

INFORME

SEGUNDO SEMESTRE 2020

PRESENTACIÓN.

El presente informe reporta las actividades desarrolladas por la Defensoría de las Audiencias del SPR en el periodo de julio a diciembre de 2020, en algunos casos se reportarán tendencias considerando el año completo. Cabe señalar que durante el semestre reportado se 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 de la mejor manera posible.

2

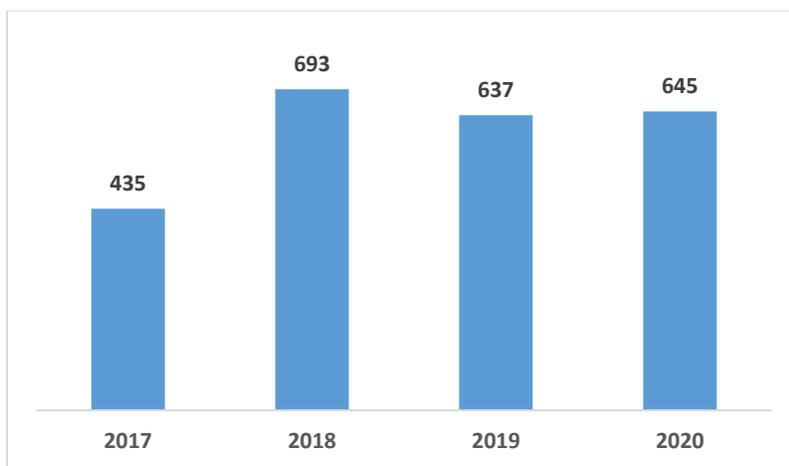
En el semestre mencionado se reportan los siguientes asuntos:

1. Participación de 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. Trabajo de vinculación para incorporar a las frecuencias de *Altavoz* en los trabajos de la Defensoría de audiencias.
5. Observaciones y recomendaciones.
6. Anexos.

1. PARTICIPACIÓN DE LAS AUDIENCIAS.

Durante el año 2020 se recibieron **645 mensajes** a través de nuestros canales de comunicación con la audiencia. En número de comunicaciones recibidas ha sido muy similar en los dos años anteriores, que se asienta en el rango de los 600 mensajes. 267 mensajes corresponden al segundo semestre del 2020, los 378 restantes corresponden al primer semestre.

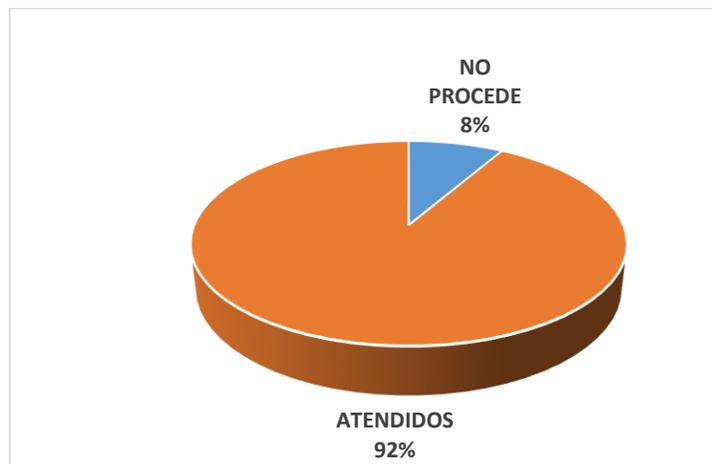
Gráfica 1. Comparativo anual.



