

INFORME

PRIMER SEMESTRE 2020

PRESENTACIÓN.

El presente informe reporta las actividades desarrolladas por la Defensoría de las Audiencias de Canal 14 del SPR en el periodo de enero a junio de 2020. Cabe señalar que durante este semestre reportado incorpora como variable a considerar la Emergencia Sanitaria por el Covid19 que genera una actividad atípica y algunos problemas logísticos que sin duda fueron asumidos y solucionados en la mejor manera posible.

2

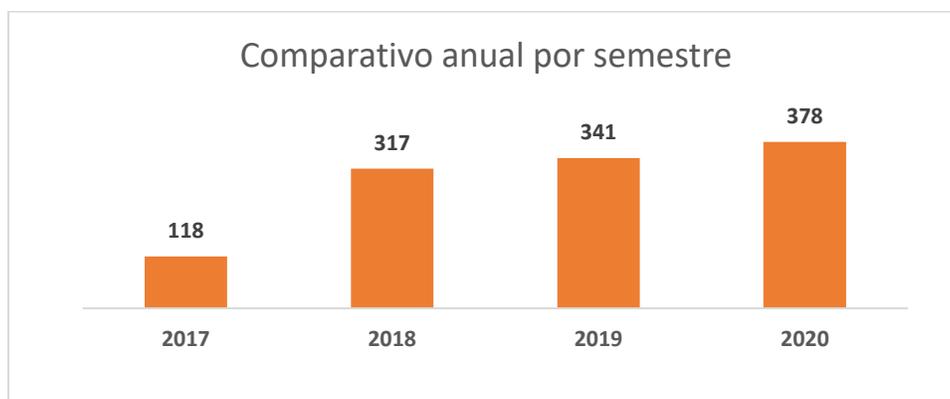
En el semestre mencionado se reportan los siguientes asuntos:

1. Contacto con las audiencias. Registro y análisis de las inquietudes, quejas o sugerencias de la audiencia recibidos a través de los canales de comunicación.
2. Difusión. Pautado de los spots y cápsulas de la Defensoría.
3. Vinculación. Actividades y participación en diversos foros, y posicionamientos.
4. Formación. Seminarios impartidos.
5. Investigación. Temas especiales.
6. Observaciones y recomendaciones.
7. Anexos.

1. COMUNICACIÓN CON LAS AUDIENCIAS.

Durante el semestre enero a junio 2020 se recibieron **378 mensajes** a través de nuestros canales de comunicación con la audiencia. En comparación con años anteriores sigue el aumento de mensajes

Gráfica 1. Comparativo anual por semestre.



3

De los 378 comentarios recibidos en el primer semestre 2020, 34 no fueron procedentes ya que los asuntos no refirieron servicios del Canal, lo que significa que el 91% de los mensajes fueron atendidos y compartidos con las áreas.

Gráfica 2. Atendidos.



Gráfica 3. Canales de comunicación.



4

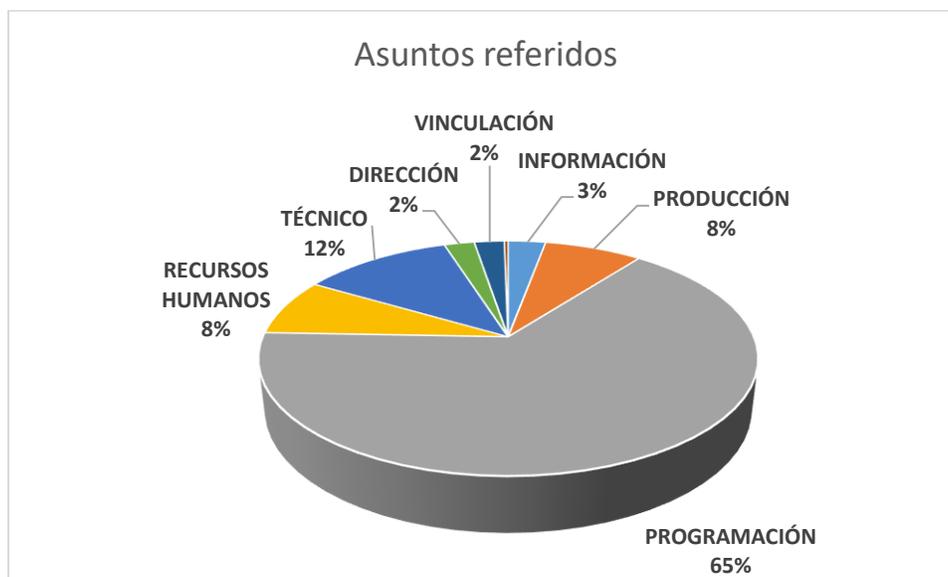
En la gráfica 3 observamos que el correo electrónico continúa siendo el mecanismo de contacto predominante con el 92% equivalente a 348 mensajes, 6% del buzón de voz con 24 y finalmente las redes sociales con 6 comentarios.

Tabla 1. Estado de los mensajes.

#	Estado de mensajes
334	Con respuesta y proceso satisfactorio
10	Comentario relacionado con servicios de plataformas digitales: video bajo demanda o MX PLAY que continúan pendientes
344	Total

En este semestre se redujeron sustancialmente las peticiones vinculadas con la disponibilidad de contenidos en las plataformas digitales, en el apartado de *Asuntos especiales* se desarrolla con mayor profundidad el tema. La mayoría de los mensajes recibidos fueron contestados satisfactoriamente, sin embargo, en el mismo apartado se detallan temas relevantes que fueron referidos por las audiencias en este semestre.

Gráfica 4. Asuntos referidos.



5

En la gráfica 4, se muestra la clasificación de los asuntos referidos en los mensajes, con siete categorías vinculadas a las áreas; *programación*, que por ser el principal servicio que se brinda a las audiencias reportó el 65% (224); *técnico* con el 12% (40) en este semestre aumentó y estos comentarios estuvieron relacionados con la recepción del Canal, fueron atendidos con el apoyo del área de ingeniería; *producción* con 8% (26); *recursos humanos* con 8% (27) vinculado a bolsa de trabajo o estudiantes para prácticas profesionales; *información* 3% (10); *dirección* y *vinculación* que suman 4% (16).

