

INFORME

PRIMER SEMESTRE 2021

PRESENTACIÓN.

El presente informe reporta las actividades desarrolladas por la Defensoría de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) en el periodo de enero a junio de 2021.

Es importante señalar que a partir de este semestre, además del reporte sobre Canal 14, se formalizó la existencia del servicio de la Defensoría de las Audiencias del Sistema de Radio Altavoz, tanto en la página como en formato de recepción de mensajes.

En este informe no se reporta aún el análisis de los mensajes recibidos de Altavoz en virtud de que recién se inició la difusión al aire de los datos de contacto.

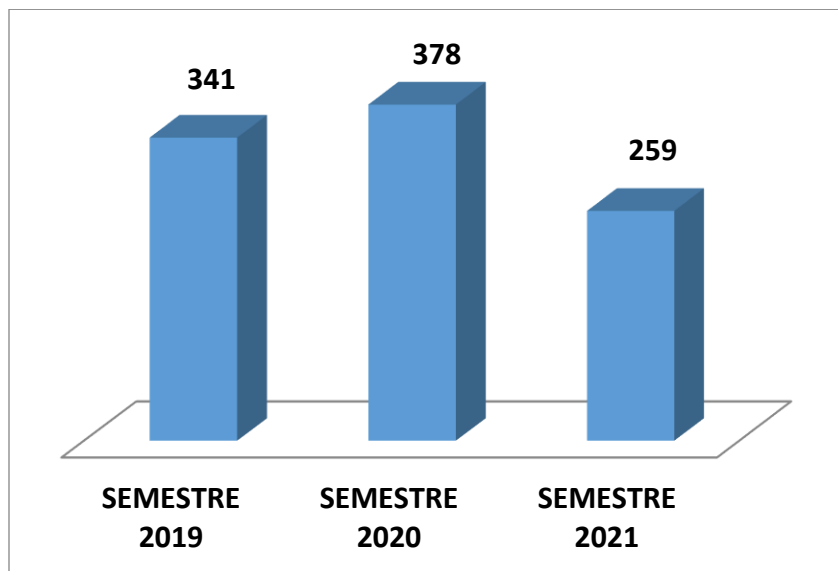
El presente informe se ordena de acuerdo al siguiente índice:

1. Contacto con las audiencias.
2. Difusión.
3. Vinculación.
4. Capacitación.
5. Servicio social.
6. Investigación.
7. Observaciones y recomendaciones.

1. COMUNICACIÓN CON LAS AUDIENCIAS.

En primer semestre del 2021 se recibieron 259 mensajes. En comparación con semestres de años anteriores la recepción de mensajes disminuyó considerablemente, en la gráfica 1 se observa que en el semestre 2019 se recibieron 341 mensajes, en el semestre 2020 aumentó a 378 mensajes.

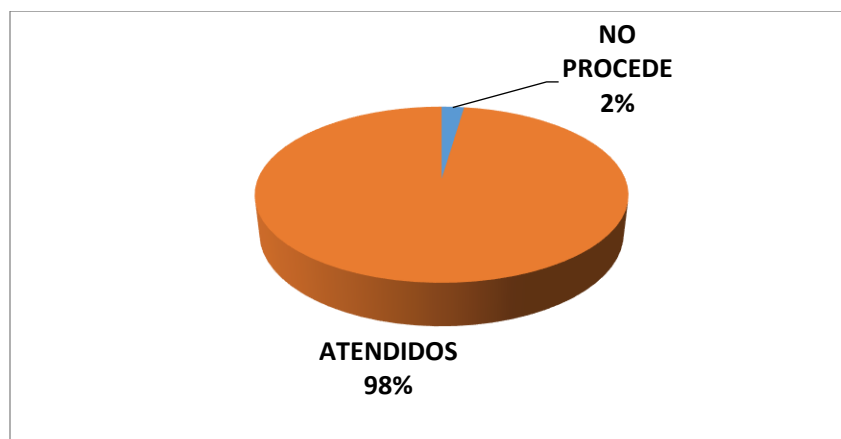
Gráfica 1. Comparativo anual por semestre.



3

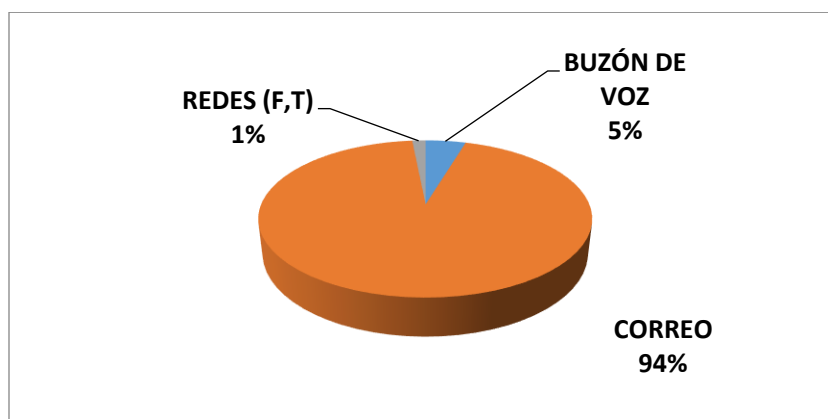
De los 259 mensajes recibidos, solo el 2% (6 mensajes) no procedieron, en contraste con el 98% (253) que sí estuvo relacionado con la programación y servicios del Sistema y que fueron atendidos. Lo anterior puede observarse en la gráfica 2.

Gráfica 2. Atendidos.



En cuanto a los canales de comunicación de recepción de los mensajes, predomina la recepción de comentarios a través del correo electrónico y formularios en sitios web con un 94% (243 mensajes), continúa el buzón de voz con el 5% (12) y finalmente 1% (4) las redes sociales. Véase la gráfica 3.

Gráfica 3. Canales de comunicación.



