos que resaltan la autonomía del grupo etario.

Con ese fin, el equipo de trabajo consultó fuentes documentales oficiales del Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes; se buscó respaldar la iniciativa con argumentos sólidos y alinearla con las directrices establecidas para la protección de la infancia. Bajo esta dinámica, una vez identificadas las ideas principales, se plantearon los productos visuales. A continuación, se muestra la práctica realizada:

Tema/Estudio	¿De qué se trata?	Palabras/ideas clave (bullets)	¿Cómo lo voy a presentar?		
1	Qué es OpiNNA	Proceso permanente y continuo de expresión libre e intervención activa de NNA; quienes opinan sobre asuntos que impactan en su vida.	- Inclusión de las ideas de NNA en planes y programas. - Articular o crear iniciativas para políticas públicas. - Temas de atención: discriminación, discapacidades, castigos corporales, migración y salud.	Post con imagen “¿Qué es el SIPINNA?: En el Sistema Nacional de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA), los NNA tienen voz y voto. ¡Conoce más en https://www.gob.mx/sipinna/articulos/que-es-el-sipinna-dossier-informativo-269151?idiom=es ! Post con imagen “Derechos Humanos NNA”: Cada Niña, Niño y Adolescente merece un mundo donde se respeten sus derechos humanos. Infórmate sobre ellos en: https://www.gob.mx/sipinna/articulos/ya-conoces-cuales-son-los-derechos-de-ninas-ninos-y-adolescentes?idiom=es #InfanciaFeliz #DerechosInfantiles #UnidosPorLosNNA"	😊
2	OpiNNA prevención sismo.	Experiencia de los NNA sobre el sismo de 2017.	- Papel fundamental de las personas adultas como modo de asistencia a NNA. - Prevención por parte de escuelas y adultos. - Fomento de apoyo comunitario.	A modo de concientización se elaborará una secuencia de tres viñetas que representan el proceso de "Aprender, practicar, estar listos": 1. Aprender: Un niño o niña mirando una pizarra, simbolizando la etapa de aprendizaje de las medidas de seguridad sísmica en el aula. 2. Practicar: El mismo niño o niña participando en un simulacro de sismo en la escuela. 3. Estar Listos: El niño o niña listo con una mochila de emergencia.	😊
3	Cómo tratan las personas adultas a NNA.	NNA consideran incorrecto que una persona adulta los golpee o se dirija a ellos con malas palabras.	- Violencia ejercida por parte de personas adultas a NNA. - Intervención profesional. - Fomento de cultura de respeto a NNA.	Post con imagen “Las palabras y los gestos amables marcan la diferencia” Es incorrecto que una persona adulta golpee o utilice palabras hirientes con Niñas, Niños o Adolescentes. La intervención profesional es esencial para protegerles y brindarles el apoyo que necesitan. 🧡❤️🌈	😊
4	Migración	NNA migrantes se encuentran en múltiples situaciones de vulnerabilidad, lo cual demanda una protección y asistencia humanitaria apremiante e inmediata.	#DerechosInfronteras. - Fomento de una cultura de respeto y apoyo hacia personas migrantes (empatía y solidaridad). - Es imperante visibilizar y enseñar a los NNA qué es el fenómeno migratorio (reconocer a la inequidad, la pobreza y la violencia como causas), - Institucionalizar el fenómeno migratorio (urgencia de políticas públicas para este grupo de personas)	SÓLO REPOST: La migración no debería comprometer los derechos de Niñas, Niños y Adolescentes. #TVMigrante nos recuerda nuestra responsabilidad colectiva para garantizar un entorno seguro y amoroso para cada #NNA. https://www.facebook.com/canalcatorcemx/videos/1394743404694537	😊
5	Visión de NNA para un mejor mundo.	NNA indican sus necesidades, problemas y elaboran propuestas de mejora.	- Acceso a espacios y medicamentos. - Intereses en aprendizaje y abandono escolar. - Infraestructura escolar - Espacios recreativos - Seguridad	Algunos de los temas clave incluyen: salud física y mental, educación y aprendizajes, juego y recreación. ¡Juntos, podemos convertir estas ideas en acciones para un mundo más inclusivo y seguro! Imagen hámster en carro al final de este documento.**	**