Tabla 2. Descripción de Asuntos.

Asunto	Temas	Área
Programación	<ul style="list-style-type: none"> -Consultas sobre barra programática -Consulta sobre contenidos transmitidos -Solicitud de material -Solicitud de retransmisión -Disposición de programas en Video bajo demanda; MX Play; You Tube -Felicitación de contenidos -Queja sobre spots del INE durante conferencia presidencial -Uso de subtítulos -Sugerencias de programación -Opinión sobre contenidos -Queja sobre modificación de pauta programática -Opiniones relacionadas con France 24 	<ul style="list-style-type: none"> -Coordinación de programación y continuidad -Coordinación de desarrollo de tecnologías de la información -Coordinación Jurídica
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> -Consultas para enviar CV -Prácticas profesionales -Servicio social 	<ul style="list-style-type: none"> -Recursos humanos

Asunto	Temas	Área
	-Bolsa de trabajo	
Técnico	-Atención a problemas de la transmisión de la señal (Falla en el audio, mala recepción) -Consulta de parámetros de la señal -Consulta de cobertura en población	-Coordinación de Transmisiones y Red Nacional
Producción	-Interés en la presentación de proyectos -Comunicar algo a la producción del contenido -Observaciones o correcciones a contenidos de programas -Audiencias que quieren participar en contenidos específicos (como entrevistados) -Sugerencias y opiniones de contenido en programas específicos (Por ejemplo, en Polémica en redes) -Sugerencias de entrevistados	-Coordinación de producción
Servicios de información	-Comentarios relacionados con especiales 14 o reportajes 14 (servicios informativos) -Ejercicio de Derecho de réplica	- Coordinación de Información y Noticias
Dirección y Vinculación	-Televidentes que buscan hacer alianzas con el Canal	- Vinculación institucional (Nueva)

Gráfica 5. Motivo de comunicación.



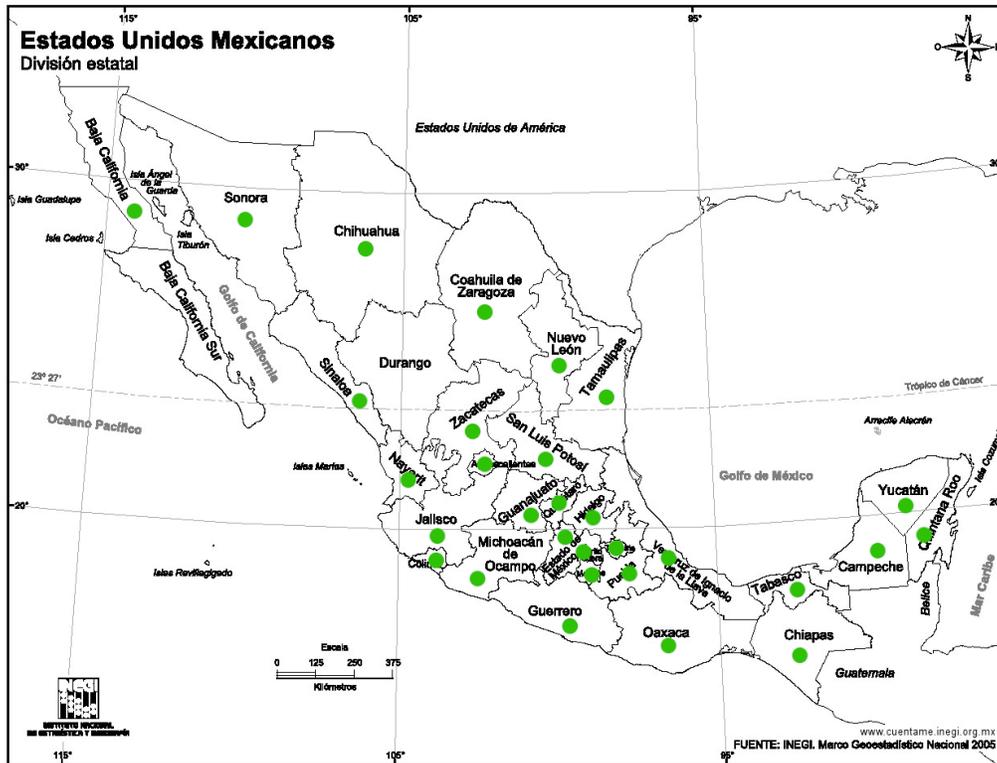
Los motivos de los comentarios de las audiencias se concentraron en dos variables; la *petición* y la *consulta* con 29% (100) y 28% (98) respectivamente, vinculadas principalmente al asunto de la programación. Además, se registran la *queja* 19% (64) y la *felicitación* con 11% (38) y finalmente, *sugerencia* con 8% (28) y *opinión* con 5% (16).

En la tabla siguiente se señala el origen de las comunicaciones, y el número de mensajes recibidos por entidad.

Tabla 3. Origen de mensajes.

ZONA GEOGRÁFICA (306)	
AGUASCALIENTES	4
BAJA CALIFORNIA	4
CAMPECHE	2
CHIAPAS	4
CHIHUAHUA	3
CIUDAD DE MÉXICO	122
COAHUILA	1
COLIMA	1
ESTADO DE MÉXICO	44
GUANAJUATO	11
GUERRERO	1
HIDALGO	2
JALISCO	15
MICHOACÁN	3
MORELOS	7
NAYARIT	1
NUEVO LEÓN	12
OAXACA	3
PUEBLA	21
QUERÉTARO	4
QUINTANA ROO	4
SAN LUIS POTOSÍ	2
SINALOA	1
SONORA	1
TABASCO	5
TAMAULIPAS	3
TLAXCALA	2
VERACRUZ	10
YUCATÁN	8
ZACATECAS	2
NUEVA ZELANDA	3
TOTAL	306