4

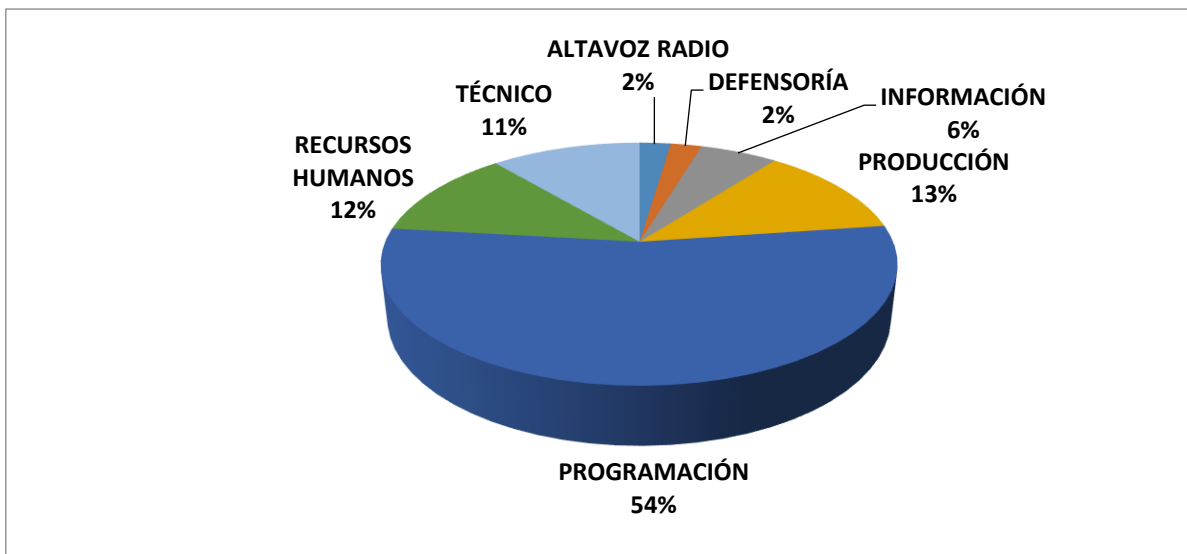
En esta ocasión los 259 mensajes recibidos cuentan con respuesta y proceso satisfactorio, pueden consultarse en el sitio web de la Defensoría en el siguiente enlace: <https://spr.gob.mx/defensoria/secciones/audiencia/audiencia.php#>

Tabla 1. Estado de los mensajes.

N°	Estado de los mensajes
259	Con respuesta y proceso satisfactorio
259	Total

En la gráfica 4, se muestran los asuntos referidos en los comentarios de las audiencias, con siete categorías vinculadas a las áreas; *Programación*, siendo el principal servicio que se brinda a las audiencias reportó el 54% (140); *Producción* con 13% (32); *Recursos humanos* con 12% (31); *Técnico* con el 11% (29); *Información* 6% (15); *Defensoría* con 2% (6); y finalmente *Altavoz Radio* con 2% que en esta ocasión por corresponder únicamente a 6 comentarios, no se desarrollan estadísticas específicas de estas frecuencias, pero se espera que con la llegada de más mensajes relacionados con estas señales se elabore un reporte estadístico propio de *Altavoz Radio*.

Gráfica 4. Asuntos referidos.



5

En la tabla 2 se describen los temas por asunto referido y su relación con las áreas que conforman al Sistema. La *Programación* como asunto agrupa una serie de temas relacionados con cambios en la programación hasta uso correcto del lenguaje, por mencionar algunos.

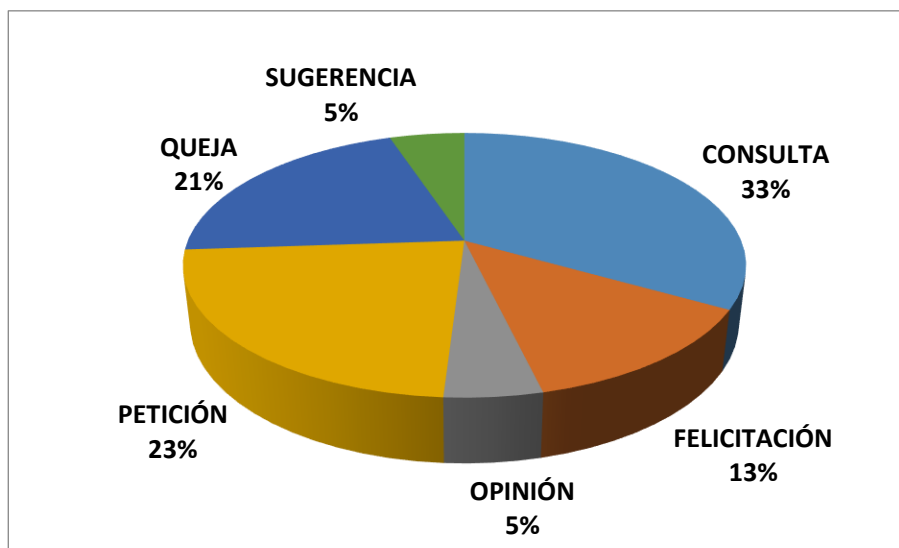
Tabla 2. Descripción de Asuntos.

Asunto	Temas	Área
Programación	Cambios imprevistos en la programación; Comentarios sobre las campañas políticas; Clasificación horaria de los contenidos; Cómo volver a ver contenido; Consulta de contenido; Consulta sobre programación; Consulta sobre la convocatoria Una Mirada Independiente; Falta de pluralidad; Felicita programación; Confusión sobre continuación de la serie Seis Hermanas; Opinión sobre Noticiero France 24; Opinión sobre programación en general; Petición de programas específicos en otros horarios; Oferta de producciones para su transmisión; Problemas con el subtítulo; Queja sobre algún contenido; Retransmisión de contenidos; Propuestas de contenidos; Uso correcto del lenguaje.	- División de Programación y Continuidad
Recursos Humanos	Enviar curriculum vite	-Recursos humanos
Técnico	Problemas técnicos en servicio de televisión restringida; Consulta parámetros satelitales; Falla de señal; Problemas con el subtítulo; Consulta sobre cobertura.	-División de Transmisiones y Red Nacional
Producción	Que lo entrevisten en Arte Vivo; Quiere presentar un proyecto; Sugerencias de invitados; Comentarios y dudas sobre temas de Consulta Directa; Felicitaciones a programas; Contacto de producción.	-División de producción
Servicios de	Solicitudes de difusión de eventos, actividades y casos;	- División de Programas