6	Fomento de familias y una sociedad en favor del ejercicio de los derechos de NNA	NNA indican sus necesidades, problemas, visiones del impacto del covid-19 y sus enseñanzas para virar el rumbo.	- Salud física y mental - Educación y aprendizajes - Juego y recreación - Violencias: Es imperante democratizar los cuidados y las actividades domésticas.	Gif grupo de NNA conversando y opinando. Post: En OpinNA niñas, niños y adolescentes nos muestran su perspectiva única. Escuchemos sus voces y propuestas sobre sus necesidades y sueños para un futuro más brillante.	**
7	Primera infancia	Experiencias positivas y afectaciones en niñas y niños	- Relaciones positivas familiares, juego, recreación, disfrute y cuidado de la naturaleza. (+) - Desatención, abandono, restricciones en el juego, regaños o castigos. (-)	Post: Los NNA en la primera infancia merecen defensores que protejan sus derechos y aseguren un entorno seguro y afectuoso. Imagen oso "mentira"	😊
8	Navegación segura	Que NNA sean partícipes de manera activa de medios y contenidos que consumen.	- Consumo informado, seguro y responsable de internet. - Impulsar la expresión libre de opinión. - Fomento al acceso a recibir y difundir información.	Infografía + post: Configurar perfiles de redes sociales de manera segura es crucial para proteger tu privacidad y seguridad en línea. Aquí tienes algunos consejos para ayudarte a mantener tus perfiles de redes sociales seguros y proteger tu información personal.	😊
9	Videojuegos	Mientras juegan juegos en línea, niñas, niños y adolescentes (NNA) están expuestos a una variedad de riesgos.	- Regulación insuficiente. - Recopilación de datos por parte de terceros. - Contenidos inapropiados y ciberacoso. - Prácticas que dañan la integridad.	Infografía con tips que fomenten el derecho de NNA a la identidad y privacidad en el contexto de videojuegos en línea: uso de nombres de usuario, control sobre la interacción, protección de datos personales, prevención del acoso así como destacar la importancia del acompañamiento de las madres, padres o tutores.	😊

Es importante señalar que esta etapa implicó la traducción creativa de los documentos disponibles de SIPINNA en imágenes que pudieran ser accesibles, es decir: simplificar conceptos complejos de modo que los puntos clave de algunos documentos se presentaron como infografías claras, utilizando iconografía sencilla.



Del mismo modo, se realizaron memes simples para captar la atención de la audiencia sin perder de vista la seriedad del tema. Así se facilitó la difusión rápida de información clave sobre los derechos de niñas, niños y adolescentes a través de redes sociales digitales.



Alguien: Las niñas y los niños son demasiado jóvenes para entender sus derechos.

Defensoría de las Audiencias:



La campaña también se enfocó en reconocer el papel crucial de madres, padres y personas cuidadoras en el proceso de promover los derechos de la infancia. Esto, a través de imágenes con textos cortos y comprensibles, acompañados de un pie de foto.



“Es incorrecto que una persona adulta golpee o utilice palabras hirientes con Niñas, Niños o Adolescentes. La intervención profesional es esencial para protegerles y brindarles el apoyo que necesitan. ❤️”

Al reconocer la relevancia de abordar temas críticos que afectan a la niñez y la juventud; por ejemplo la migración, se implementó contenido proveniente de Canal 14. Aquí se presenta un ejemplo sobre cómo se llevó a cabo:

“La migración no debería comprometer los derechos de Niñas, Niños y Adolescentes. #TVMigrante nos recuerda nuestra responsabilidad colectiva para garantizar un entorno seguro y amoroso para cada #NNA. 🧑🧒”

<https://www.facebook.com/canalcatorcemx/videos/1394743404694537>

Vale la pena resaltar que todo el material generado fue sujeto a revisión por parte de los organismos implicados antes de ser publicado y compartido en las redes sociales digitales de la Defensoría de las Audiencias. Esto fomentó la corrección de aspectos para garantizar la precisión y coherencia de la información presentada, así como la alineación con información SIPINNA. Además, se fortaleció la credibilidad de la campaña.

