

***PRIMER***  
***INFORME SEMESTRAL***  
***2017***

## **PRESENTACIÓN**

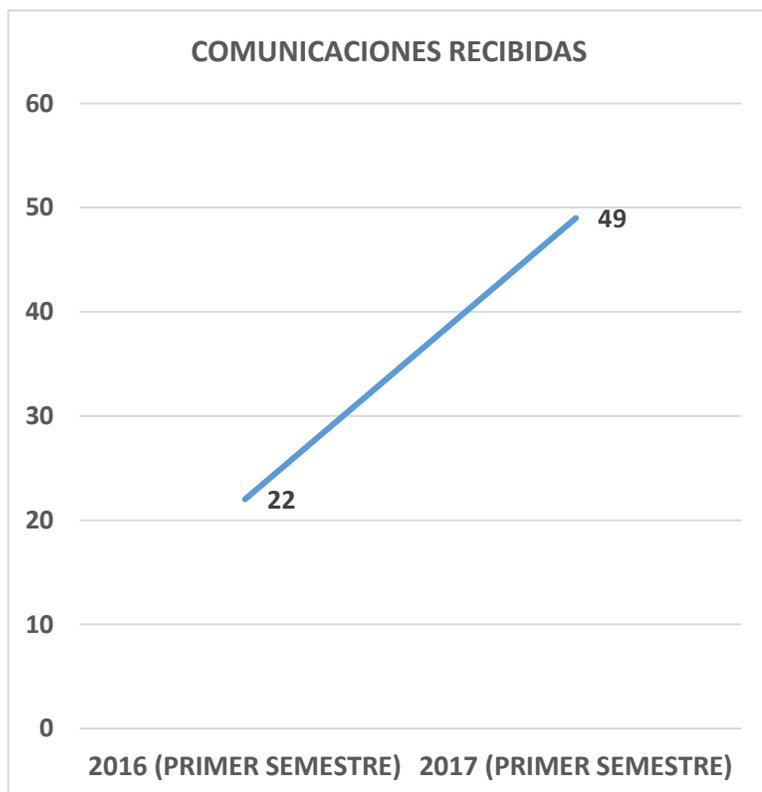
El presente informe describe las actividades realizadas por la Defensoría de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano en el periodo: enero a junio 2017.

Las acciones correspondientes a este semestre son las siguientes:

1. Contacto con las audiencias. Respuesta a las inquietudes, quejas o sugerencias de las audiencias que lleguen a través de los canales de comunicación.
2. Análisis de la Programación. Análisis y monitoreo de una semana de la programación del canal Una Voz con Todos (16 al 20 de enero de 2017).
3. Servicio Social. Aprobación del Proyecto de servicio social “Desarrollo profesional y humano en defensorías de las audiencias: campo emergente” por parte del Consejo Divisional de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.
4. Formación. Colaboración en seminarios, con otras defensorías para difundir y poner en común los objetivos de la figura del defensor y los derechos de las audiencias.
5. Difusión. Difusión de la campaña Derechos de Audiencias SPR/Cátedra UNESCO.
6. Vinculación. Se continúa con la vinculación con Instituciones de Educación Superior para proyectos en común.

## I. COMUNICACIÓN CON LAS AUDIENCIAS

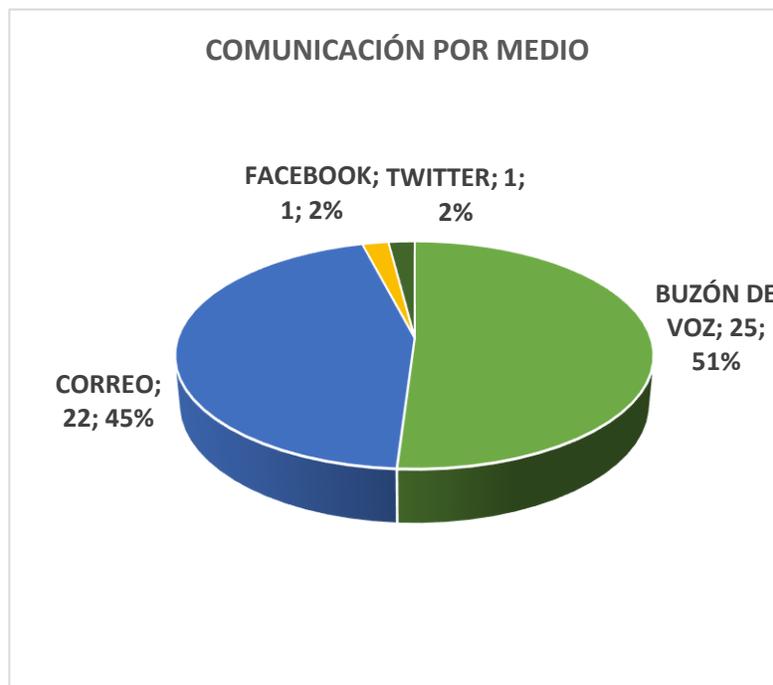
Durante el primer semestre 2017 se recibieron 49 comunicaciones de las cuales 13 no procedieron en ninguna de las áreas pero sí fueron contestadas, en su gran mayoría invitando a la audiencia a conocer más de las actividades y competencias de la Defensoría. La participación de las audiencias aumentó de manera significativa en contraste con el primer semestre 2016, donde se recibieron 22 mensajes.