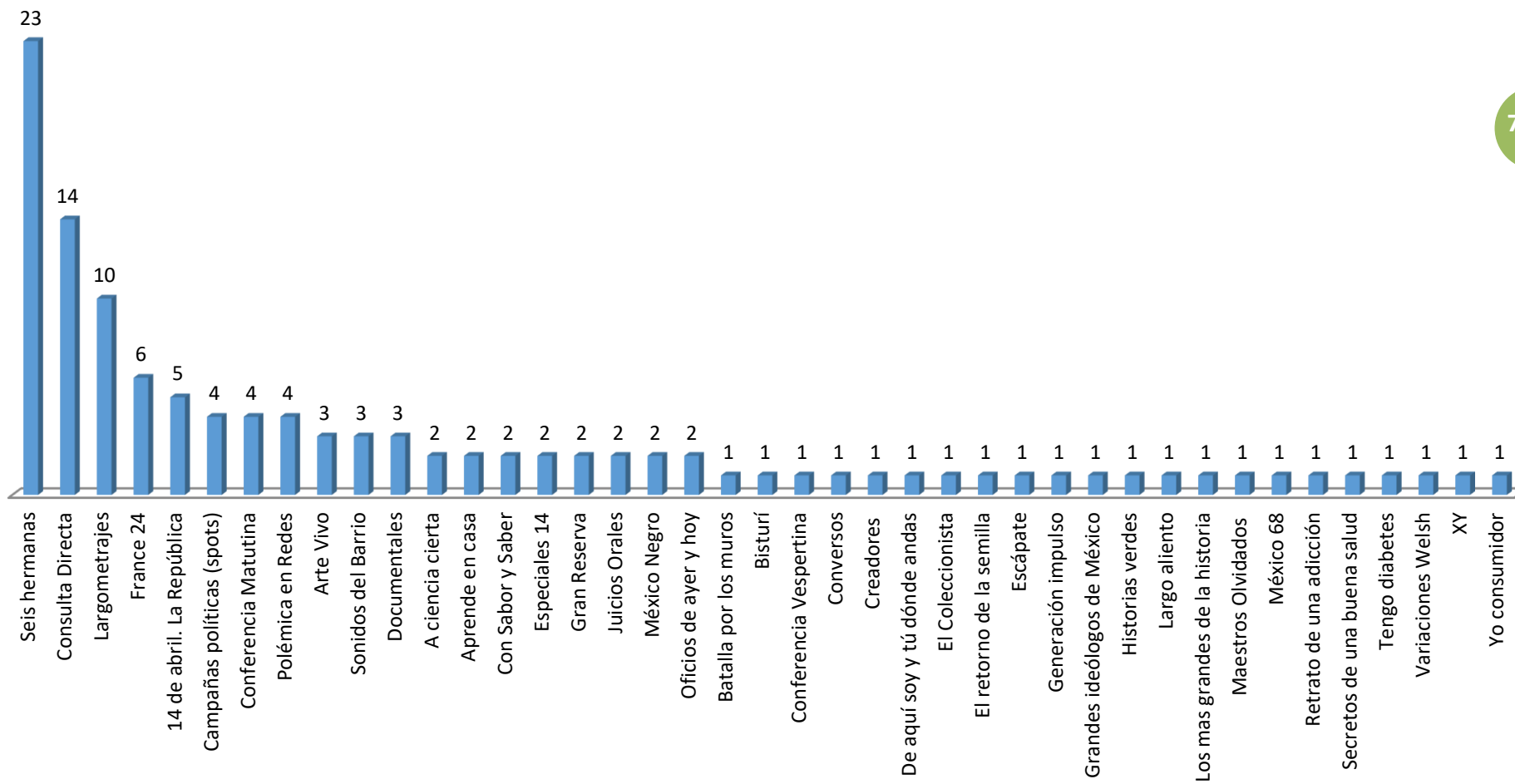
Asunto	Temas	Área
información	Felicitaciones; Error ortográfico; Sugerencias de temas; Consulta sobre reportajes específicos.	Informativos y Noticias
Altavoz Radio	Pone a disposición su trabajo; Felicitación de programa; Felicitación Marcha radiofónica LGTTTBIQ+; Opina sobre contenido.	- Coordinación de Altavoz Radio

Los motivos de los comentarios se muestran en la Gráfica 5, la *Consulta* agrupa un 33% (84); *Peticiones* 23% (58); la *Queja* 21% (53); *Felicitación* 13% (33); y finalmente, la *Sugerencia* y *Opinión* ambas con 5% y con 13 y 12 mensajes respectivamente.

Gráfica 5. Motivo de comunicación.



**Gráfica 6. Contenidos aludidos en los comentarios de las audiencias
(117 mensajes de Asuntos: Programación y Producción).**



En la gráfica 7 se muestra el origen de los mensajes que en esta ocasión arrojaron 243 comentarios.

Gráfica 7. Origen de mensajes.

