



DÉCIMO INFORME

TERCERA DEFENSORÍA 2022-2025

MAYO-JUNIO 2024

INTRODUCCIÓN

Con base en lo dispuesto en el artículo 19 de las Políticas de Radiodifusión de la Universidad de Guadalajara, la Defensoría de las Audiencias del Sistema Universitario de Radio y Televisión (SURTV) presenta su décimo informe de actividades, tercera defensoría, del periodo que abarca del 11 de abril al 10 de junio de 2024.

De acuerdo con el mismo artículo 19, el Defensor, además de las obligaciones derivadas de la ley, se encuentra obligado a:

- I. Recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos, de las audiencias;
- II. Sujetar su actuación a la Constitución, la Ley, y demás disposiciones aplicables;
- III. Actuar en todo momento con criterios de imparcialidad e independencia teniendo como prioridad hacer valer los derechos de las audiencias;
- IV. Coadyuvar con la alfabetización mediática de las audiencias, difundir los derechos de las audiencias, así como los mecanismos con los que se cuenta para garantizarlos;
- V. Coadyuvar en la implementación de medidas de accesibilidad para que las audiencias con discapacidad y las audiencias infantiles puedan ejercitar los medios de defensa que correspondan;
- VI. Llevar un registro de todos y cada uno de los asuntos atendidos en el ejercicio de sus labores;
- VII. Rendir a la Universidad de Guadalajara, en los meses de febrero y agosto de cada año, un informe que describa todos los asuntos atendidos durante el semestre del año calendario inmediato anterior, la forma de atención y sus resultados, así como, las medidas que hayan implementado;
- VIII. Hacer público dentro de los primeros 10 días de los meses de febrero, abril, junio, agosto, octubre y diciembre, un informe que contenga los elementos de la fracción anterior, respecto de los dos meses anteriores, y
- IX. Atender en tiempo y forma todos los requerimientos realizados por la Universidad de Guadalajara.

Esta Defensoría manifiesta su reconocimiento al Rector General de la Universidad de Guadalajara, Dr. Ricardo Villanueva Lomelí; al Director del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía, Dr. Gabriel Torres Espinoza, y en general a

quienes colaboran en las estaciones de radio y televisión por su total compromiso con los derechos de las audiencias y el apoyo a esta Defensoría.

MENSAJES A LA DEFENSORÍA

Se informa que en este periodo no se recibieron mensajes por parte de las audiencias.

DIFUSIÓN DE LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

Elecciones 2024: el papel de los medios públicos

Se trabajó en el proyecto del conversatorio “Elecciones 2024: el papel de los medios públicos. Diagnóstico desde la perspectiva de género y los derechos de las audiencias”, bajo la coordinación de la Editora de Género y esta Defensoría, y que se transmitirá en redes de Facebook y X de Canal 44, Defensoría de Audiencias y Media 20.1 de TV UNAM el próximo 13 de junio. En la actividad se tiene prevista la participación de las siguientes personas:

- Jacaranda Correa, documentalista y periodista de Canal 22.
- Elizabeth Prado, Profesora e investigadora del Departamento de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos del ITESO.
- Rosa Carmina Parada Aguilar, experta en derechos humanos y estudios de género del Tec de Monterrey.
- Felipe López-Veneroni, Profesor e investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

El conversatorio tiene como objetivo general “Hacer una revisión crítica y autocrítica sobre la cobertura de los medios públicos al proceso electoral 2023-2024 en México, bajo una visión de derechos humanos y los principios de sistemas de radio y televisión que son sostenidos por la sociedad”.

EDITORIA DE GÉNERO Y DEFENSORÍA DE LAS AUDIENCIAS DEL SISTEMA UNIVERSITARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CONVERSATORIO ELECCIONES 2024: EL PAPEL DE LOS MEDIOS PÚBLICOS

DIAGNÓSTICO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO
Y LOS DERECHOS DE LAS AUDIENCIAS

Felipe López Veneroni - Profesor e investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Jacaranda Correa - Documentalista y periodista de Canal 22.

Elizabeth Prado - Profesora investigadora del Departamento de Estudios Sociopolíticos y Jurídicos del ITESO.