La colaboración entre el Sistema Público de Radiodifusión y la Defensoría de las Audiencias, en conjunto con el Sistema Nacional de Protección para Niñas, Niños y Adolescentes, fortaleció significativamente el papel del defensor de audiencias. Este esfuerzo representó el compromiso de los medios públicos por escuchar activamente la voz de la audiencia, para este caso, en lo que respecta a la niñez y la juventud.

La iniciativa se tradujo en desafiar las narrativas hegemónicas, involucrando activamente a la audiencia en la reflexión sobre derechos de la infancia. Respaldada por datos oficiales de SIPINNA, la campaña tuvo como objetivo desafiar y transformar las representaciones convencionales de la niñez: una voz crítica en la construcción de significados.

5. Campañas / difusión

a) Cápsulas de radio

En relación con desconocimiento sobre las funciones del defensor reportadas en el semestre anterior, se trabajó en tres cápsulas para radio, donde mediante ejemplos obtenidos de las comunicaciones de las audiencias, el defensor explica cuál es su función y los derechos que defiende.

Las cápsulas se difundieron en las cinco señales de Altavoz Radio. A continuación, se presenta el número de impactos (veces que se reprodujeron al aire) de julio a diciembre de 2023.

Señal	Número de impactos
Altavoz web	736
Coatzacoalcos 104.3 FM	742
Colima 102.9 FM	541
Mazatlán 103.5 FM	727
Tapachula 101.1 FM	516

b) Cápsulas de televisión

Se mantuvo la narrativa visual, donde audiencias del Canal 14, con distintas características sociales y étnicas, aparecen en pantalla con dudas referentes a la labor de la defensoría.

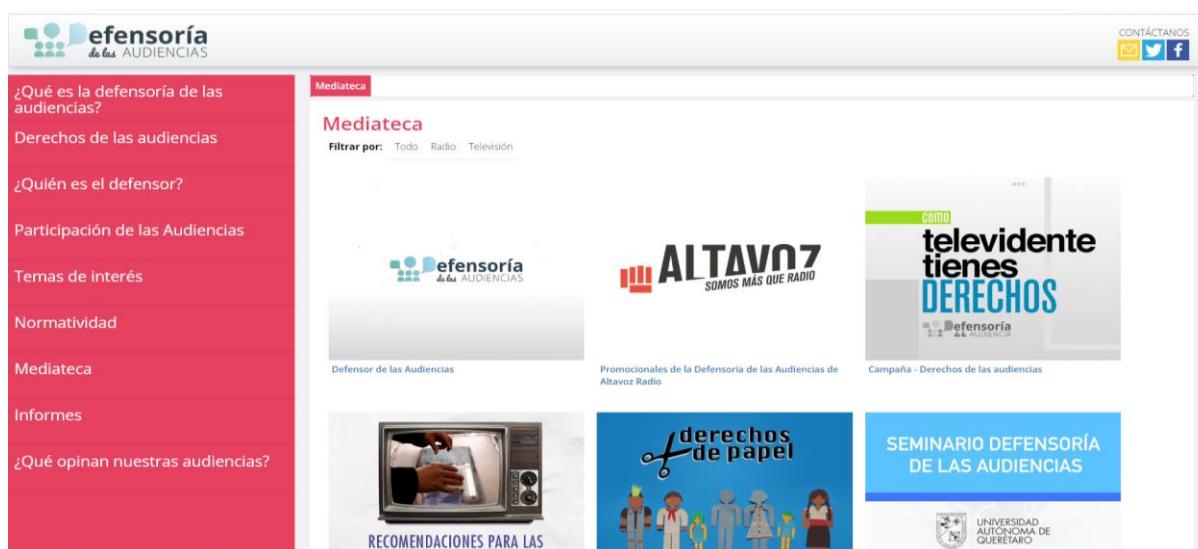
Las cápsulas se difundieron a lo largo de la programación a partir de mayo de 2023 y también en la página web, redes sociales de la Defensoría y del SPR.