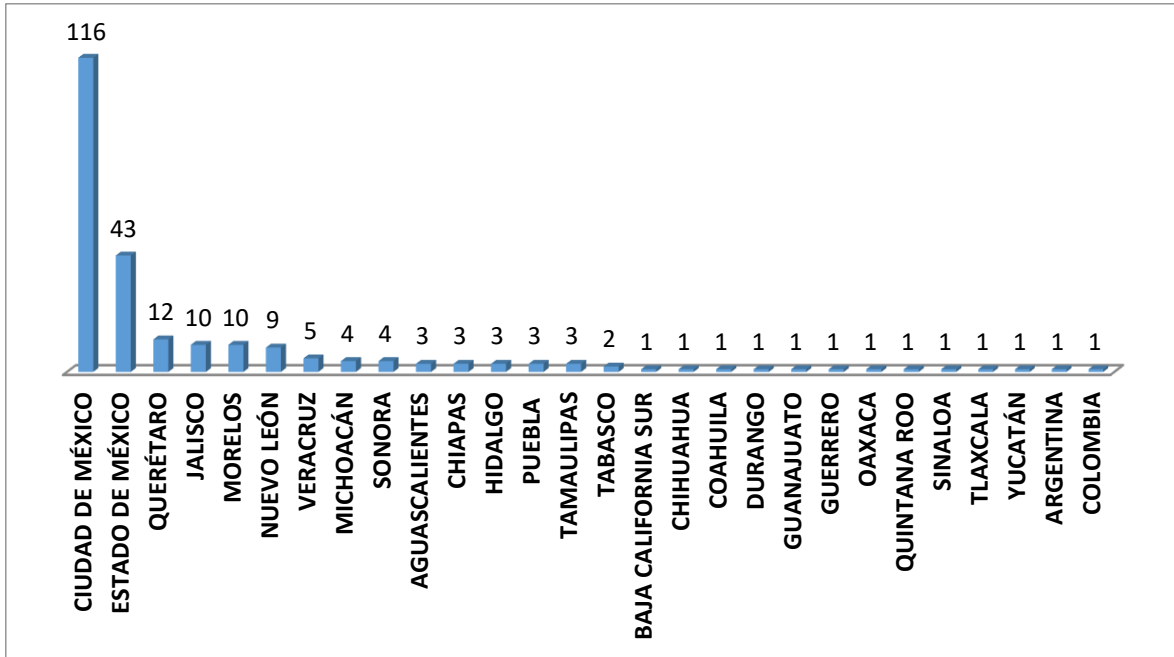
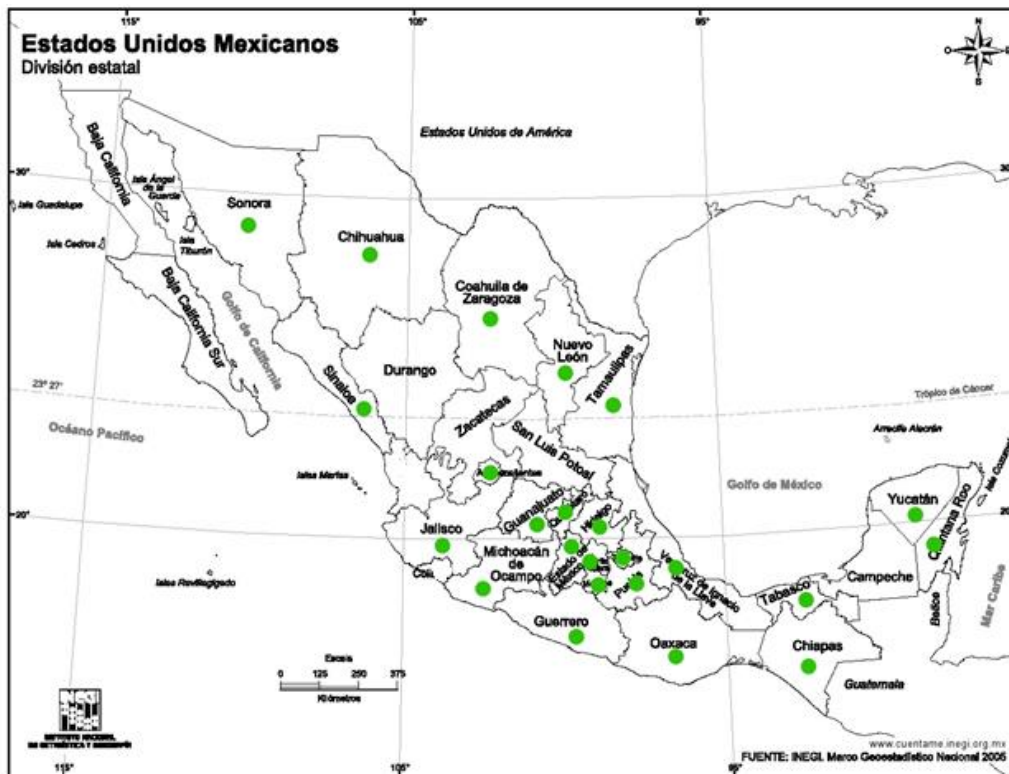
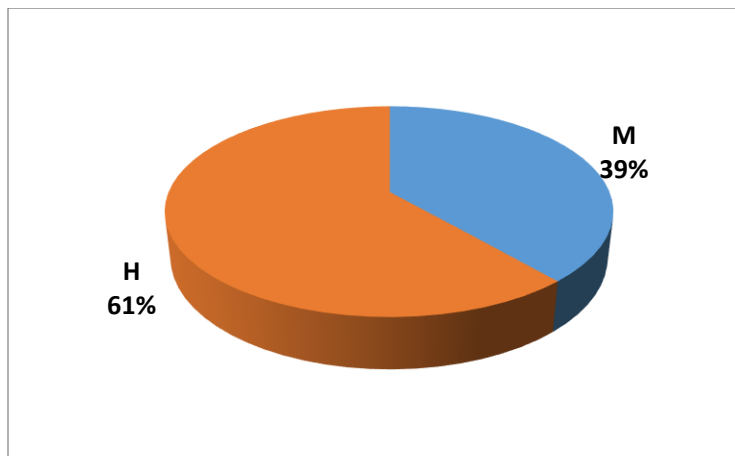


Imagen 1. Origen de mensajes.



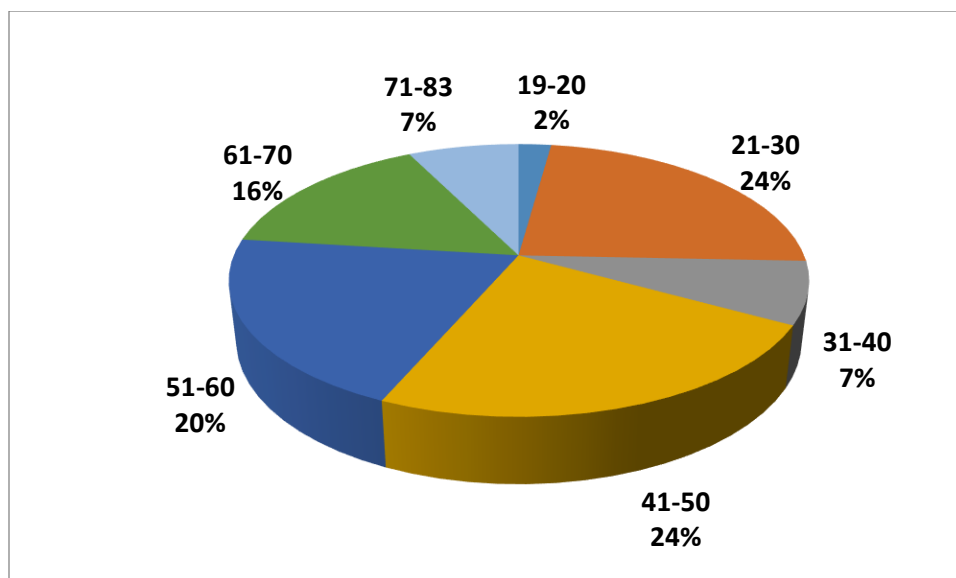
En la gráfica 8 con relación al género de las audiencias, con mayor presencia el género masculino con 61% (159) y el femenino con el 39% (100).