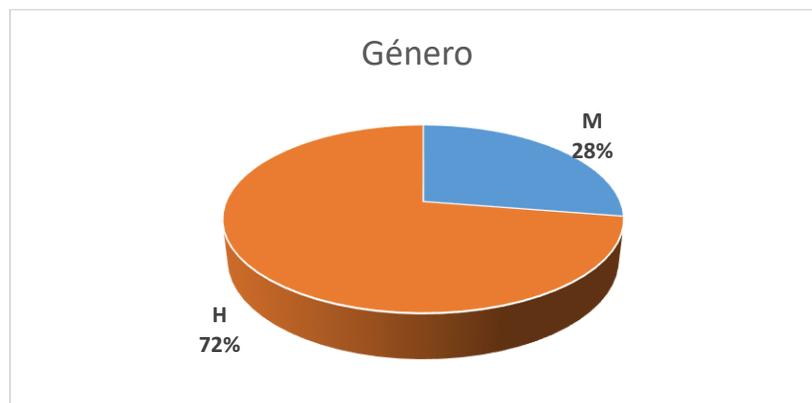
Imagen 1. Origen de mensajes.



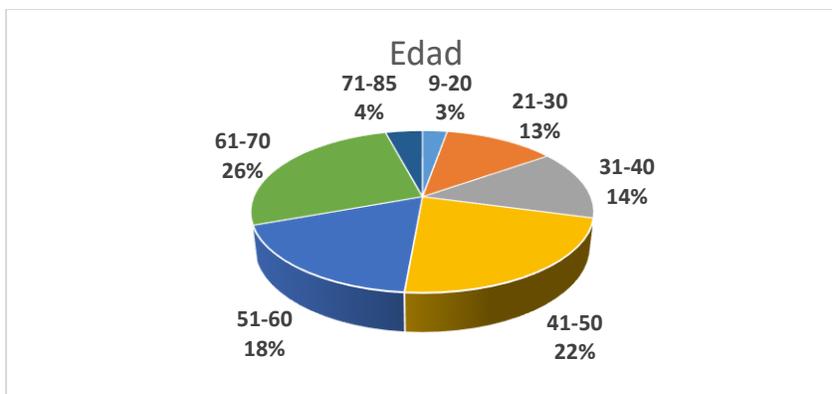
8

En cuanto al género de las audiencias que se comunican, encontramos que los hombres cuentan con mayor presencia con el 72% (274) y las mujeres el 28% (104).

Gráfica 6. Género.



Gráfica 7. Edad.



El rango de edad de los 72 mensajes que arrojaron esta información, está entre los 61-70 años con el 26% (19), continúan las personas de 41-51 con el 22% (16), después de 51-60 con 18% (13), de 31-40 14% (10), muy cerca los de 21-30 con 13% (9), del rango de 71-85 el 4% (3) y finalmente de 9-20 años con 3% (2). Lo que nos informa, en lo referente a las “audiencias activas” que se comunican con el Canal, los extremos en la distribución etaria de la sociedad, la audiencia infantil y juvenil y los adultos mayores son los menos presentes.

Tabla 4. Ocupación.

OCUPACIÓN	#
Maestro o Docente	34
Admin. De proyectos	16
Diseñador gráfico, General manager *2	15
Auxiliar administrativo, Médico*2	13
Vendedor	11
Contador, Reportero*2	9
Editor	8
Arquitecta/o, Auxiliar de recursos humano, Ingeniero Civil*3	6
Abogado, Consejero Senior, Director general	5
Cajero, Ingeniero de software, Ingeniero mecatrónico, Ingeniero Químico, Relaciones públicas, Técnico en mantenimiento*6	4
Bibliotecario, Cocinera/o, Electricista, Escritor, Gerente de ventas, Lic. En Filosofía, Mecánico*7	3
Alumna/o, Asesor financiero, Asistente de dirección, Comerciante, Lic. En Informática, Mercadóloga/o, Plomero*7	2
Albañil, Almacenista, Analista contable, Arquitecto de software, Artista plástico, Asesor comercial, Asociación civil, Bolero, Carpintero, Ejecutivo de ventas, Ingeniero, Ingeniero matemático, Publicista, Quiropráctico, Secretaria, Técnico en audio*16	1
Total	251

2. DIFUSIÓN.

Tabla 5. REPORTE DE TRANSMISIÓN: PROMOCIONALES DE LA DEFENSORÍA DE LA AUDIENCIA: Periodo: Enero a Junio 2020

PROMOCIONALES		IMPACTOS							Duración	Acumulado
PIEZA	TÍTULO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total		
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIA ALMOHADA	6	18	21	10	21	20	96	00:00:25	00:40:00
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIA TOSTADOR	10	22	19	18	16	19	104	00:00:25	00:43:20
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIA WC (RETRETE)	10	22	21	18	16	11	98	00:00:25	00:40:50
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. CALIDAD, RECEPCIÓN Y RESPETO (=DERECHOS TELEVIDENTES VERSIÓN 3)	40	16	17	25	12	16	126	00:00:30	01:03:00
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. CAPACIDADES DISTINTAS (=DERECHOS TELEVIDENTES VERSIÓN 8)	16	12	11	10	6	18	73	00:00:30	00:36:30
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. CÓDIGO DE ÉTICA (=DERECHOS TELEVIDENTES VERSIÓN 6)	22	12	12	12	19	13	90	00:00:30	00:45:00
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. CONTENIDOS PLURALES Y VERACES (=DERECHOS TELEVIDENTES VERSIÓN 2)	10	14	13	16	5	17	75	00:00:30	00:37:30
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORIA DE LAS AUDIENCIAS. DERECHOS DE LOS NIÑOS (=DERECHOS TELEVIDENTES VERSIÓN 5)	28	14	13	9	21	8	93	00:00:30	00:46:30
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS. DERECHOS POR LEY (=ENLACE DEFENSORÍA)	38	20	17	17	26	23	141	00:00:30	01:10:30
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. EXIGIR DERECHOS (=DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS)	10	32	27	19	4	28	120	00:00:30	01:00:00
PROMO DEFENSORÍA	DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS. PUBLICIDAD EN TV (=DERECHOS TELEVIDENTES VERSIÓN 4)	2	18	15	14	28	16	93	00:00:30	00:46:30
CÁPSULA	DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS	0	0	0	30	15	10	55	00:01:25	01:17:55
Total:		192	200	186	198	189	199	1,164	00:10:00	10:07:35

3. VINCULACIÓN.

3.1 Colaboración en el Blog de Alfabetización Mediática Informativa y Diálogo Intercultural de la Cátedra UNESCO AMIDI UDG. 20 de mayo del 2020.