En este semestre se comenzó con la grabación de nuevas cápsulas que seccionan las diferentes plataformas del SPR. Mismas que se encuentran en proceso de post producción y serán presentadas en pantalla para el semestre enero-junio 2024.

C) Difusión en página web

Para mantener actualizada la información del portal de internet del sistema relacionada con política del usuario, se actualizó la página web con banners de eventos de importancia para las audiencias.

A través de la página web y redes sociales del SPR se difundieron las cápsulas sobre los derechos de las audiencias elaboradas de manera conjunta con el departamento de televisión de Canal 14 y los audios de las cápsulas elaboradas con Altavoz radio en la sección mediateca.



d) Redes sociales

Se incrementó la actividad en las cuentas de Facebook y Twitter para ampliar la comunicación de manera digital con las audiencias. Además de mostrar un aumento en la interacción, permitió que las audiencias pudieran comunicarse por este medio.

1. Facebook

Durante este periodo se alcanzaron 1363 visitas al perfil de Facebook, lo que corresponde a un incremento del 94.4%. Asimismo, la interacción en la página de Facebook aumentó exponencialmente en comparación con el periodo anterior. El total de "Me gusta" en la página aumentó 39 números, un 105% de aumento desde el inicio del periodo.

Resalta que en el mes de febrero se tuvieron más interacciones, coincide con las transmisiones en vivo de eventos en Altavoz Radio.