Gráfica 8. Género.

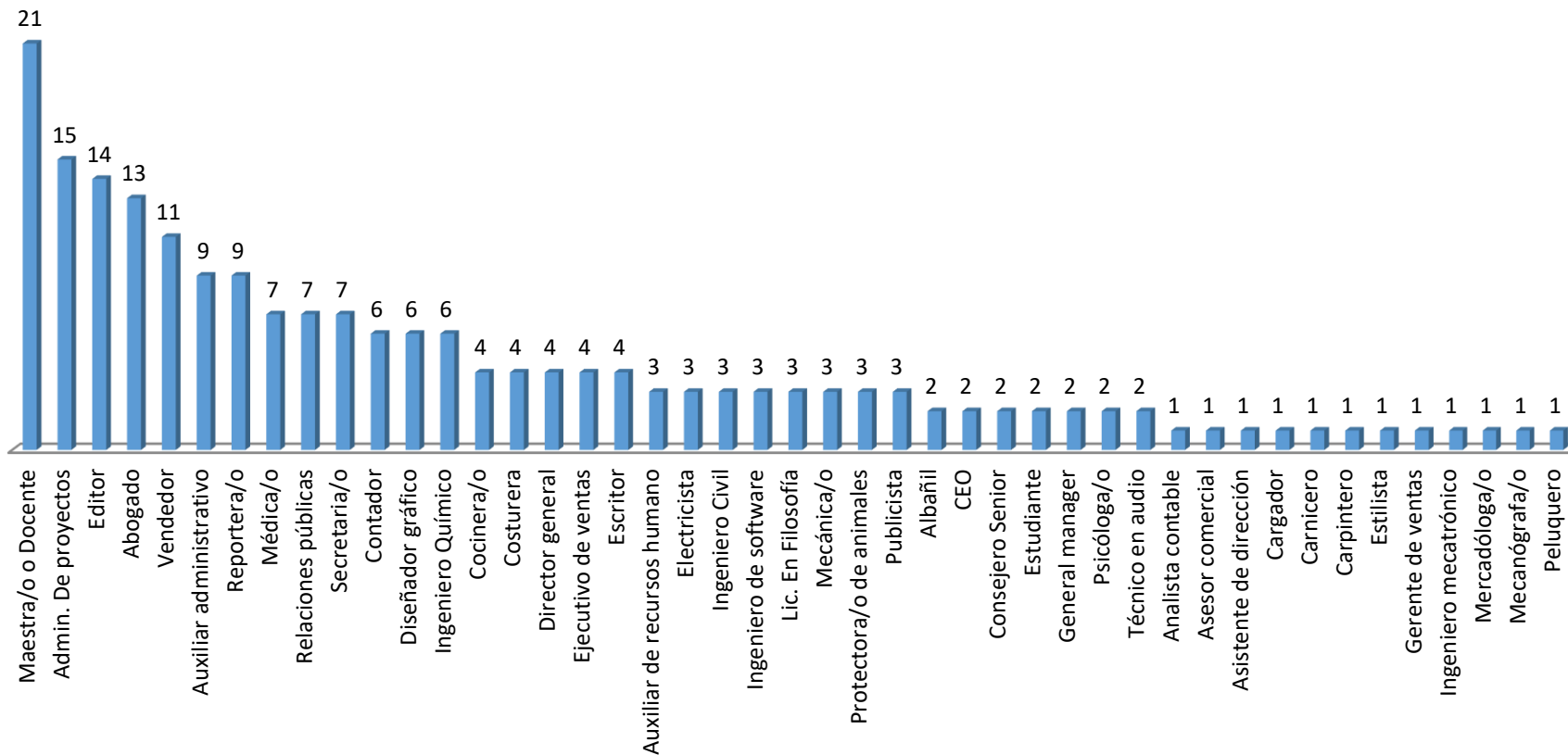


En la gráfica 9, se muestran los rangos de edad de las audiencias activas, en esta ocasión es importante señalar el crecimiento en la participación de audiencias más jóvenes (de 21 a 30 años). Se observa un equilibrio en tres rangos de edad; de 21 a 30 años con el 24% (54) y de 41 a 50 años con un 24% (54); además, el rango de 51 a 60 con un 20% (47), encontrando en estos tres rangos al 68% del total; por otra parte, el rango de 61 a 70 años con el 16% (36); 31 a 40 con 7% (17) y de 71 a 83 con 7% (17); finalmente de 19 a 20 años con un 2% (5).

Gráfica 9. Edad.



Gráfica 10. Ocupación/profesión.



En la gráfica 10 se muestra la ocupación/profesión de las audiencias activas, los primeros cinco lugares son: Docente con 21 mensajes; Admin. de proyectos con 15; Editor con 14; Abogado con 13; y, Vendedor con 11.

2. DIFUSIÓN.

Se enumeran a continuación las actividades de difusión de los derechos de las audiencias (cápsulas) y de la Defensoría misma (spots). En primer término se reportan los pautados de la transmisión de los spots de la Defensoría y de los Derechos de las Audiencias, en Altavoz Radio y en Canal 14.

Tabla 3. Reporte de transmisión de promocionales de la Defensoría de las Audiencias de Altavoz Radio Periodo: 14 al 30 de junio de 2021.