<https://bit.ly/3eBsKtc>

3.2 Difusión y participación como presidenta de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, AMDA, en amparo a favor de las audiencias. 25 de mayo del 2020. <https://bit.ly/3fyEcXN>

11

4. FORMACIÓN Y SEMINARIOS IMPARTIDOS

4.1 Elaboración de cápsula sobre decálogo: *Recomendaciones para la cobertura mediática de la pandemia COVID-19*. 19 de marzo del 2020. <https://bit.ly/2OMvDNf>

4.2 Impartición del Taller virtual “Derechos de las Audiencias y la forma de ejercerlos”. 26 de junio del 2020. Para el Consejo Nacional Para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC. <https://bit.ly/3fw2RMQ>



5. INVESTIGACIÓN. TEMAS ESPECIALES

5.1 ACCESO A LA PROGRAMACIÓN EN LAS PLATAFORMAS. (VBD)

Durante el periodo 2017-2020 el servicio de plataformas digitales de Video Bajo Demanda: Videoteca, MX Play, y You Tube ofrecido por Canal 14 y SPR, han sido un tema permanente de interés y seguimiento de la Defensoría, por su estrecha vinculación con las peticiones respecto de la disponibilidad de los contenidos a través de internet.

Consideramos fundamental el derecho de las audiencias al acceso de los contenidos producidos y de interés para poder ser vistos en horarios diferentes a los de su transmisión, a la fecha existen 494 mensajes recibidos relacionados con este tema, lo que refleja el interés de las audiencias por este servicio, tenemos pendientes aún por atender 35 solicitudes de programas a ser puestos a disposición en alguna plataforma, en este sentido, la Defensoría no cuenta con respuesta formal acerca de las razones por las que esos contenidos no están aún a disposición de las audiencias.

Por lo anterior, la Defensoría de las Audiencias, en reunión del 27 de enero del 2020 con el Presidente del SPR, la Directora de Canal 14, el Titular de la División de Programación y Continuidad, y el Titular de la División de Tecnologías de la Información, con la finalidad de abordar el tema y acciones para atender la recomendación emitida por esta Defensoría en el segundo informe semestral de 2019, en esta reunión se establecieron las siguientes acciones:

1. Enviar el listado de los programas referidos por la audiencia a la Coordinación jurídica con la finalidad de revisar sus Derechos de transmisión con los que contaban estas producciones y observar su viabilidad de puesta a disposición en plataformas. Como resultado de estos dos acuerdos tenemos; En el caso de la revisión de los Derechos referidos en los contratos, el área jurídica solo nos envió 10 contratos para nuestro análisis encontrando que solo una tiene restricciones para su puesta a disposición en las plataformas y no es producción del SPR. En Anexo 1 se puede consultar el análisis realizado. Al respecto nos permitimos recomendar al área jurídica se haga una base de datos para la consulta más expedita de las condiciones contractuales y los derechos.
2. Elaborar listado con las producciones solicitadas por las audiencias en 2019, con el fin de conocer los programas de interés referidos, en este quedaron 13 programas y 3 series, 9 de esas solicitudes aún no disponibles actualmente, En Anexo 2 se puede consultar el listado completo. Es importante señalar que este listado había sido fuente importante para la programación de la Barra denominada "Programación de las Audiencias" (martes y jueves 17:30 a 18.00) que por cierto ya no se programa, sin que la Defensoría haya tenido información al respecto. Es importante mencionar que la Defensoría de las Audiencias ha dado seguimiento a este tema por el legítimo interés de atender los mensajes de las audiencias con acciones específica, y reconoce que en este periodo se ha trabajado desde el SPR en este tema, sin embargo, nuestro interés es vincular ese trabajo con las peticiones específicas de las audiencias que consideramos no pueden quedar marginadas y deben ser un criterio importante para la oferta e interés de las audiencias para con las series a su disponibilidad que reflejan nuevos ámbitos de consumo y oportunidades para la

difusión, promoción del patrimonio audiovisual del Sistema y del beneficio público.

A continuación, compartimos nuevamente el historial de series referidas, contrastando en su caso la revisión de derechos en los contratos (de los documentos compartidos por la Coordinación jurídica a la Defensoría) y su disponibilidad en plataformas:

Tabla 6. Historial de programas referidos por las audiencias 2018-2019.

AÑO	PRODUCTO	DERECHOS	DISPONIBLE
2020	En sus zapatos	-	NO
2020	Fragmentaria, Diálogos con Jaime Labastida: Emilio Ledó	-	NO
2020	Historia de la Medicina: Rehabilitación	SÍ	NO
2020	INNOVA PRO	-	NO
2020	INNOVA PRO: Enrique Lomnitz. Isla urbana	-	NO
2020	La ciencia del fútbol	-	NO
2020	Las Noches con él 3 a 4 temporada	-	NO
2020	Descubriendo ideas. T2", Diagnóstico de cáncer de hueso	-	NO
2019	Almanaque deportivo	SÍ	NO
2019	Aprovecha mi experiencia	SÍ	NO
2019	Cambio climático desde una perspectiva de género	SÍ	NO
2019	Historia de la Medicina en México	SÍ	NO
2019	La historia de la medicina en México	-	NO
2019	Los Palacios de México	SÍ	NO
2019	Producción agropecuaria y pesca II	SÍ	NO
2018	¿Por qué en México?: San Miguel orgánico. Luc Emmanuel Monzi	-	NO
2018	Ciencia en todos lados: Tlallolín (especial del temblor).	-	NO
2018	Con.ciencia.mx	-	NO
2018	Ecotips	-	NO
2018	Garbanzos de a libra. 2da temporada.	-	NO
2018	Grandes autoras latinoamericanas	-	NO
2018	Háblame derecho	-	NO
2018	Hoja de lata	-	NO
2018	La ciencia del fútbol	-	NO
2018	SER... HUMANO.	-	NO
2018	Ve la ópera con Sergio	-	NO