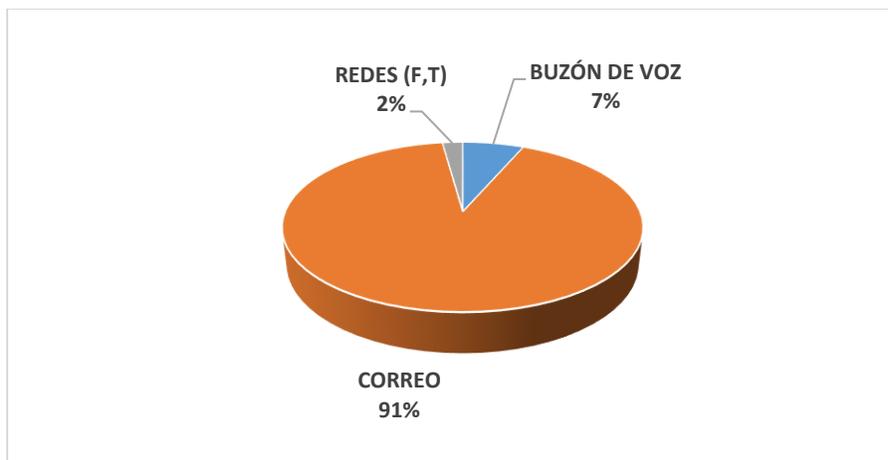
3

De los 645 comentarios recibidos en el año 2020, 54 no fueron procedentes ya que los asuntos no refirieron a servicios del Canal, lo que significa que el 92% (591) de los mensajes fueron atendidos y compartidos con las áreas.

Gráfica 2. Atendidos. Anual



Gráfica 3. Canales de comunicación. Anual



En la gráfica 3 observamos que el correo electrónico continúa siendo el mecanismo de contacto predominante con el 91% equivalente a 589 mensajes, 7% del buzón de voz con 42 y finalmente las redes sociales de la Defensoría con 14 comentarios.

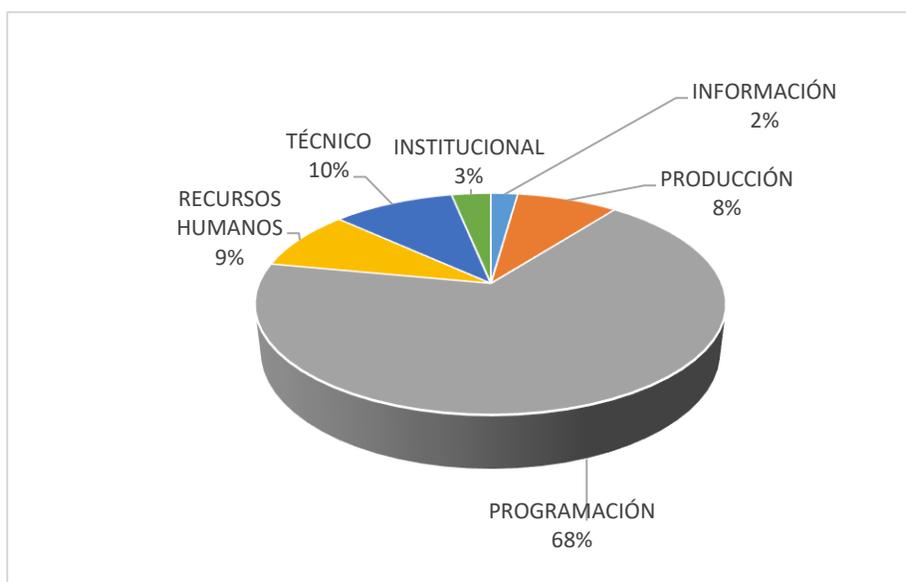
Tabla 1. Estado de los mensajes. Anual

#	Estado de mensajes
633	Con respuesta y proceso satisfactorio
12	Once comentarios referidos a la no disponibilidad de contenidos en los servicios de plataformas digitales: video bajo demanda o MX PLAY que continúan pendientes. Y un comentario vinculado a la transmisión de un documental internacional sin los derechos otorgados por parte de la producción para su difusión al aire y que a la fecha no hemos recibido comunicación oficial al respecto.
645	Total

En este año se redujeron las peticiones vinculadas con la no disponibilidad de contenidos en las plataformas digitales, además, identificamos que se han subido, aún de manera insuficiente, cinco productos que estaban detallados en el informe anterior, con 26, lo que suponemos significa que las áreas responsables han puesto manos a la obra sobre este tema, esto es un buen antecedente ya que muestra que la petición de las audiencias tiene impacto en la oferta de estas plataformas, en el apartado de recomendaciones compartimos el listado de series solicitadas por las audiencias que aún no están disponibles en plataformas digitales y que sugerimos se tomen en cuenta para su disposición. Asimismo,

sugerimos restablecer la Barra denominada “Lo que programan las Audiencias” antes transmitida los martes y jueves de 17:30 a 18.00, en la que se incorporaban las retransmisiones más mencionadas y solicitadas por las audiencias.

Gráfica 4. Asuntos referidos. Anual.