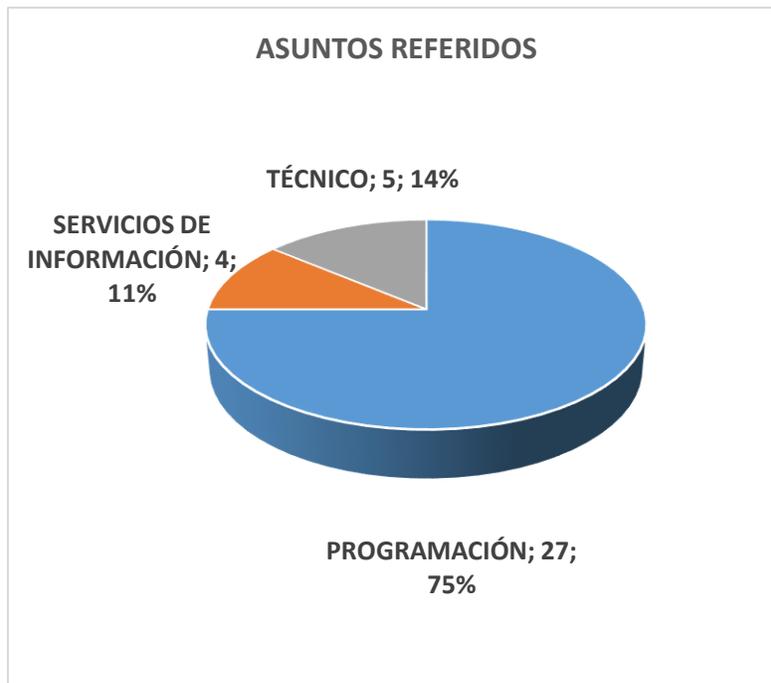
Las principales herramientas de comunicación han sido el buzón de voz, correo electrónico y página web, en este periodo el buzón de voz finalmente funciona correctamente. Para conocer todos los mensajes recibidos y sus respectivas respuestas puede visitar la siguiente liga <http://bit.ly/1U9msPX> donde permanentemente se hacen públicos los mensajes que llegan a nuestros canales de comunicación.

En este semestre el principal medio de comunicación usado por las audiencias es el buzón de voz, en el que se recibieron 25 mensajes, equivalente a un 51%, actualmente este servicio ya permite hacer el registro del número telefónico de origen y la fecha y hora de llegada, lo cual facilita sustancialmente el registro y el seguimiento del mensaje. Es importante reiterar que este servicio pudo ser puesto en operación en el segundo trimestre de este periodo, por lo que consideramos puede registrar más comunicaciones a partir del segundo semestre.

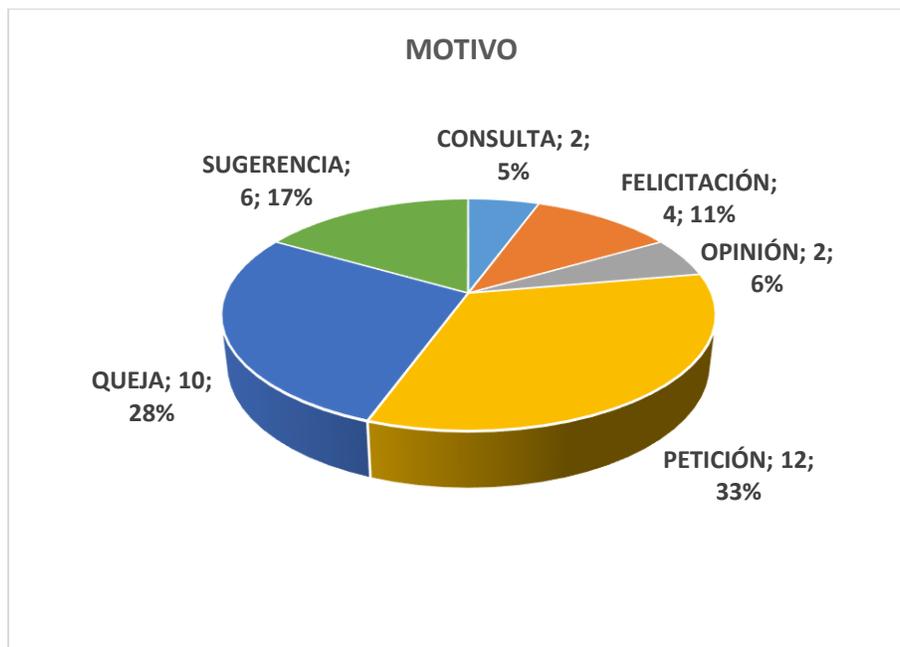
El correo electrónico es el que agrupa el 45% (22 mensajes). Por último en redes sociales tan solo recibimos 2 mensajes.