Rosa Carmina Parada Aguilar - Experta en DDHH y estudios de género del TEC de Monterrey.

Moderación: **Celia Niño y Gabriel Sosa Plata**

 Redes de Canal 44, Radio UdeG, Defensoría de Audiencias y Media 20.1 de TV UNAM

13 DE JUNIO 2024 | 17:00 Hrs.

   

Comentarios en Señal Informativa

Continuamos participando como comentarista en el noticiero **Señal Informativa de Canal 44 Noticias** para difundir y analizar temas vinculados con los derechos de las audiencias, la ética, el periodismo y los medios de comunicación. Las colaboraciones son cada 14 días. Los temas abordados en el periodo que se informa son los siguientes:

<p>El debate presidencial y las audiencias (12 de abril)</p>	<p>Liga: https://youtu.be/wbum-RlcXzI?si=9_aeo16y54MNdvFx Los debates en televisión y radio entre candidatas y candidatos fortalecen los derechos que usted tiene como audiencia... ¿Por qué se lo comento?... Porque más allá de que nos gusten o no,</p>
---	--

estos espacios hacen una contribución en el derecho de las audiencias de recibir contenidos que reflejen el pluralismo político, tal como lo establece el artículo 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión... En este mismo artículo también ubicamos otro derecho de la audiencia, totalmente vinculado a los debates, y que tiene que ver con el acceso a una programación en radio y televisión que incluya diferentes géneros, que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.... Por eso los debates hacen un gran aporte en la vida democrática y es un claro ejemplo de la aplicación de los derechos de las audiencias que he mencionado, pero también en el derecho a la información de la ciudadanía porque es ahí, en estos espacios, en los que podemos conocer desde otra perspectiva los proyectos, opiniones, perspectivas o promesas de quien aspira a un cargo público... Es además en los debates donde hay un acercamiento de las audiencias, gracias al poder de la imagen, de la televisión, a las expresiones, posturas, gestos, a su carácter y emociones; en general a esa parte más humana, más espontánea, de las y los políticos que desean nuestro voto, porque están sometidos a la presión del tiempo, de las cámaras, de los periodistas y los contrincantes políticos... Es una información a la que no fácilmente se accede en otros espacios, más controlados, como los mítines, las entrevistas en televisión o los spots televisivos... Asimismo los debates son un punto de arranque para que radioescuchas y televidentes analicemos o debatamos a su vez lo que ahí se dijo, lo que contribuye a la deliberación social de los asuntos públicos, a través de plataformas como WhatsApp, Facebook, X, Instragram o TikTok... En el ámbito académico se ha analizado si los debates pueden incidir en las votaciones... Y una de las conclusiones es que en la mayoría de las ocasiones no, sobre todo cuando las encuestas reflejan diferencias importantes en la intención del voto... Situación distinta puede ocurrir cuando la diferencia de intención del voto está muy cerrada entre dos o más candidatas o candidatos... En este caso, los debates, sí podrían jugar un papel importante en el triunfo de alguna o alguno de los candidatos... De cualquier manera, usted, como ciudadano, como ciudadana, tiene el derecho a que se produzcan estos debates con profesionalismo, ética, con lenguaje incluyente y accesibilidad... El debate presidencial que tuvimos el domingo pasado no estuvo, a mi parecer, al nivel que reclama una producción de esta naturaleza... Hubo fallas importantes de todo tipo: técnicas, en la conducción y hasta en la escenografía... Aún así fue visto por más de 13.7 millones de mexicanas y mexicanos, tanto en televisión como en plataformas digitales... Es una cantidad impresionante que demuestra el interés evidente hacia estos contenidos y que obliga al INE a esforzarse mucho más para garantizar plenamente los derechos de las audiencias inherentes