5

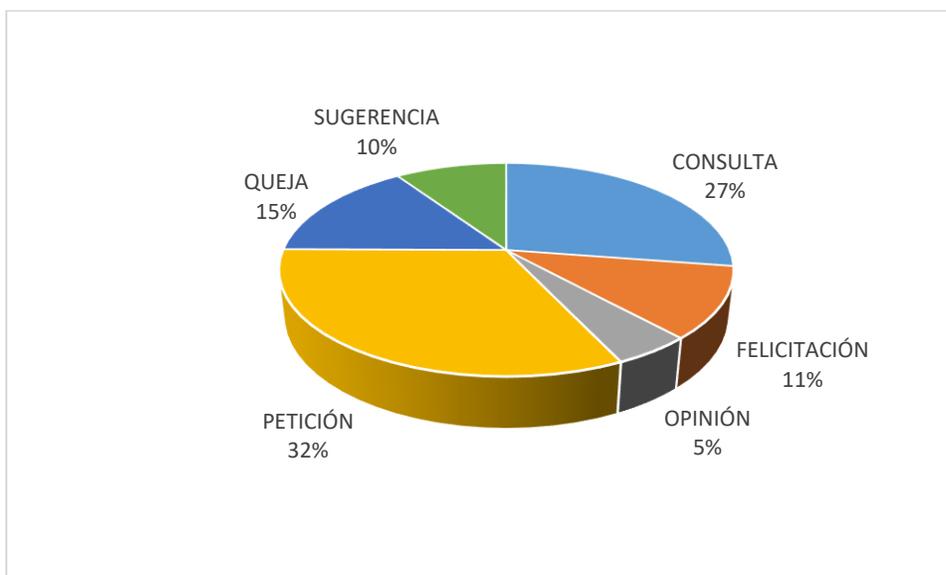
En la gráfica 4, se muestra la clasificación de los asuntos referidos en los mensajes, con seis categorías vinculadas a las áreas; *programación*, que por ser el principal servicio que se brinda a las audiencias reportó el 68% (399); *técnico* con el 10% (59); *recursos humanos* con 9% (52) vinculado a bolsa de trabajo o estudiantes para prácticas profesionales y servicio social; *producción* con 8% (49); *institucional* 3% (19); y, finalmente *información* 2% (13).

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; YouTube -Felicitación de contenidos -Queja sobre spots del INE durante conferencia presidencial y programación en general -Uso de subtítulos -Sugerencias de programación -Opinión sobre contenidos -Quejas sobre modificación de pauta programática 	<ul style="list-style-type: none"> -Coordinación de programación y continuidad -Coordinación de desarrollo de tecnologías de la información -Coordinación Jurídica

Asunto	Temas	Área
	-Opiniones relacionadas con France 24 -Transmisión de contenidos sin cesión de derechos	
Recursos Humanos	-Consultas para enviar CV -Solicitud de trabajo -Prácticas profesionales y servicio social -Bolsa de trabajo	-Recursos humanos
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 sobre el 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 -Convocatoria Una Mirada Independiente -Producciones específicas	-Coordinación de producción
Servicios de información	-Comentarios relacionados con especiales 14 o reportajes 14 (servicios informativos) -Ejercicio de Derecho de réplica -Petición de abordaje informativo	- Coordinación de Información y Noticias
Institucional	-Televidentes que buscan hacer alianzas o contacto directo con la dirección del Canal	- Dirección

Gráfica 5. Motivo de comunicación. Anual.



Los motivos de los comentarios de las audiencias; la *petición* con un 32% (190) y la *consulta* con 27% (162) vinculadas principalmente al asunto de la programación. Continúa la *queja* 15% (91) y la *felicitación* con 11% (64) y finalmente, *sugerencia* con 10% (56) y *opinión* con 5% (28).