Visitas

Visitas de Facebook ⓘ

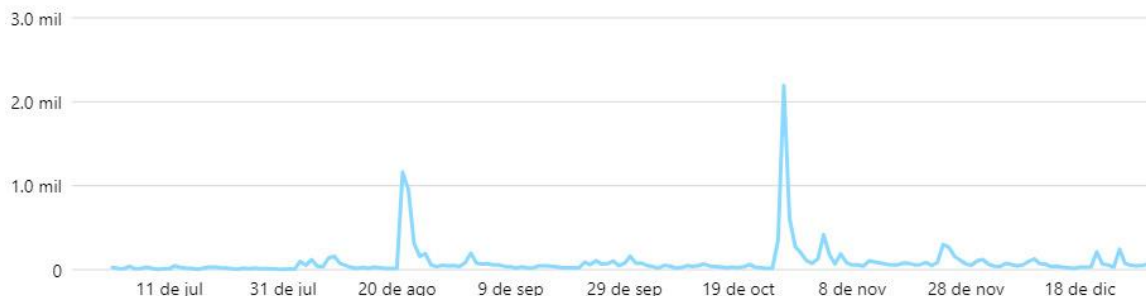
1,363 ↑ 94.4%



Alcance

Alcance de Facebook ⓘ

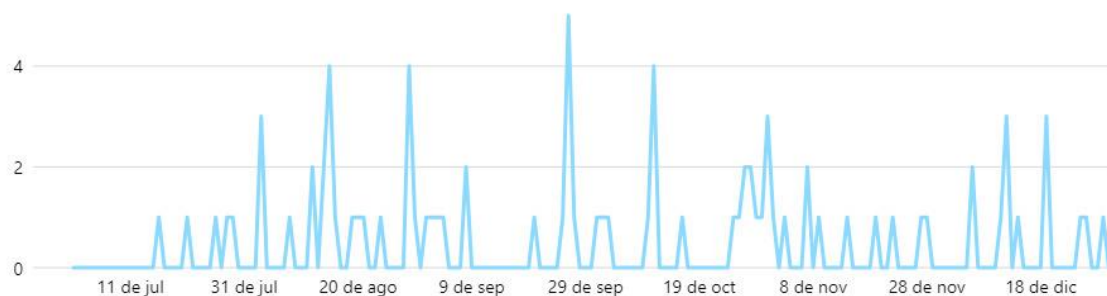
9,037 ↑ 19.3%



Nuevos Me gusta y seguidores

Nuevos Me gusta de la página de Facebook ⓘ

82 ↑ 110.3%



2. Twitter (X).

Twitter (X) ha funcionado como el canal de comunicación por excelencia en cuanto a la difusión de contenido, noticias, eventos, felicitaciones, entre otros.

Destaca que la tasa de interacción también ha aumentado en esta red social.

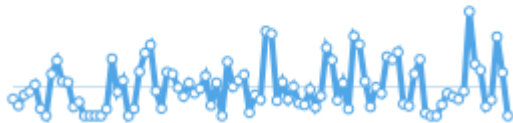
Interacciones

Mostrar 91 días con frecuencia diaria

Tasa de interacción

4.1%

Dec 31
0.0% tasa de interacción



6. Trabajo con Universidades

Este semestre, se colaboró con la Universidad Autónoma del Estado de México en la participación de tutoría en la materia integrativa, donde estudiantes de la licenciatura en comunicación aprendieron el quehacer de la Defensoría de las Audiencias y colaboraron en procesos de investigación.

A su vez, dos alumnos de la Universidad Autónoma Metropolitana realizan servicio social en la Defensoría de las audiencias. Enriqueciendo sus habilidades de investigación y elementos audiovisuales.

A continuación, se presentan cuadros con las actividades realizadas por los estudiantes.



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
AIIP_3

REPORTE PARCIAL (ALUMNA/O) ACTIVIDAD ACADÉMICA: INTEGRATIVA PROFESIONAL

DATOS DE ALUMNA/O		
Nombre de alumna/o: Wendy De La Luz Martínez		
Número de cuenta: 2022873		Fecha de entrega: 10/octubre/2023
Licenciatura:	Comunicación (X)	Ciencias Políticas y Administración Pública ()
	Sociología ()	Gestión de la Información en Redes Sociales ()
Actividades realizadas		
1. Proyecto o actividad asignada	- Derechos de las audiencias. - Redes Sociales del Centro de Escritura de la FCPyS de la UAEMéx.	
2. Tareas o funciones realizadas	- Lectura y vaciado de comentarios de Facebook de la Defensoría de las Audiencias a un Excel. - Publicación de sugerencias de programas de Canal 14 y Altavoz Radio, y eventos del SPR, en Redes Sociales de la Defensoría de las Audiencias. - Producción de contenido para Redes Sociales del Centro de Escritura de la FCPyS.	
3. Conocimientos o habilidades requeridas relacionadas con la Licenciatura	- Citación, buena ortografía y redacción. - Diseño de contenido para RRSS. - Contacto con las audiencias por vía electrónica. - Síntesis, clasificación y análisis de la información. - Trabajo en equipo. - Uso de Paquetería Office y G Suite.	
4. Otros conocimientos o habilidades desarrolladas en la actividad	- Capacidad de realizar múltiples tareas a la vez. - Home Office.	
5. Comentarios generales sobre la actividad académica	Me ha permitido desarrollarme en un entorno profesional, trabajando de la mano con expertos en temas de derechos de las audiencias. Además, he podido ver reflejados mis conocimientos académicos en los trabajos que he ido realizando; permitiéndome conocer las posibilidades que me ofrece la licenciatura.	