5.2 PROGRAMACIÓN GUBERNAMENTAL (CEPROPIE)

Comentarios de las audiencias recibidos al respecto

Las razones que motivan este reporte especial se fundamentan en la solicitud del Consejo Ciudadano y en el número de comentarios (46) (12.16%) del total semestral, recibidas respecto al tiempo dedicado a los programas gubernamentales.

Tabla 7. Programación gubernamental por horas diaria/semanales

PROGRAMA	TRANSMISIÓN	HORAS DIA	HORAS SEMANA
CONFERENCIA PRESIDENCIAL MATUTINA	lunes a viernes de 7:00 a 9 :00	2	10
INFORME DIARIO SOBRE CORONAVIRUS COVID-19	lunes a domingo de 19:00 a 20:00	1	7
INFORME DIARIO SOBRE PROGRAMAS DE BIENESTAR,	lunes a domingo de 17:00 a 18:00	1	7
INFORME DIARIO SOBRE CRÉDITOS	lunes a domingo de 18:00 a 19:00	1	7
TOTAL		5	31

El cuadro anterior muestra las transmisiones de las producciones gubernamentales que se ofrecen en la programación de Canal 14 íntegramente, sin cortes ni edición a partir de la transmisión directa del Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales, **CEPROPIE**, el cual afirma que su función es: “documenta las actividades públicas del Titular del Ejecutivo Federal con material de video y audio, para su difusión en los medios electrónicos de comunicación. Asimismo, de atender las demandas de producción, realización de programas informativos y especiales que le sean solicitados por la Presidencia de la República, sectores público y privado.”¹ Es importante mencionar estos contenidos son transmitidos también en las frecuencias: 11.1, 21.1 y 22.2

El tiempo diario que suman estos contenidos es de cinco horas (aproximadamente pues las conferencias eventualmente se alargan) sumando a la semana 31 horas. Si tomamos como referencia las 18 horas del denominado “horario comercial diurno” de 6:00 a 00:00 horas para valorar el tiempo dedicado, tenemos en un día entre semana el 27.77% de la programación (con 5 hrs.) destinadas diariamente a ofrecer producciones gubernamentales. Lo anterior sin contar el tiempo de Estado a lo largo de esta franja horaria.

Es importante señalar que en el caso de las conferencias vespertinas (bienestar, economía y coronavirus) son transmitidas durante los siete días de la semana que

¹ Fuente: http://cepropie.gob.mx/es/CEPROPIE/Quienes_somos Consultada el 16 de julio del 2020.

anteriormente eran los días con las mejores producciones del Canal, lo cual modificó la programación del Canal 14.

Antes de las transmisiones gubernamentales con motivo de la pandemia, en un día promedio de las 6:00 a las 00:00 hrs., (a manera de ejemplo se toma el 3 de febrero del 2020), Canal 14 ofreció 27 programas, contando la conferencia matutina, durante las 18 horas, con una media de hasta 30 minutos por segmento (sólo uno con 1:54:00 de duración con la Conferencia Matutina). Actualmente en un día promedio de las 6:00 a las 00:00 hrs. (con la muestra del 29 de junio del 2020), Canal 14 ofreció 17 programas (13 del Canal 14 y 4 de CEPROPIE) alcanzando una duración media de 50 minutos.

De los 378 mensajes recibidos en el semestre reportado 46 (12.16%) estuvieron relacionados con alguno de los contenidos gubernamentales aquí señalados. La siguiente tabla muestra los temas referidos en estos mensajes:

Tabla 8. Temas vinculados a contenidos gubernamentales.

CONFERENCIA	TEMA	#
PRESIDENCIAL	Interrupción INE	28
EN GENERAL	Se queja del contenido oficial en la programación	5
SALUD	Queja sobre formato de conferencia	4
BIENESTAR	Consulta sobre contenido en conferencia	2
SALUD	Queja sobre cintillos en conferencia vespertina	2
PRESIDENCIAL	Quejas y solicitudes directas al presidente	2
PRESIDENCIAL	Felicitación por transmisión de mañanera	1
PRESIDENCIAL	Solicitud de subtítulo en Conferencia	1
SALUD	Consulta sobre transmisión de la conferencia de Salud	1
TOTAL		46

En los mensajes de las audiencias se registran 28 (61%) referidos a los spots del INE en las conferencias matutinas calificadas como “interrupciones”. Al respecto, desde el 30 de octubre de 2019 que empezaron a llegar esas quejas enviamos a la Coordinación Jurídica un reporte con los mensajes que se habían recibido hasta ese momento para apoyar las gestiones que esa Coordinación hace con el INE. Actualmente, en el semestre reportado, de los 28 mensajes recibidos, 24 durante enero y febrero, 3 en marzo, 1 en mayo y posteriormente han dejado de llegar.

A continuación, compartimos ejemplos de algunos mensajes representativos:

1. *Buenos días, con mucho respeto, me dirijo a ustedes por medio de la presente para expresar mi siguiente opinión: Yo veo y escucho las mañaneras de nuestro presidente con mucho interés todas las mañanas. Pero me es de muy mal gusto el interrumpir la conferencia del presidente para dar espacio al INE. Esa interrupción la considero como una falta de respeto, tanto a los oyentes como*

a nuestro presidente. Espero se pueda hacer algo al respecto y no interrumpir la transmisión de informe. Muchas gracias por adelantado.