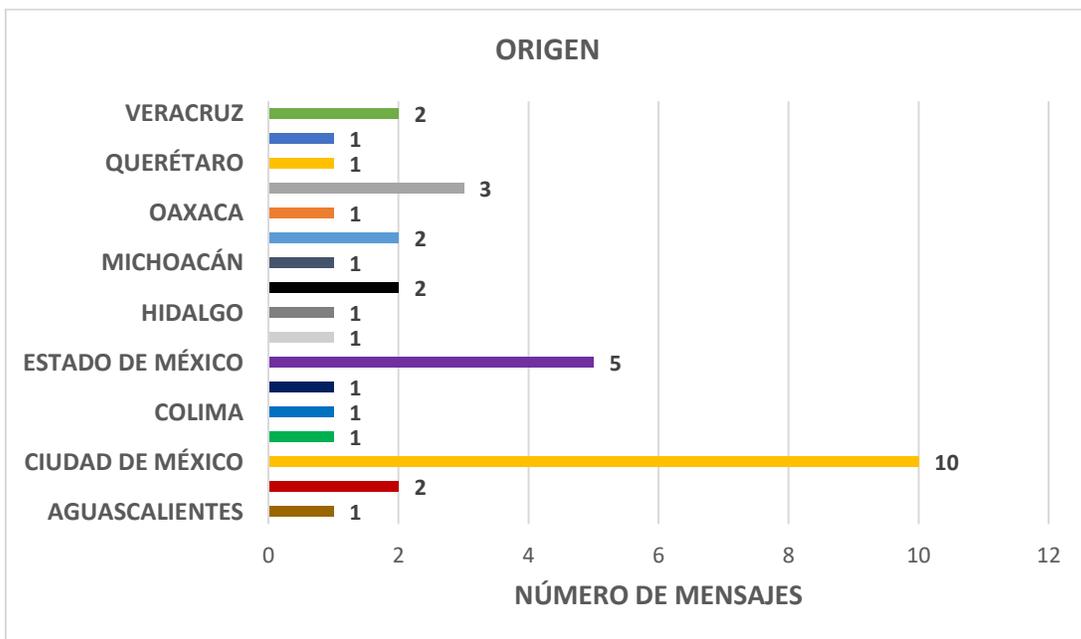
En los asuntos referidos, continúa destacando la *Programación* en un 75% con 27 comunicaciones. En segundo lugar la categoría de aspectos *Técnicos*, con un 14% (5 mensajes) Y finalmente *Servicios de información* en 11% con 4 mensajes.