11

ALTAVOZ RADIO	Cápsula	Impactos	Duración	Tiempo acumulado
Tapachula 101.1 F.M.	Programación	76	00:01:29	01:52:44
	Discriminación	56	00:01:21	01:15:36
	Publicidad	54	00:01:21	01:12:54
	Genérico	28	00:01:06	00:30:48
Colima 102.9 F.M.	Programación	20	00:01:29	00:29:40
	Discriminación	22	00:01:21	00:29:42
	Publicidad	20	00:01:21	00:27:00
	Genérico	24	00:01:06	00:26:24
Mazatlán 103.5 F.M.	Programación	28	00:01:29	00:41:32
	Discriminación	28	00:01:21	00:37:48
	Publicidad	28	00:01:21	00:37:48
	Genérico	28	00:01:06	00:30:48
Coatzacoalcos 104.3 F.M.	Programación	24	00:01:29	00:35:36
	Discriminación	20	00:01:21	00:27:00
	Publicidad	22	00:01:21	00:29:42
	Genérico	20	00:01:06	00:22:00
On line: www.altavozradio. mx	Programación	56	00:01:29	01:23:04
	Discriminación	56	00:01:21	01:15:36
	Publicidad	56	00:01:21	01:15:36
	Genérico	56	00:01:06	01:01:36
TOTAL		722	00:01:06	16:02:54

Fuente y elaboración: Coordinación de Altavoz Radio.

Tabla 4. Reporte de transmisión: promocionales de la defensoría de la audiencia. Periodo: Enero a Junio 2021

PROMOCIONALES		IMPACTOS							Duración	Acumulado
PIEZA	TÍTULO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total		
PD20DAUD12	PROMOCIONAL DEFENSORÍA RECEPCIÓN, CALIDAD Y RESPETO	21	25	20	19	16		101	00:01:00	01:41:00
PD21DAUD12	ACTUALIZACIÓN: PROMOCIONAL DEFENSORÍA RECEPCIÓN, CALIDAD Y RESPETO						17	17	00:01:00	00:17:00
PD20DAUD13	DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS. DERECHOS POR LEY	24	22	18	12	14		90	00:00:30	00:45:00
PD21DAUD13	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS. DERECHOS POR LEY						22	22	00:00:30	00:11:00
PD20DAUD14	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. CONTENIDOS PLURALES Y VERACES	12	19	17	11	12	3	74	00:00:30	00:37:00
PD21DAUD14	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS. CONTENIDOS POPULARES Y VERACES						12	12	00:00:30	00:06:00
PD20DAUD15	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS CALIDAD, RECEPCIÓN Y RESPETO	15	4	15	14	10	6	64	00:00:30	00:32:00
PD21DAUD15	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS. CALIDAD, RECEPCIÓN Y RESPETO						14	14	00:00:30	00:07:00
PD20DAUD16	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. PUBLICIDAD EN TV	10	13	16	6	6	4	55	00:00:30	00:27:30
PD21DAUD16	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. PUBLICIDAD EN TV						8	8	00:00:30	00:04:00
PD20DAUD17	DEFENSORIA DE LAS AUDIENCIAS. DERECHOS DE LOS NIÑOS	26	23	19	9	7		84	00:00:30	00:42:00
PD21DAUD17	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS. DERECHOS DE LOS NIÑOS.						10	10	00:00:30	00:05:00

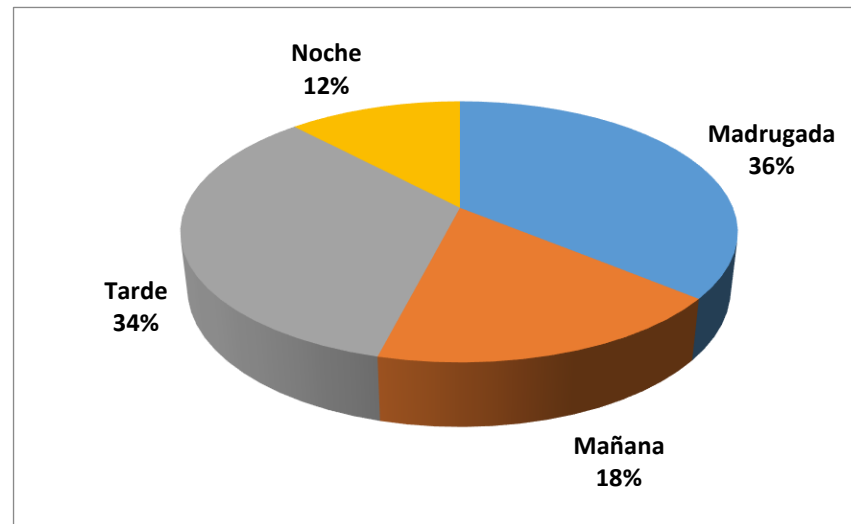
PROMOCIONALES		IMPACTOS								
PIEZA	TÍTULO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total	Duración	Acumulado
PD20DAUD18	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. CÓDIGO DE ÉTICA	8	9	7	8	5		37	00:00:30	00:18:30
PD20DAUD19	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. CAPACIDADES DISTINTAS	18	14	14	6	7		59	00:00:30	00:29:30
PD21DAUD19	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. CAPACIDADES DISTINTAS						20	20	00:00:30	00:10:00
PD20DAUD20	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. TOSTADOR	15	18	15	11	12	16	87	00:00:25	00:36:15
PD21DAUD20	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. TOSTADOR.						16	16	00:00:25	00:06:40
PD20DAUD21	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. ALMOHADA	16	14	12	14	16	10	82	00:00:25	00:34:10
PD21DAUD21	ACTUALIZACIÓN: DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. ALMOHADA						8	8	00:00:25	00:03:20
PD20DAUD22	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. RETRETE	13	14	19	16	12	6	80	00:00:25	00:33:20
PD20DAUD23	DEFENSORIA DE AUDIENCIAS. DERECHO DE LAS AUDIENCIAS	12	10	8	8	7		45	00:01:25	01:03:45
P2115ELE01	RECOMENDACIONES DE LA ASOCIACIÓN MEXICANA DE DEFENSORÍAS DE LAS AUDIENCIAS A LAS AUDIENCIAS DE CAMPAÑAS ELECTORALES				53	75	12	140	00:01:40	03:53:20
	Total:	190	185	180	187	199	184	1,125		13:23:20

Fuente y elaboración: División de Programación y Continuidad.