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

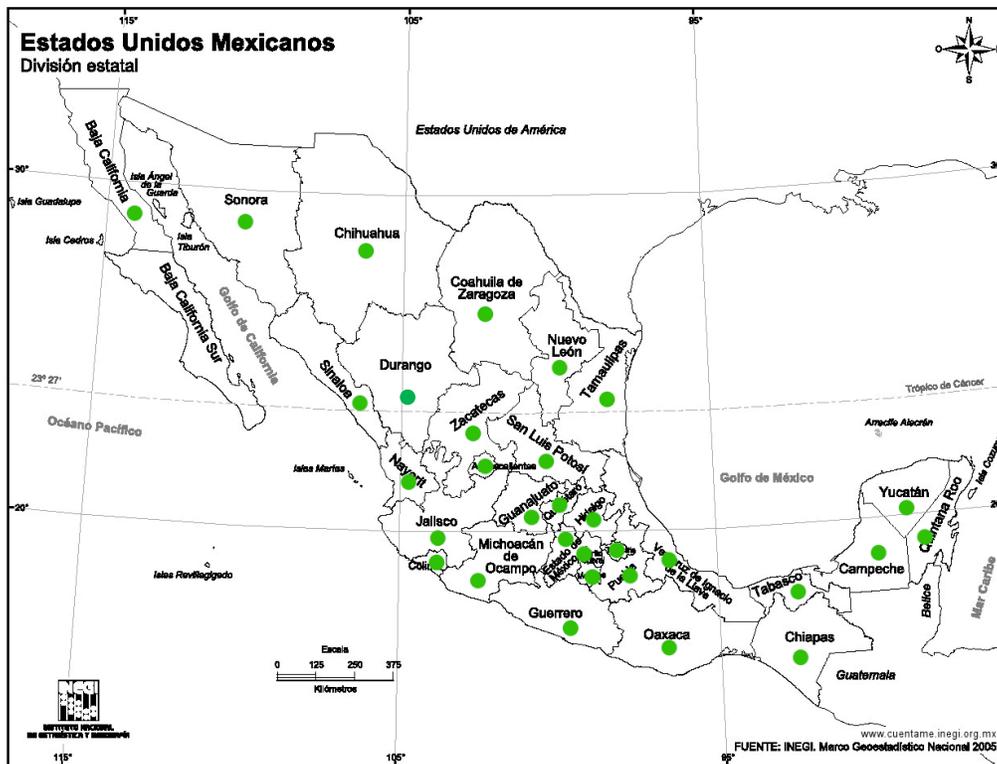
Tabla 3. Origen de mensajes. Anual.

ENTIDAD	# DE MENSAJES
AGUASCALIENTES	7
BAJA CALIFORNIA	6
CAMPECHE	2
CHIAPAS	5
CHIHUAHUA	5
CIUDAD DE MÉXICO	215
COAHUILA	1
COLIMA	2
DURANGO	3
ESTADO DE MÉXICO	75
GUANAJUATO	17
GUERRERO	2
HIDALGO	4
JALISCO	25
MICHOACÁN	6
MORELOS	13
NAYARIT	1
NUEVO LEÓN	19
OAXACA	5
PUEBLA	26
QUERÉTARO	6
QUINTANA ROO	5
SAN LUIS POTOSÍ	6
SINALOA	2
SONORA	1
TABASCO	8
TAMAULIPAS	5

ENTIDAD	# DE MENSAJES
TLAXCALA	2
VERACRUZ	17
YUCATÁN	9
ZACATECAS	3
ARGENTINA	1
CANADÁ	1
NUEVA ZELANDA	3
TOTAL	508

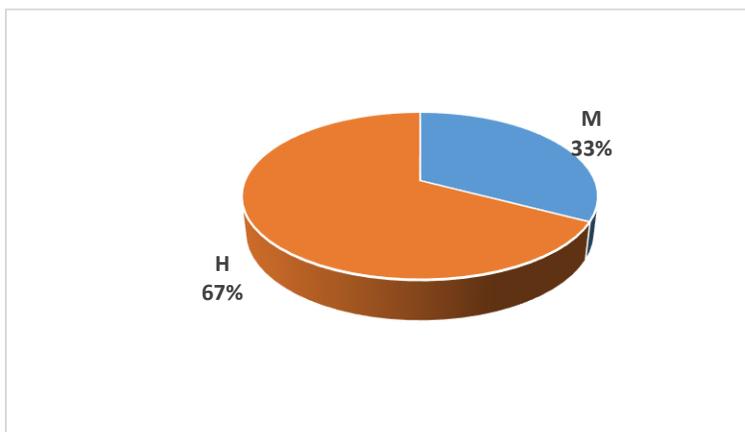
Son seis entidades las cuales agrupan la mayoría de las comunicaciones, Ciudad de México con 215 mensajes, Estado de México con 75, Puebla con 26, Jalisco con 25, Nuevo León con 19, y finalmente, Veracruz con 17.

Imagen 1. Origen de mensajes.