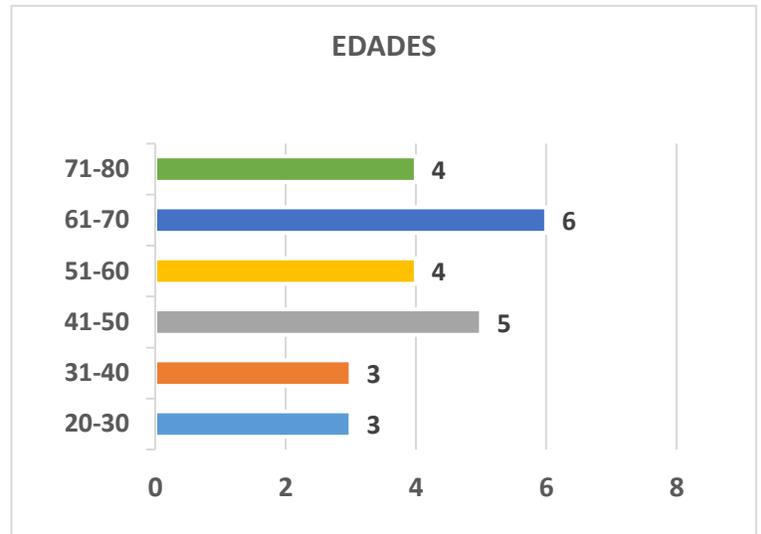
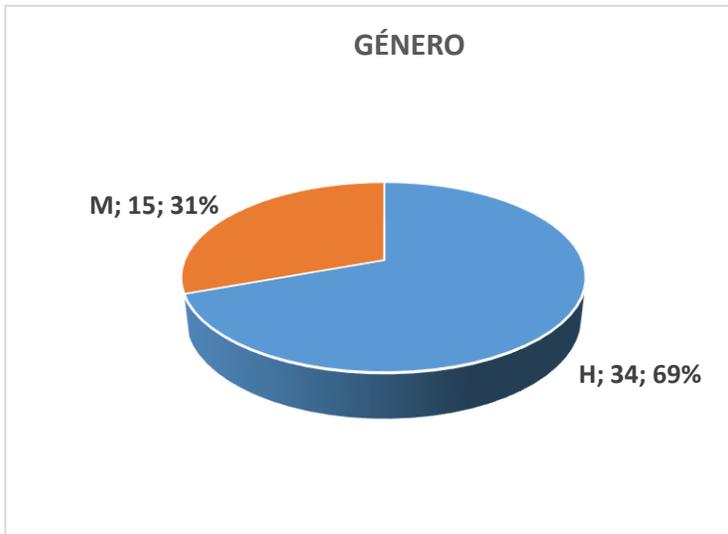
En cuanto a los motivos del mensaje, la más alta fue la *Petición* con un 33% equivalente a 12 comunicaciones, seguida de *Queja* en 28% (10 mensajes), posteriormente *Sugerencia* en 17%, *Felicitación* en 11%, *Consulta* y *Opinión* con 2 mensajes respectivamente.



En este semestre participaron audiencias de 16 entidades federativas y una internacional.



Nuevamente la participación masculina rebasó a la femenina con un 69% (34) hombres y el 31% (15) mujeres. En relación a las edades, el 24% se encuentran en el rango de 61 a 70 años, le sigue 41 a 50 con 20%, 51 a 60 y 71 a 80 con 16% respectivamente y finalmente 20 a 30 y 31 a 40 años con un 12% cada uno.



## II. ANÁLISIS DE PROGRAMACIÓN.

Como primer reporte de la investigación “Oferta programática del Canal Una Voz con Todos, una mirada desde su Defensoría de las Audiencias” con la finalidad de conocer, de manera sistemática y completa las características de la oferta de contenidos que el SPR a través de su Canal “Una voz con todos”, ofrece a sus audiencias.

La metodología aplicada en este ejercicio de investigación consideró las siguientes etapas:

- Relevamiento (recopilación del Corpus completo) y registro de una semana de programación continua: Cartas de programación y cintas testigos de materiales de la semana del 16 al 20 de enero de 2017.
- Estructura de la Programación: Concentración y vaciado de la programación a partir de su cuantificación (unidad de medida: el segundo) para conocer cómo se organiza la programación a partir de las cartas programáticas (parrillas) y el vaciado en hoja de cálculo y su clasificación a partir de categorías: programas, cápsulas, promocionales,

considerando tiempo de duración y horarios de transmisión. Para contar con un análisis estadístico de la estructura de la programación.

- Clasificación de contenidos por formatos: cine, concierto, deportivo, documental, dramatización, entrevista, informativo, mesa redonda, música, orientación, reportaje, revista.
- Barras programáticas: productora, temas, años de producción.

Finalmente para la siguiente etapa en proceso, se trabaja al igual que el informe presentado los datos correspondientes al fin de semana, además a partir de la exposición y socialización de estos resultados poder determinar los contenidos a analizar en función de: actores presentes en los programas y temáticas particulares, solo en las producciones del SPR (en principio) y análisis detallado de noticias. Además considerar si dicha fase del análisis debe hacerse a una semana más actualizada. Todo ello a partir de intereses específicos de las áreas de producción o programación. Al finalizar el análisis será publicado en el sitio web de la Defensoría de las Audiencias.

### III. SERVICIO SOCIAL

Aprobación del proyecto de servicio social: “**Desarrollo profesional y humano en defensorías de las audiencias: campo emergente**” por parte de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Xochimilco (actualmente contamos con tres prestadores de Servicio Social).