2. Es una falta de respeto que interrumpan con un comercial del INE o de lo que sea una conferencia de nuestro presidente Andrés Manuel López Obrador.

3. Buen día, no estoy de acuerdo con la interrupción que se hace en el Canal 14 durante la transmisión de la conferencia Matutina del Presidente por parte del INE, es molesta, inoportuna e irrelevante, si debe transmitirse ese mensaje del INE, debe dejarse al final de la transmisión. Gracias.

4. Al interrumpir con un mensaje comercial por órdenes del INE, la Conferencia Presidencial, a las 9:00 am, vulnera mi derecho a la información y atenta contra la más elemental cortesía. Considero que es perfectamente posible que el INE reconsidere y ordene que su comercial se programe al finalizar dicha Conferencia. Como defensor de mi derecho de televidente le pido busque la mejor manera de hacer entrar en razón al anunciante ya que inclusive es contraproducente para la imagen pública de propio INE.

Respecto a estos comentarios la Defensoría elaboró como respuesta, un mensaje informativo general que a continuación se detalla:

“Agradecemos su comunicación respecto de la transmisión de las conferencias matutinas de la Presidencia de la República y entendemos su interés por verlas de manera completa. Las razones por las que se han incorporado los spots del Instituto Nacional Electoral, derivadas de regulaciones respecto a los tiempos de los Partidos Polacos. Sin embargo, el Canal ha tomado las acciones encaminadas a solicitar la reprogramación de los materiales audiovisuales ordenados para su transmisión por la autoridad electoral y, entre los argumentos para ello, se han señalado las opiniones de nuestras audiencias que para nosotros son fundamentales.”

Otros mensajes respecto al tema de la información gubernamental:

Para mayor claridad se exponen a continuación, a manera de ejemplo, algunos mensajes completos y textuales (particularmente los que refieren observaciones generales). Si existe interés en conocer el contenido completo de los 46 mensajes pueden solicitarse a la Defensoría de Audiencias para ponerlos a su disposición:

1. Bueno, para dar a conocer mi inconformidad, de que sin pedirnos nuestro consentimiento quitan programas que estamos viendo que estamos conectados, para estar todo el tiempo con las audiencias mañaneras del Sr. Presidente, no es justo, en mi caso estoy harta de oír lo mismo. El Sr. López Obrador con todo respeto me harta, su forma de hablar es lenta, no tiene léxico, por favor hagan algo, respeten las programaciones, para eso está en Canal 45, está el Canal del Congreso, que ahí dé sus mañaneras, que respete a todos los demás, es todo.

2. Sé que es un medio público y del gobierno, pero todo el día pasan los del Covid y el noticiero ese francés. ¿Por qué no varían? la programación está sobre explotado el tema. En serio deja muchísimo que desear la programación.

3. Saludos amigos y compañeros, la programación del canal, como ya les había comentado es muy buena, totalmente diferente a la de otros canales, como azteca y televisa, tengo la fortuna de verlos a ustedes, bueno a la programación, solo que lo único que afea a la tv. 14, son los comerciales políticos, ojalá y que después de la pandemia se puedan eliminar esos anuncios, por lo demás todo bien, saludos y cuidense mucho.

4. *Disculpen quiero manifestar que de 18:00 a 20:00 horas se emiten avisos por parte del gobierno federal; ya sea de economía y de información por lo contingencia, está bien, pero es en varios canales y sería más conveniente que nada más fuera en un solo canal y no en varios. Lo mismo es con la conferencia Mañanera del Presidente. Mi sugerencia es que se pongan de acuerdo y sea en un solo canal, repito y no en varios canales. Ojalá y que tomen en cuenta mi comentario. ¡Gracias!*

5. *Estimada defensora, buenas tardes: Hace un par de años descubrí su canal de televisión y desde entonces los he continuado viendo, me parecía un canal con programas diferentes al de otros canales, tanto públicos como privados. De un tiempo para acá veo películas antiguas donde se enaltece al machismo, se denigra a la mujer con personajes llenos de estereotipos. Este fin de semana vi que promocionaban Rosario Tijeras, más contenidos de la narcocultura, ¡ya basta! Y para variar los eventos del Gobierno, qué horror que le abran tanta ventana al Presidente, lejos de parecer que quieren informar al pueblo, ya son la repetidora de sus eventos oficiales y demás. De verdad, es una pena como ha cambiado la programación de este canal, ahora parece que lo único que buscan es ser uno más del montón y sólo ganar rating. Antes era un canal diferente que se veía buscaba construir una audiencia. Saludos*

17

A partir de lo anterior consideramos fundamental realizar las siguientes observaciones:

- Las consultas y quejas relacionadas al formato y contenidos de las conferencias, reflejan la percepción de la audiencia de que se asume que son producción del Canal, lo cual puede afectar la imagen como medio público más asociado a la tarea gubernamental,
- Se propone que se aclare el origen de la producción, probablemente en un mensaje al inicio de cada conferencia.
- Elaborar un monitoreo de la programación que detalle con mayor precisión la transmisión de contenido gubernamental en el Canal 14 y que estudie el formato, actores y temas de las conferencias.
- 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.
- Valorar una estrategia de transmisión de estos contenidos en otros Canales públicos como una política integral que matice y distribuya las transmisiones entre ellos y evitar la percepción de casi “cadena de medios públicos (TV) transmitiendo lo mismo” Aquí cabe señalar que no sucede lo mismo en la radio pública en donde no se transmiten de manera íntegra, salvo la de vespertina de Salud en algunas emisoras de IMER.

5.3 COMENTARIOS DE AUDIENCIAS RESPECTO A LA NUEVA PROGRAMACIÓN

Durante el primer semestre reportado, Canal 14 promovió una nueva programación por lo que se nos solicitó reportar las opiniones de la audiencia al respecto. En este sentido se recibieron 50 mensajes (13%) en las que reconocemos diez producciones correspondientes a estrenos en la programación, en la siguiente tabla se muestran estos programas con el número de mensajes vinculados:

Tabla 9. Nuevas series referidas por las audiencias.