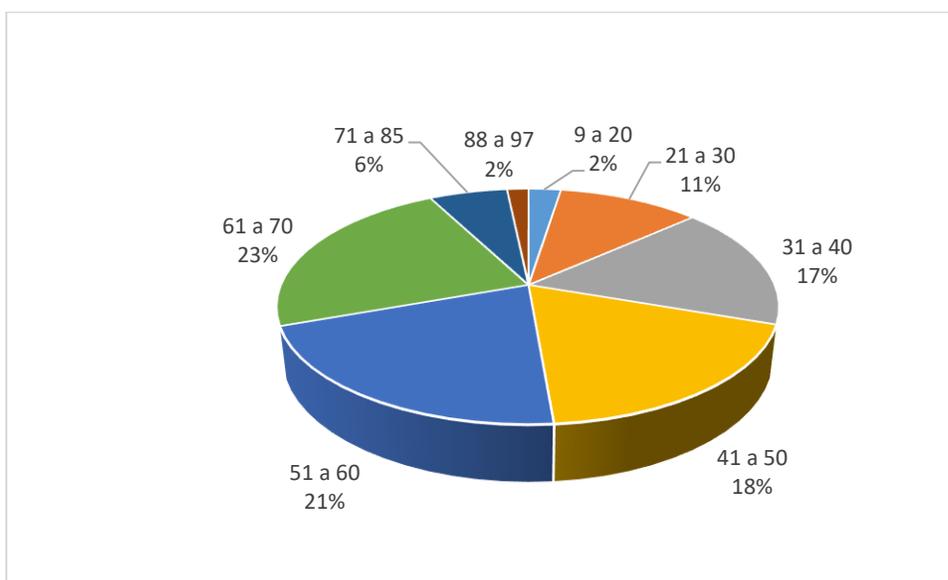


En cuanto al género de las audiencias que se comunican, encontramos que los hombres cuentan con mayor presencia con el 67% (434) y las mujeres el 33% (211).

Gráfica 6. Género. Anual.



Gráfica 7. Edad. Anual



El rango de edad de los 485 mensajes que arrojaron esta información, el 79% de la distribución etaria se enmarca en adultos que van de los 31 a los 70 años de edad. Se distribuye de la siguiente manera; entre los 61-70 años con el 23% (111), continúan de 51-60 con 21% (101), las personas de 41-50 con el 18% (89), después, de 31-40 17% (82), le sigue el rango de los de 21-30 con 11% (53), luego 71-85 el 6% (29), y finalmente, de 9-20 años con 2% (12) y de 88-97 (8).

Tabla 4. Ocupación. Anual.

Profesión/oficio	#
Maestro o Docente	64
Admin. De proyectos	23
Médico	22
Auxiliar administrativo	21
Editor	18
Diseñador gráfico, Reportero *2	17
Vendedor	16
Abogado, General manager *2	15
Contador	13
Ingeniero Civil	10
Director general	9
Auxiliar de recursos humano, Escritor, Ingeniero mecánico, Relaciones públicas *4	8
Arquitecta/o	7
Asesor comercial, Bibliotecario, Cajero, Gerente de ventas *4	6
Consejero Senior, Ingeniero Químico, Lic. En Informática *3	5
Analista contable, Asesor financiero, Comerciante, Ingeniero de software, Lic. En Filosofía, Secretaria, Técnico en mantenimiento *7	4
Asistente de dirección, CEO, Cocinera/o, Costurera, Electricista, Mecánico, Publicista *7	3
Alumna/o, Corrector de estilo, Ejecutivo de ventas, Fotógrafo, Masajista, Mercadóloga/o, Plomero, Técnico en audio*8	2
Actriz, Albañil, Almacenista, Arquitecto de software, Artista plástico, Asociación civil, Ayudante de producción, Bolero, Carpintero, Consultor internacional, Ingeniero, Ingeniero electrónico, Ingeniero en diseño, Ingeniero en robótica, Ingeniero matemático, Quiropráctico, Técnico electrónico*17	1
TOTAL	420

10

La ocupación con mayor presencia es la de Maestro o Docente con 64 comentarios, continúan muy similares en el rango de los 21 a 23 mensajes la profesión de Admin. De proyectos, Médico y auxiliar administrativo. El abanico de profesiones es muy variado y diverso.