	a estos contenidos... Hasta aquí mi comentario... Continuamos en Señal Informativa...
Niñas, niños y campañas políticas (26 de abril)	<p>Liga: https://youtu.be/J0O0o6AkpPQ?si=Krct9sSajHDmefZz</p> <p>Niñas, niños y adolescentes son utilizados para fines electorales, sin que se respete la ley... Ya hay varias quejas al respecto ante las autoridades electorales... Sus derechos humanos son así violentados sin mecanismos efectivos de reparación... Esta grave situación fue expuesta desde el año pasado por la Red por los Derechos de la Infancia en México, la Redim, cuyo presidente, Rafael Castelán, hizo un llamado para que dejen de utilizarse imágenes de este sector de la población con fines políticos y mediáticos, ya que esto, dijo, atenta contra el interés superior de la niñez establecido por convenciones internacionales, nuestra Constitución y una ley general, la de los derechos de niñas, niños y adolescentes... Y es que, como bien explica la Redim, a niñas, niños y adolescentes se les expone más como una mercancía, como un elemento visualmente atractivo, de explotación de emociones, que como personas poseedoras de derechos, de los cuales, por cierto, muy poco se habla... De igual manera poco se piensa sobre las consecuencias, como el buylling o el escarnio, de que una niña o un niño aparezca en redes sociales o en un medio de comunicación en tiempos electorales... Es cierto que el Instituto Nacional Electoral cuenta con lineamientos y protocolos muy claros para el uso de imágenes de niñas y niños en propaganda electoral, pero la experiencia ha demostrado que ya sea por ignorancia, omisión o de manera intencional, hay candidatas y candidatos que han violado la ley... Para no ir más lejos, hace algunos días familiares de las niñas y niños que murieron en el derrumbe del Colegio Enrique Rébsamen señalaron que el uso de imágenes y videos del caso en campañas políticas los revictimiza... De igual manera, la misma Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral, que lleva estos casos, expresó lo siguiente en una de sus sentencias y cito... “Los partidos políticos han mantenido una conducta reincidente al no cumplir debidamente con su obligación de vigilar que las conductas de sus miembros y simpatizantes se ajusten a los lineamientos y principios del Estado democrático, específicamente la vulneración a las reglas de la difusión de propaganda política en transgresión del interés superior de niñas, niños y adolescentes, al no cumplir con lo requerido para su aparición en propaganda política o electoral o, en su caso, proteger la aparición de los mismos difuminando sus rostros para que no sean identificables”.... Hasta aquí la cita... Vaya señalamiento tan grave, de lo cual tampoco se habla con frecuencia en los medios de comunicación y las redes sociales... Hace algunos días, las candidatas y el candidato a la presidencia firmaron el “Pacto por la primera infancia”, con el que se comprometieron a poner como prioridad la mejoría de las</p>

	<p>condiciones de vida de las niñas y los niños en México... Algo similar tendría que hacerse para que también candidatas y candidatos y por supuesto los partidos políticos firmen un pacto para proteger el derecho a la imagen, honra, reputación, seguridad y libre desarrollo de los niños, niñas y adolescentes en sus campañas propagandísticas... También hace falta actualizar la legislación e imponer sanciones mucho más severas a quien viole el interés superior de la niñez en todos los ámbitos... Importante recordarlo a unos días del Día de la Niña y el Niño en México... Hasta aquí mi comentario... Continuamos en Señal Informativa...</p>
<p>¿Qué tan plural ha sido la cobertura electoral de Canal 44 y Radio UdeG? (10 de mayo)</p>	<p>Liga: https://youtu.be/Vszf_Z_qYYA?si=XmHwEegpmrabA6nH</p> <p>¿Qué tan plural ha sido la cobertura periodística de las campañas a la presidencia en los noticiarios Señal Informativa y en el programa Cosa Pública 2.0, de Canal 44 y Radio UdeG? Echamos un vistazo, ayer por la mañana, a los monitoreos que realiza la Universidad Autónoma de Nuevo León para el INE y esto encontramos... En el periodo que va del primero de marzo, día en el que comenzaron las campañas políticas, y hasta el 29 de abril, del tiempo total destinado a las candidatas y el candidato a la presidencia, la distribución en los espacios informativos en nuestros noticiarios fue la siguiente... Claudia Sheinbaum tuvo poco más del 38 por ciento, Xóchitl Gálvez 36 puntos y fracción, es decir, una diferencia pequeña de unos 2 puntos, y Jorge Álvarez Maynez poco más del 25 por ciento... Esto significa que las candidatas han tenido un tiempo mayor, de entre 11 y 13 puntos en esta cobertura, comparado con el tiempo destinado al candidato de Movimiento Ciudadano... Al respecto, hace algunos días, Álvarez Maynez solicitó a los medios una cobertura periodística equitativa de las campañas a la presidencia... Porque, efectivamente, esta inequidad no sólo se ha presentado en Señal Informativa, sino en la mayoría de los noticiarios a nivel nacional, donde en promedio la diferencia es de prácticamente del doble de tiempo entre Claudia Sheinbaum, con 42 por ciento, y Álvarez Maynez, con 21 por ciento... Esto, decíamos, a nivel nacional... Las razones de esta inequidad son diversas, pero una de las más importantes es que Álvarez Maynez realiza menos actividades proselitistas que Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez... ¿Aun así, nos preguntamos, es posible llegar a un equilibrio, esto es, destinar el mismo tiempo en los noticiarios a cada candidatura? Por supuesto que es posible y en ello habría que trabajar en los próximos días... Ahora bien, en cuanto al tratamiento editorial, el monitoreo refleja que en los noticiarios Señal Informativa y el programa Cosa Pública 2.0, de 517 piezas periodísticas analizadas, sobre todo notas informativas, únicamente en 13, una cantidad mínima, hubo alguna valoración, ya sea positiva o negativa hacia las candidaturas, de las cuales 8 corresponden al programa Cosa Pública 2.0, donde prevalece el análisis y la</p>