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
AIIP_3

REPORTE PARCIAL (ALUMNA/O)
ACTIVIDAD ACADÉMICA: INTEGRATIVA PROFESIONAL

DATOS DE ALUMNA/O		
Nombre de alumna/o: Karina Pérez López		
Número de cuenta: 1610685		Fecha de entrega: 07 Noviembre 2023
Licenciatura: Comunicación	Comunicación (☒)	Ciencias Políticas y Administración Pública (☐)
	Sociología (☐)	Gestión de la Información en Redes Sociales (☐)
Actividades realizadas		
1. Proyecto o actividad asignada	Proyecto en el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano.	
2. Tareas o funciones realizadas	Posteo en redes sociales sobre la programación de Altavoz Radio, desarrollo de campañas visuales, propuestas de materiales gráficos para contenido en redes sociales, vaciado de información en hojas de cálculo sobre programas en vivo.	
3. Conocimientos o habilidades requeridas relacionadas con la Licenciatura	Publicaciones en redes sociales Sintetización de información Manejo de información en hojas de cálculo Campañas de información visual	
4. Otros conocimientos o habilidades desarrolladas en la actividad	Solución de problemas o situaciones propias en el ámbito profesional.	
5. Comentarios generales sobre la actividad académica	Las actividades antes mencionadas son cruciales para el éxito y la efectividad de una entidad de radiodifusión pública como el SPR, ya que contribuyen a la promoción de contenidos, la interacción con la audiencia y la gestión eficiente de la información, lo que en última instancia puede fortalecer la misión de la institución y su impacto en la sociedad. Disfruté mucho el proyecto.	



Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
AIIP_3

REPORTE PARCIAL (ALUMNA/O)
ACTIVIDAD ACADÉMICA: INTEGRATIVA PROFESIONAL

DATOS DE ALUMNA/O		
Nombre de alumna: Joanna Fernanda Chavarria Lachica		
Número de cuenta: 2022866		Fecha de entrega:
Licenciatura:	Comunicación (X)	Ciencias Políticas y Administración Pública ()
	Sociología ()	Gestión de la Información en Redes Sociales ()
Actividades realizadas		
1. Proyecto o actividad asignada	Derechos de las Audiencias	
2. Tareas o funciones realizadas	• Campaña visual en colaboración con el Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes (SIPINNA) • Realización de contenido digital para posteo en redes sociales. • Corrección de textos. • Seguimiento de contenido audiovisual (Canal 14 y Altavoz Radio). • Vaciado de información en Excel para análisis de comentarios.	
3. Conocimientos o habilidades requeridas relacionadas con la Licenciatura	• Análisis, comprensión y síntesis de fuentes documentales y digitales. • Diseño y creatividad para transmitir mensajes visualmente atractivos. • Producción de contenido digital para su publicar en redes sociales. • Habilidades de edición de texto (gramática, ortografía, estilo y uso correcto de sistemas de citación). • Análisis y evaluación de contenidos audiovisuales. • Organización de datos. • Conocimiento básico sobre redes sociales digitales. • Escuela Crítica y Estudios Culturales para reconocer la importancia de los derechos de las audiencias y ejercerlos de manera plena.	
4. Otros conocimientos o habilidades desarrolladas en la actividad	• Gestión (planificar y organizar) para asegurar el cumplimiento en tiempo y forma de los proyectos planteados. • Comprensión del proceso adecuado para planificar y, posteriormente, aprobar una campaña visual sobre un tema específico. • Pensamiento crítico para abordar de manera pertinente diferentes temáticas. • Mejora de habilidades de investigación para crear propuestas con bases confiables.	
5. Comentarios generales sobre la actividad académica	He disfrutado mucho esta etapa académica en mi vida. Un tiempo consideré no ser buena en la generación de contenido digital pero mi perspectiva ha cambiado. Además, me gusta la idea de que, como comunicóloga, no sólo estudio la teoría, sino que, a través de la Defensoría de las Audiencias, la materializo. Por otro lado, ha sido muy grato el vínculo comunicativo que ha tenido la entidad receptora conmigo, para mí la relación ha sido gratificante. Me ilusiona aprender e involucrarme más en la defensoría.	