Programa	Mensajes
Gran Reserva	20
Efecto Mariposa	18
Polémica En Redes	7
COVID-19 Consulta Directa	2
Cantera 14	1
Creadores del material a la expresión	1
Lo que somos	1
Total	50

Las series con mayor mención están vinculadas a dos nuevas contrataciones, *Gran Reserva* con 20 mensajes y *Efecto Mariposa* con 18, en estas producciones se conjunta el 76 % de los comentarios sobre la nueva programación. Es importante mencionar que ambas series terminaron su transmisión al aire y eso fue uno de los motivos para que la audiencia se comunicara para solicitar su disposición en plataformas o su retransmisión o la razón por la que ya no se transmitían entre otros. Sin embargo, actualmente están al aire nuevamente y las audiencias fueron informadas de sus retransmisiones, el 30 de junio enviamos un correo a los televidentes notificando que la primera temporada de *Gran Reserva* sería retransmitida de lunes a viernes a las 14 hrs. Y el 16 de junio informamos a las audiencias interesadas en la serie *Efecto Mariposa* que sería retransmitida la primera temporada los lunes, martes, jueves y viernes a las 16:30 hrs. Asumimos que los comentarios de las audiencias fueron motivación para retransmitir estos contenidos.

A continuación, describimos los motivos de comunicación a los que hizo referencia la audiencia en sus comentarios vinculados con la serie *Gran Reserva*:

Tabla 10. Motivos de comunicación vinculados a la serie *Gran Reserva*.

Gran reserva	Mensajes
Consulta	5
Petición	5
Queja	9
Sugerencia	1
Total	20

19

La *queja* fue la principal razón, pero fue porque los televidentes mencionan que no se transmitió en el horario establecido en la pauta programática particularmente el correspondiente al de la 1 am. Continúa la *consulta* que buscaba resolver las dudas en función de qué contenido era el que habían disfrutado, o en qué días y horarios se transmitía o bien cuando no lo vieron preguntaban si continuaría su transmisión. Con el mismo número de mensajes se posicionó la *petición* que solicitaba subir el contenido al video bajo demanda (no se cuenta con los derechos por ser una contratación), la retransmisión de la serie y establecer horarios fijos, lo anterior, relacionado con los maratones que el Canal realizó en tres ocasiones en fines de semana (antes de la retransmisión de la primera temporada). Y finalmente, la sugerencia que coincidía con establecer horarios fijos.

A continuación, describimos los motivos de comunicación a los que hizo referencia la audiencia en sus comentarios vinculados con la serie *Efecto Mariposa*:

Tabla 11. Motivos de comunicación vinculados a la serie *Efecto Mariposa*.

Efecto Mariposa	Mensajes
Consulta	2
Felicitación	2
Petición	13
Queja	1
Total	18

La *petición* fue el principal motivo de comunicación, la cual solicitaba la puesta a disposición de la serie en plataformas (no se cuenta con los derechos por ser una contratación) o bien su retransmisión, le continúan la *consulta* relacionada con los días de transmisión y horarios y saber sobre cómo se llamaba esa serie, después la *felicitación* que daba cuenta de la recepción positiva del contenido y por último la *queja* de que ya no estaba en la oferta programática.

6. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

1. Se reitera nuevamente la **Recomendación** que ha sido expuesta durante cinco informes anteriores, desde 2017. Y aun no se atiende del todo

RECOMENDACIÓN: *Evaluar los procesos y procedimientos internos que inciden en la falta de disponibilidad y acceso de las audiencias al servicio de las plataformas digitales (video bajo demanda, MX Play y You Tube) con la finalidad de atender las solicitudes de las audiencias que muestran interés en la programación de Canal 14, y permitir a la Defensoría de Audiencias responder en tiempo y forma a este tema.*

2. **RECOMENDACIÓN:** Considerar las observaciones establecidas en el apartado 5.2 de los Programas Gubernamentales.

7. ANEXOS

7.1 ANEXO.

Análisis de contratos enviados a la Defensoría por la Coordinación jurídica.²

CONTRATO	SERIE/PRODUCTO	CANTIDAD /FORMATO	REPONSABLE	DEFINICIÓN DE FIRMANTE	PRODUCTORA	ÁREA SPR	DERECHOS DE AUTOR	COSTO	FIANZA	PERMISO VBD
OPMA-20-2013	LUCHA LIBRE BOOM	1 DOCUMENTAL	NÉSTOR PADILLA GARCÍA	LICENCIANTE	ND	PROGRAMACIÓN Y CONTINUIDAD. SAMUEL ESTRADA	ND	\$69,600.00	NO	NO
SPR-041-2015	DÍA A DÍA LA AVENTURA DE LA VIDA	245 CÁPSULAS	ROBERTO HORACIO CONTRERAS REYES	PRESTADOR DE SERVICIOS	LUNA DE PLATA PRODUCCIÓN INTER-TV, S.A. DE C.V.	COORDINACIÓN DE PRODUCCIÓN. ALEJANDRA MOTA MÁRQUEZ	ND	\$8,571,872.00	SI	SI
SPR-052-2017	APROVECHA MI EXPERIENCIA	13 CAPÍTULOS	ILDEFONSO VÁZQUEZ AYALA	PRESTADOR DE SERVICIOS	CHILES Y TEQUILAS, S.A. DE C.V.	COORDINACIÓN DE PRODUCCIÓN. MANUEL GÁLVEZ CRUZ	LICENCIA DE USO EXCLUSIVO. CEDEN DERECHOS AL SPR	\$5,675,358.00	SI	SI
SPR-056-2017	ALMANAQUE DEPORTIVO SEGUNDA TEMPORADA	28 CAPÍTULOS	ADRIÁN LOREDO SERRANO	PRESTADOR DE SERVICIOS	SPORTHUS, S.A. DE C.V.	APODERADO LEGAL Y COORDINADOR ADMINISTRATIVO ASISTIDO POR ÁREAS	LICENCIA DE USO EXCLUSIVO POR DOS AÑOS	\$3,735,200.00	SI	SI
OPMA-58-2013	LOS PALACIOS DE MÉXICO	13 CAPÍTULOS	JESÚS GERARDO JIMÉNEZ LUNA	COPRODUCTOR	FORO ESTUDIO, S.A. DE C.V.	COORDINACIÓN DE PRODUCCIÓN. OMAR CHANONA BURGUETE	ND	\$1,741,329.98	SI	SI
SPR-064-2017	MAESTRO OLVIDADOS, OFICIOS QUE	13 CAPÍTULOS	SERGIO MUÑOZ GÜEMES	PRESTADOR DE SERVICIOS	NEUTRA FILMS, S.A. DE C.V.	APODERADO LEGAL Y COORDINADOR	LICENCIA DE USO EXCLUSIVO	\$5,800,011.60	SI	SI