2. DIFUSIÓN.

2.1 La División de Programación y Continuidad nos reportó que en el segundo semestre 2020 los spots y las cápsulas de la Defensoría transmitidos fueron un total de 794 impactos, que suman 08:12:40 (hh:mm:ss). Con respecto al semestre anterior identificamos una reducción de los impactos de nuestras cápsulas y spots que pasaron de 1164 a 794 lo que se traduce en un 19% (01:54:55) de menos tiempo al aire de la difusión de la Defensoría que de 10:07:35 (hh:mm:ss) se redujo a 08:12:40 (hh:mm:ss).

2.2 Se empezará a trabajar con la División de Imagen Institucional la actualización de las cápsulas de la Defensoría de Audiencias.

3. VINCULACIÓN.

3.1 En colaboración con el equipo de TV UNAM y la Defensoría de las Audiencias de TV y Radio UNAM se construyó el sitio web de la Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias (AMDA) en <https://amda.unam.mx/>

3.2 Participación de la defensora en Foros TRO 25 años (Canal TRO de la televisión colombiana) en la mesa ¿Cómo informar en tiempos de Covid? Julio 2020.

3.3 Participación de la defensora en el Foro Medios públicos, Libertad de expresión y derechos humanos en la mesa ¿Qué papel juegan los medios públicos en el respeto a los derechos humanos que garantice la libertad de expresión? Organizado por el Sistema Morelense de Radio y Televisión y la Asociación Diversidad Somos. Agosto 2020

3.4 Colaboración en la elaboración del “Exhorto para la producción y transmisión de contenidos en medios de comunicación durante los procesos electorales” emitido por AMDA. Septiembre 2020. <https://bit.ly/36jtqL9>

3.5 Participación en las mesas de trabajo de la mesa de normatividad encabezada por UNESCO México para el fortalecimiento de medios comunitarios e indígenas. Septiembre a diciembre 2020.

3.6 Participación en la mesa de diálogo convocada por UNESCO México y OBSERVACOM: ¿Cómo medir el pluralismo en la TV abierta? Septiembre 2020.

3.7 Participación en el seminario convocado por la Defensoría de Radio Educación (programa radiofónico) “Introducción a los Derechos de las Audiencias y a sus Defensorías en México” con el capítulo: “Cuáles son los derechos de las audiencias”. 11 de noviembre de 2020.

4. TRABAJO DE VINCULACIÓN PARA INCORPORAR A LAS FRECUENCIAS DE ALTAVOZ EN LOS TRABAJOS DE LA DEFENSORÍA DE AUDIENCIAS.

4.1 Se llevaron a cabo varias reuniones con los directivos y personal de *Altavoz Radio*. Iniciando los procedimientos de trabajo para que *Altavoz* incorpore la figura de la Defensoría de Audiencias: Código de ética y sitio web.

4.2 Se está trabajando en la elaboración de la campaña de la Defensoría en *Altavoz*.

12

5. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

1. **RECOMENDACIÓN:** Continuar con la puesta a disposición de las producciones solicitadas previamente. Compartimos la lista a tomar en consideración:

Tabla 6. Historial de programas referidos por las audiencias 2018-2020.

AÑO	PRODUCTO
2020	Así se hace en México. T2", capítulo Gastronomía, Guanajuato
2020	En sus zapatos
2020	INNOVA PRO (Enrique Lomnitz. Isla urbana)
2020	La ciencia del fútbol
2020	Las Noches con él 3 a 4 temporada
2020	Descubriendo ideas. T2", Diagnóstico de cáncer de hueso
2019	Aprovecha mi experiencia
2019	Cambio climático desde una perspectiva de género
2019	Los Palacios de México
2019	Producción agropecuaria y pesca II
2018	Con.ciencia.mx
2018	Ecotips
2018	Garbanzos de a libra. 2da temporada.
2018	Hoja de lata
2018	Ve la ópera con Sergio

2. **RECOMENDACIÓN:** Restablecer en la programación la barra “Lo que programan las audiencias” como una manera de tomar en consideración su participación, que antes se transmitían los martes y jueves de 17:30 a 18.00
3. **RECOMENDACIÓN:** Aumentar el impacto y tiempo de nuestros spots y cápsulas que han sido reducidos.
4. **RECOMENDACIÓN:** Incorporar en el sitio web y demás plataformas lo establecido por el artículo 258 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión:

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

- a) *Contar con servicios de subtitulaje, 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.*

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