El proyecto de servicio social presentado fue una iniciativa de la Defensoría de las Audiencias del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano, la cual pretende, además de ampliar las actividades de la propia Defensoría, formar profesionales en este campo, con la finalidad de consolidar el desarrollo y promoción de sus actividades en las siguientes áreas de oportunidad:

- Alfabetización mediática
- Observación, registro y supervisión de los derechos de las audiencias
- Vinculación y difusión con las audiencias

#### IV. FORMACIÓN

Participación en el Seminario: *El servicio público de radiodifusión y los derechos de las audiencias*, organizado conjuntamente por Defensoría de las Audiencias del Sistema Universitario de Radio y Televisión de la Universidad de Guadalajara a cargo del Mtro. Gabriel Sosa Plata, el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano SPR., y la Cátedra UNESCO de Alfabetización Mediática de la Universidad de Guadalajara, con el Dr. Guillermo Orozco.

El seminario se llevó los días 12, 13, 26 y 27 de mayo 2017 en las instalaciones del Sistema en la Ciudad de Guadalajara y participaron 30 personas de las áreas Jurídica, Relaciones Públicas, prensa y redes sociales, mercadotecnia, tecnologías de Información, ingeniería, recursos humanos, finanzas, administración, noticias, producciones universitarias y subdirecciones regionales de radio.



#### IV. DIFUSIÓN.

Difusión de la campaña Derechos de Audiencias SPR/Cátedra UNESCO. En el pautaado realizado por el área de Promoción e imagen, identificamos que se solicita el impacto de dos videos de esta campaña cada uno con cuatro impactos por día. En el análisis que dicha área realiza por mes corroboramos que de los 11:59:55 (hh:mm:ss) de duración dedicados a los Promocionales institucionales de UVTV se destinaron para esta campaña únicamente 01:54:00 (hh:mm:ss). Contrastando el monitoreo realizado por la Defensoría y el área de Imagen y promoción, identificamos nuevamente que el tiempo destinado a la pauta promocional está en tan sólo 9% del total de la programación y eso impacta en los tiempos que se destinan a identidad del canal en su oferta. Reiteramos al igual que en nuestro primer reporte de monitoreo es necesario destinar al menos un 15% de la programación total a la presencia de la pauta promocional del canal y en consecuencia la permanente transmisión de la campaña de Derechos de las Audiencias.

#### VI. VINCULACIÓN.

Se continúa con la vinculación con Instituciones de Educación Superior para proyectos en común. Entre los más importantes esta la participación del SPR en la XXXI Convocatoria al Premio Nacional de Trabajos Terminales (tesis) de las instituciones de Educación Superior CONEICC en la que SPR otorgará por segunda ocasión, un premio especial ahora con el tema “Las audiencias de los medios públicos y sus derechos”. A entregarse en octubre de 2017.

El SPR produjo y transmitió un spot con la convocatoria del premio con cuatro impactos diarios del 7 de abril al 10 de junio del presente año en la pantalla de UVTV.



## VII OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES.

- a) Evaluar la posibilidad de que técnicamente se le puedan poner los subtítulos legibles (agrandarlos) a los contenidos, además con la finalidad de poner a disposición una herramienta para las audiencias con discapacidad visual la herramienta tecnológica de los **subtítulos cerrados** (conocidos en inglés como Closed Caption)
- b) Supervisión y atención inmediata a la **señal de Mexicali Baja California**, llama la atención que públicamente en la página web del Canal y el Sistema en el área de cobertura no señalan que en dicha zona se preste el servicio. Además las audiencias en sus mensajes mencionan que sí se ve el canal pero que no tiene audio.
- c) Como resultado del monitoreo es fundamental que dentro de la programación se brinde **mayor tiempo al menos un 15% al destinado a la publicidad del canal (pauta promocional), y en consecuencia aumente la presencia de la Defensoría**, (que en nuestro análisis ocupó solo el 0:37%) para motivar más la interacción con las audiencias y difundir la campaña de los derechos de las audiencias.
- d) De acuerdo al análisis de los mensajes que han llegado a través del **correo de contacto**, (en la página web del SPR) es pertinente que al igual que el formulario de la Defensoría **se recopile información relacionada con el origen del mensaje** y que la audiencia tenga la facultad de clasificar su mensaje en automático en relación al motivo de su comunicación. Con la finalidad de obtener datos fundamentales para la construcción del perfil de las audiencias del canal.

Defensoría de las Audiencias. Julio 2017  
Beatriz Solís Leree. Defensora  
Alfredo Velázquez Díaz. Asistente