

DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS INFORME. JULIO DE 2018

A lo largo de julio la Defensoría con el subdirector de radiodifusoras Jesús Astorga Reyes y con el productor Sergio Díaz Sedas, trabajó en la revisión y corrección de los textos que componen la campaña de Alfabetización mediática y que tratan sobre los Derechos de las Audiencias como se consignan en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, las atribuciones y funciones de la Defensoría de las Audiencias, así como los procedimientos para poder presentar una queja u observación cuando algún radioescucha sienta que se han vulnerado sus derechos como audiencia. Se escucharon los audios y se opinó sobre los mismos. En estos materiales se incluyen los textos para carpeta de locutor, es decir, que deben ser leídos por los locutores en español y ser difundidos en las diferentes lenguas. Esta campaña debe ser transmitida de manera permanente y sus textos y materiales publicados en el sitio de internet de la Defensoría.

Monitoreo aleatorio de la transmisión de las emisoras. No he tenido la suerte de escuchar ni los audios ni la lectura de los textos de carpeta de locutor de la campaña.

El viernes 20 de julio, tuve una entrevista para el noticiario Voces desde la CDI que se transmite en todas las emisoras. Esta entrevista marcó el inicio de la transmisión de la campaña de Alfabetización mediática que a partir de ese día se programó en las 21 emisoras del SRCI.

En julio del presente se recibieron dos mensajes a través del correo designado a la Defensoría, los cuales no tienen que ver con la vulneración de los derechos de las audiencias, ni con comentarios sobre los contenidos o programación de las emisoras del SRCI CDI.

Recibido	Nombre y localidad	comentario	respondido	respuesta
21 de julio	Randy	Ofrece servicios para elaborar páginas y sitios de internet (en inglés)	15 de agosto	Se agradece y se le comenta que no es materia de la Defensoría de las audiencias
26 de julio	Steve Jobs	Ofrece servicios de animación para promocionales (en inglés)	31 de julio	Se agradece y se le comenta que no es materia de la Defensoría de las audiencias

COMENTARIOS ADICIONALES.

Es necesario aumentar el número de impactos diarios en las emisoras de la campaña de Alfabetización mediática así como insistir en que los locutores traduzcan y comuniquen los mensajes en sus lenguas. No siento que la campaña sea difundida con amplitud, lo que se refleja en la nula participación de los radioescuchas sobre este tema.

Es necesario que se hagan los mensajes parentales a lo largo de la programación de las emisoras. Pueden ser grabados o en vivo y deben informar a las audiencias sobre a quién van dirigidos los programas: aptos para todo público, específicos por sus temáticas y tratamientos, pueden ser para adolescentes, para jóvenes, exclusivos para adultos, para mujeres. Esta clasificación debe hacerla la jefatura de la emisora o quienes se encarguen de cada programa. En el caso de los programas que no sean producidos por la radio, debe solicitarse a la entidad productora haga e inserte al inicio y en algún momento intermedio, la clasificación del programa.

Es necesaria la publicación en el sitio de la Defensoría de las Audiencias de la campaña de Alfabetización mediática (textos y audios).

Considero pertinente se brinde una capacitación a los jefes de radio sobre la función y atribuciones de la Defensoría de las Audiencias, de manera que estén en posibilidad de orientar tanto al personal de las emisoras como a las propias audiencias sobre los derechos de las mismas así como de los procedimientos para presentar quejas o comentarios.

Atentamente



Citlali Ruiz Ortiz
Defensora de las Audiencias SRCI CDI