Tabla 5. Relación de impactos por rango horario

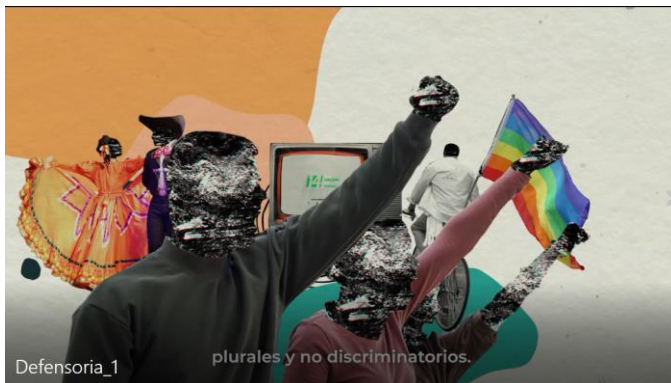
Rango horario	Impactos	Horas	Porcentaje
Madrugada 00:00 a 05:57 h	405	04:57:00	36%
Mañana 06:12 a 11:59 h	202	02:00:30	18%
Tarde 12:00 a 19:56 h	383	04:49:00	34%
Noche 20:29 a 23:59 h	135	01:36:30	12%
Total	1,125	13:23:00	100%

Gráfica 10. Porcentaje de impacto.



Fuente y elaboración: División de Programación y Continuidad.

2.1 Se inició el proceso de actualización de las cápsulas y campaña de la Defensoría y los Derechos con la División de Imagen para iniciar en el siguiente semestre su transmisión, se elaboraron tres spots de una serie de ocho y se continuará su producción para dar inicio a una tercera temporada.



Se trabajó en colaboración con la Coordinación de Altavoz Radio a fin de elaborar materiales de difusión que incorporan la difusión de la Defensoría de Audiencias en sus señales. Estos materiales pueden consultarse en: <https://bit.ly/3rGMOM4>

Por otra parte, se llevó a cabo la actualización de los nuevos datos de contacto de la Defensoría del SPR en los materiales de difusión. Y la integración de Altavoz tanto en el formulario y la página de la Defensoría.

Se realizaron los cambios en la dirección de correo y sitio web, asimismo los ajustes en los contenidos de la página web para explicitar que las actividades de la Defensoría de las Audiencias incorporan a la programación ofrecida por los medios de comunicación administrados y operados por el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR); *Canal Catorce* y las emisoras *Altavoz*. Ya que anteriormente solo se encargaba de *Canal Catorce*. Estos ajustes

derivaron en que la dirección del sitio es: www.spr.gob.mx/defensoria y el correo electrónico de contacto: defensoria@spr.gob.mx Con el apoyo de la División de Tecnologías de la Información.

3. VINCULACIÓN:

3.1 El 21 de abril de 2021 se llevó a cabo la reunión de Defensorías de audiencias de los medios públicos (Canal 22, Canal 11, Capital 21, Radio Educación e IMER). Agenda y trabajo conjunto.

En esa reunión se propuso la elaboración y puesta en marcha de la “Encuesta de calidad de imagen en televisión de paga” disponible en: <https://spr.gob.mx/encuesta> Con el apoyo de la División de Tecnologías de la Información y División de Imagen Institucional.

3.2 Se recibió la solicitud de Capital 21 para que el SPR comparta las cápsulas de la Defensoría para la transmisión en su señal mismas que serán entregadas en el mes de julio.

3.3 Vinculación con la Asociación Mexicana de Defensorías de Audiencias (AMDA) en todas sus actividades que fueron publicadas en la página web de la Defensoría del SPR. Entre las que destaca la producción y difusión de la cápsula de “Recomendaciones para las campañas políticas durante el proceso electoral en consideración de los derechos de las audiencias”. Que se difundió al aire en Canal 14 durante abril, mayo y junio 2021 con 140 impactos. Esta cápsula se difundió también en otros medios públicos

3.4 Vinculación y compromiso del SPR con la alfabetización mediática a partir de poner a disposición de otros medios públicos las producciones de la “Campaña: Los derechos de la audiencia y las defensorías” para lo cual la División de Imagen contribuyó elaborando un manual y poniendo a disposición las versiones editables de 7 cápsulas a fin de que otros medio públicos puedan incorporar sus propios datos de contacto y logotipos, para su transmisión al aire.

4. CAPACITACIÓN:

4.1 En el mes de mayo, Seminario interno “La Radiodifusión de Servicio Público y los Derechos de las Audiencias” al personal de *Altavoz Radio*.

4.2 Capacitación a prestadores de servicio social de la UAM-X para realizar investigación y monitoreo y profundizar sus conocimientos en los derechos de las audiencias.

5. SERVICIO SOCIAL

En este periodo contamos con la colaboración de cuatro prestadores de servicio social bajo el convenio que se tiene con la Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco: Lisa Arely Badillo Alonso; José Omar Peralta López; Aldo Rodríguez Mireles; y, David Alfredo Sánchez Murrieta. Es importante mencionar que todas sus actividades se han desarrollado virtualmente.

El trabajo de los prestadores de servicio social tuvo como resultado el reporte de: “Análisis de la programación de Canal 14” en el que llevaron a cabo un monitoreo de la programación: elaboración de una base de datos; el registro y sistematización de la programación; la elaboración de datos estadísticos; y reporte de monitoreo por día.

También, participaron en la actualización de la investigación “Análisis del registro público de defensores” que tiene el objetivo de conocer la situación de las Defensorías de Audiencias y los mecanismos del Registro Público del IFT.

17

6. INVESTIGACIÓN:

Análisis de la programación de canal 14.

La programación del Canal 14 es uno de los principales servicios que el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) ofrece a sus audiencias, su planeación, distribución y estructura reflejan el cumplimiento de sus principios y compromisos como medio público, por lo que, es de gran importancia para la Defensoría de las Audiencias su estudio. Con el objetivo de conocer lo que se pone a disposición de las audiencias.

La herramienta aplicada en el desarrollo de este análisis fue el monitoreo y su metodología consideró las siguientes actividades:

- Recopilación de muestra y registro de una semana de programación continua durante: 15 al 21 de marzo de 2021.
- Capacitación de prestadores de servicio social en la metodología aplicada, la organización y distribución del trabajo: técnica y teóricamente.
- Estructura de programación: registro de la programación y cuantificación teniendo como unidad de medida de tiempo: el segundo (").
- El registro se sistematizó a partir de las siguientes variables: Día, Hora, Inicio, Final, Duración, Categoría, Nombre/Título, Género, Publicidad, Tema, Producción, Año, Avisos parentales, Invitados, Cargo de Invitado y Observaciones.