² La definición del firmante en todas las series es Prestador de servicios, a reserva del documental *Lucha Libre Boom* que es licenciante. Lo mismo sucede con la definición de los contratos que corresponde a contrato de prestación de servicios, excepto el documental que es una licencia de contrato no exclusiva. Para todos los contratos el sustento jurídico es la Ley de adquisiciones, arrendamientos y servicios del sector público: procedimiento de adjudicación directa.

CONTRATO	SERIE/PRODUCTO	CANTIDAD /FORMATO	REPONSABLE	DEFINICIÓN DE FIRMANTE	PRODUCTORA	ÁREA SPR	DERECHOS DE AUTOR	COSTO	FIANZA	PERMISO VBD
	SOBREVIVEN, CUARTA TEMPORADA"					ADMINISTRATIVO ASISTIDO POR ÁREAS	POR DOS AÑOS			
SPR-068-2017	NATURALISTAS, VIAJES POR LAS ÁREAS PROTEGIDAS	16 CAPÍTULOS	LUIS MANUEL RODRÍGUEZ AGUILAR	PRESTADOR DE SERVICIOS	AGENTE LIBRE FILMS & TAPE, S.C.	APODERADO LEGAL Y COORDINADOR ADMINISTRATIVO ASISTIDO POR ÁREAS	LICENCIA DE USO EXCLUSIVO POR DOS AÑOS	\$10,102,871.52	SI	22 SI
SPR-072-2018	HISTORIA DE LA MEDICINA EN MÉXICO, LAS ESPECIALIDADES QUINTA TEMPORADA	13 CAPÍTULOS	ALEJANDRO RAMOS MARÍN	PRESTADOR DE SERVICIOS	CONSULTORÍA FÍLMICA, S.C.	APODERADO LEGAL Y COORDINADOR ADMINISTRATIVO ASISTIDO POR ÁREAS	LICENCIA DE USO NO EXCLUSIVA A PARTIR DE 84 DÍAS POSTERIORES CONTADOS A PARTIR DE NOTIFICACIÓN DE ADJUDICACIÓN	\$7,012,200.00	SI	SI
SPR-84-2017	CAMBIO CLIMÁTICO DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO	13 CAPÍTULOS	ROBERTO HORACIO CONTRERAS REYES	PRESTADOR DE SERVICIOS	LUNA DE PLATA PRODUCCIÓN INTER-TV, S.A. DE C.V.	APODERADO LEGAL Y COORDINADOR ADMINISTRATIVO ASISTIDO POR ÁREAS	LICENCIA DE USO NO EXCLUSIVO POR DOS AÑOS	\$5,051,800.00	SI	SI
SPR-152-2017	PRODUCCIÓN AGROPECUARIA Y PESCA II	13 CAPÍTULOS	BERTHA ÁVILA RAMÍREZ	PRESTADOR DE SERVICIOS	B.A.R. PRODUCCIONES SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE		LICENCIA DE USO EXCLUSIVO POR DOS AÑOS	\$8,320,000.00	SI	SI

7.2 ANEXO.

Producciones solicitadas por las audiencias en 2019³.

PROGRAMA	SERIE	FECHA	FREC	ASUNTO
1. Fotógrafos	Culturas urbanas	24/04/2019	1	Repetición
1. Lucha libre	Culturas urbanas	12/04/2019	1	Verlo en línea
1. Rehabilitación 2	Historia de la Medicina en México	30/07/2019	1	Solicita copia
1. Rehabilitación	Historia de la Medicina en México	30/01/2020	1	Verlo en línea
1. Enrique Lomnitz. Isla urbana	INNOVA PRO	04/01/2020	1	Verlo en línea
1. Rodolfo Salazar. Opuntia	INNOVA PRO	29/12/2019	1	Información sobre entrevistado
1. Reserva de la biosfera Sierra La Laguna	Naturalistas. Viajes por las áreas protegida	27/05/2019	1	Solicita copia
1. Reserva de la Biosfera de Mapimí	Naturalistas. Viajes por las áreas protegida	27/03/2019	1	Verlo en línea
2. Noé Hernández	Almanaque deportivo	17/02/2019	1	Solicita copia
3. Swald Huerta	Aprovecha mi experiencia	16/06/2019	1	Verlo en línea
2. La Tierra herida ¡Qué no emigre la vida!	CAMBIO CLIMÁTICO DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO	06/05/2019	1	Solicita copia
3. No determinado	Día a día la aventura de la vida	18/01/2019	1	Verlo en línea
2. Ecoturismo	En ruta	12/03/2019	1	Información sobre tema
3. No determinado	Las Noches con él	-/11/2019	4	Verlo en línea
2. 2DA. TEMPORADA. Masajista. Emilio González.	MAESTROS OLVIDADOS	04/05/2019	1	Verlo en línea
3. No determinado	Palacios de México	18/05/2019	1	Verlo en línea
2. 2a temporada. Acuicultura	Producción agropecuaria y pesca	02/03/2019	1	Verlo en línea

³ NOTAS. VERDE. Producciones que ya están a disposición en plataformas
AMARILLO: Producciones puestos a disposición parcialmente,
SIN COLOR: Aún no están a disposición.