SERVICIO SOCIAL DATOS GENERALES	
Nombre: Erick Eduardo Solar Infante	
Licenciatura: Ciencias de la Comunicación	
Actividades realizadas	
1. Lugar donde se presta el servicio	Derechos de las Audiencias
2. Tareas o funciones realizadas	• Desarrollo de estrategias de comunicación para redes sociales, con el objetivo de aumentar el número de seguidores y la interacción en estas plataformas. • Realizar monitoreo y análisis de la programación de Canal 14 y Altavoz Radio. • Difusión en redes de los ganadores del concurso "El poder de las Audiencias", a cargo del IFT. • Atención y seguimiento a comunicaciones de las audiencias. • Apoyo en cursos sobre formación de audiencias críticas. • Vaciado de información en Excel para análisis de comentarios. • Apoyar en la construcción y análisis de la base de datos.
3. Conocimientos o habilidades requeridas relacionadas con la Licenciatura	• Análisis, comprensión y síntesis de fuentes documentales y digitales. • Diseño y creatividad para transmitir mensajes visualmente atractivos. • Producción de contenido digital para su publicar en redes sociales. • Habilidades de edición de texto (gramática, ortografía, estilo y uso correcto de sistemas de citación). • Análisis y evaluación de contenidos audiovisuales. • Organización de datos. • Conocimiento básico sobre redes sociales digitales.
4. Conocimientos o habilidades para el campo laboral	• Planificación y organización para asegurar el cumplimiento en tiempo y forma de los proyectos. • Pensamiento crítico para abordar de manera pertinente diferentes temas sociales • Adaptabilidad de los contenidos para una audiencia objetiva .



**UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA**
Unidad Cuajimalpa

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Cuajimalpa
División de Ciencias de la
Comunicación y Diseño

REPORTE PARCIAL (ALUMNA/O)
ACTIVIDAD ACADÉMICA: SERVICIO SOCIAL

DATOS DE ALUMNA/O		
Nombre del alumno: Eduardo Zúñiga García		
Número de matrícula: 2163070435		Fecha de entrega:
Licenciatura:	Ciencias de la Comunicación (X)	Tecnologías y Sistemas de Información ()
	Diseño ()	
Actividades realizadas		
1. Proyecto o actividad asignada	Servicio social en la Defensoría de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR)	
2. Tareas o funciones realizadas	• Análisis de programación de radio y televisión (Canal 14 y Altavoz Radio) • Manejo de redes sociodigitales (Facebook y X). • Realización de contenido visual para posteo en redes sociodigitales. • Monitoreo y reporte de las interacciones de las audiencias por medios como Facebook, X, WhatsApp, correo electrónico y buzón de voz. • Apoyo en el taller de formación de audiencias críticas y visitas guiadas a las instalaciones del SPR. • Elaboración de reportes especiales sobre programas transmitidos en Canal 14.	
3. Conocimientos o habilidades requeridas relacionadas con la Licenciatura	• Gestión, comprensión y utilización de tecnologías de la información. • Aplicación de metodologías de la investigación. • Diseño y elaboración de recursos visuales y audiovisuales. • Desarrollo de estrategias comunicativas. • Pensamiento crítico.	
4. Otros conocimientos o habilidades desarrolladas en la actividad	• Análisis de contenido en redes sociodigitales. • Toma de decisiones en las estrategias comunicativas. • Presentación de resultados de los análisis de programación realizados. • Seguimiento y respuesta a las audiencias que se comunican por los diferentes canales. • Gestión de tiempos para publicación de contenidos.	
5. Comentarios generales sobre la actividad académica	El realizar mi servicio social en la Defensoría de Audiencias está siendo una actividad enriquecedora ya que estoy aplicando los conocimientos adquiridos en la licenciatura, y por otro lado, sigo en aprendizaje continuó sobre nuevos métodos para desenvolverme profesionalmente. Me ha sido muy interesante el conocer día a día cómo funciona un medio de comunicación público en función de los objetivos que tiene hacia la población mexicana.	