- Análisis, observaciones y recomendaciones.

Para llevar a cabo este estudio, contamos con la participación de cuatro prestadores de servicio social, el apoyo de la División de Tecnologías de la Información para la entrega de los testigos, además, las herramientas de planeación de la División de Programación y Continuidad tales como pautas programáticas diarias y semanales. Es importante señalar que la Defensoría no contó con apoyo extraordinario de orden económico, técnico o de recursos humanos. El resultado de la investigación puede consultarse en: <https://bit.ly/3j0kNSA>

7. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Observaciones

- A manera de observación general en este informe semestral resulta relevante reconocer que a la Defensoría de las Audiencias han dejado de llegar comentarios acerca de la falta de disponibilidad de contenidos de interés en los servicios/plataformas de video bajo demanda, y que requirió en informes anteriores Recomendaciones reiteradas de esta Defensoría. Lo que representa que esta necesidad ha sido eficientemente atendida a través de Videoteca, Canal en YouTube, MX PLAY y Redes. Este servicio está actualizado y facilita a la Defensoría la atención inmediata a las audiencias que requieran ver de nuevo algún contenido.
- La difusión permanente de las cápsulas y spots de la Defensoría en la pantalla de Canal 14 ha sido una característica fundamental para que el compromiso con las audiencias esté presente a lo largo del día, sin embargo, en el semestre reportado, nos encontramos con una disminución sustantiva de los impactos y por lo tanto de la presencia de la Defensoría. Como podemos observar en las tablas 4, 5 y gráfica 10, el total semestral de impactos fue de 1,125 lo que nos da un promedio mensual de 187 impactos que representan 6 impactos por día. Sumado a esto encontramos que el 36% (405) del total de los impactos semestrales fue transmitido en un horario de madrugada. Por lo que solo 720 impactos que representan 120 impactos al mes y 4 al día, se transmiten en un horario preferente en donde se pauta el contenido de mayor importancia para el Canal y sus audiencias. Estos argumentos servirán de sustento para la Recomendación n° 1.

7.2 RECOMENDACIONES

RECOMENDACIÓN 1. Es fundamental contar con la presencia de los mensajes de la Defensoría de Audiencias a lo largo de la programación, particularmente en los horarios de mayor audiencia ya que va dirigido a ella, por lo que **se recomienda la definición clara de los objetivos, materiales y pauta de las cápsulas y spots que fomenten la alfabetización mediática sobre los derechos de las audiencias.**

RECOMENDACIÓN 2. Se reitera la importancia de atender prioritariamente los derechos de las audiencias con discapacidad, por lo que retomamos la recomendación emitida en el informe del segundo semestre 2020 relativa a “Incorporar en el sitio web y demás plataformas lo establecido por el artículo 258 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión”¹

Se recomienda avanzar en el diagnóstico y análisis de los mecanismos de accesibilidad que permitan cumplir de manera plena la responsabilidad para con las audiencias con discapacidad. Particularmente en este caso; la disponibilidad de la carta programática en formato accesible (sitio web de Canal 14 y Altavoz); el mecanismo para facilitar el envío de los mensajes de las audiencias con discapacidad (sitio web de la Defensoría) y el lenguaje de señas en al menos el *Informativo 14*.

RECOMENDACIÓN 3. Se reitera la necesidad de que para atender el respeto de los horarios de la programación, particularmente los que están después de la Conferencia de prensa matutina, su transmisión deberá ajustarse a las dos horas programadas.

Recordamos así que el 3 de marzo de 2021, la Defensoría entregó recomendaciones al Presidente del SPR, que aludían al “*Artículo 256. Fracción V. LFTyR. Señala como Derecho de las audiencias; Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;*”.

¹ “Las audiencias con discapacidad gozarán, además de los otros derechos, los siguientes: (Artículo 258)

a) Contar con servicios de subtítulo, doblaje al español y lengua de señas mexicana para accesibilidad a personas con debilidad auditiva. Estos servicios deberán estar disponibles en al menos uno de los programas noticiosos de mayor audiencia a nivel nacional; (Por ahora en Reportaje 14)

b) Que se promueva el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de su atención y respeto;

c) Contar con mecanismos que les den accesibilidad para expresar sus reclamaciones, sugerencias y quejas a los defensores de las audiencias.

d) Acceso a la guía de programación a través de un número telefónico o de portales de Internet de los concesionarios en formatos accesibles para personas con discapacidad.”

RECOMENDACIÓN 4.

En el informe del primer semestre de 2020 la Defensoría atendió las consultas y quejas relacionadas con el formato y contenidos de la conferencia de prensa matutina, que reflejaban la percepción de la audiencia de que son producción del Canal 14, lo cual puede afectar la imagen como medio público más asociado a la tarea gubernamental. Ante ello se hicieron Recomendaciones que al observar que las audiencias continúan enviando mensajes relacionados a este tema nos permitimos reiterar y entre las que se encuentran:

- Se propone que se aclare el origen de la producción, probablemente en un mensaje al inicio de cada conferencia.
- Diferenciar explícitamente, con herramientas audiovisuales, que el contenido transmitido no es una producción de Canal 14 y que su transmisión se enmarca en objetivos específicos de información.

Por lo anterior reiteramos y proponemos recomendar la inserción al inicio y al final, de la conferencia de prensa aludida, tanto en Televisión como en Radio, la siguiente leyenda:

TELEVISIÓN

-El siguiente contenido es producido por la Presidencia de la República. Su transmisión íntegra atiende al respeto del derecho de acceso a la información de las audiencias.

La información y las opiniones vertidas por los participantes son responsabilidad de quienes las emiten y no necesariamente representan la posición del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano y de Canal 14.-

RADIO

-El siguiente contenido es producido por la Presidencia de la República. Su transmisión íntegra atiende al respeto del derecho de acceso a la información de las audiencias.

La información y las opiniones vertidas por los participantes son responsabilidad de quienes las emiten y no necesariamente representan la posición del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano y de Altavoz Radio.-

En el caso de televisión, el texto en pantalla legible con el tiempo suficiente para su lectura por parte de la audiencia. En el caso de radio, lectura del texto íntegro.

Defensoría de las Audiencias. Julio 2021
Beatriz Solís Leree. Defensora
Alfredo Velázquez Díaz. Asistente