	<p>opinión... La mayoría de las piezas periodísticas tuvo un tratamiento neutro, imparcial, lo cual demuestra el periodismo ético, no partidista que hay en nuestros espacios informativos... Del total de piezas valoradas, las 13, se desprenden comentarios positivos o negativos hacia las candidaturas... Claudia Sheinbaum tuvo 3 menciones positivas y dos negativas, Xóchitl Gálvez tuvo 8 menciones negativas y Álvarez Maynez 3 menciones negativas... Los noticieros monitoreados son Señal Informativa, en sus ediciones matutina, vespertina y nocturna; Señal Informativa Ocotlán y Cosa Pública 2.0... Le invito a consultar estos monitoreos, claro, no sólo de los programas de la Universidad de Guadalajara, sino de otros noticieros locales o de otras entidades para analizar qué tan plurales o no son los espacios que usted escucha o ve... Están disponibles en la página monitoreo2024.ine.mx... Seamos audiencias críticas... La participación de las audiencias contribuye, entre otros beneficios, a tener mejores medios de comunicación y fortalecer el derecho a la información...</p>
<p>¿Usted qué hace ante las noticias falsas en estas campañas políticas? (24 de mayo)</p>	<p>Liga: https://www.youtube.com/watch?v=zKjTeeDxWM</p> <p>Hace algunos días, la Asociación de Internet MX presentó su estudio 2024 sobre los hábitos de consumo de Internet en México y el dato más destacado que se publicó en varios medios de comunicación es que ya somos 101.9 millones de usuarios de Internet en el país, lo que supone, dice la misma Asociación, un avance significativo en el camino hacia una mayor inclusión digital... El estudio arrojó otros datos que tuvieron quizás un menor impacto en los medios, pero que son también muy interesantes y actuales ante el proceso electoral que estamos viviendo... A la pregunta ¿usted en qué canales digitales recibe o ve más información de campañas políticas?... El 81 por ciento de quienes participaron en la encuesta respondió que a través de las redes sociales... Sin embargo, los medios tradicionales, como la radio y la televisión, con presencia en Internet no se quedan atrás y mantienen un papel significativo, con un 51% de usuarios que todavía los considera una fuente crucial de información política... En cuanto a las redes sociales, dice el estudio que Facebook destaca particularmente como la plataforma con mayor contenido político, seguido por X y YouTube... En contraste, Instagram, TikTok y WhatsApp son percibidos, sobre todo, como canales de entretenimiento y comunicación personal, alejados un tanto de contenidos político-electorales... Ahora bien, si consideramos que ha sido principalmente en las redes sociales donde más se han difuminado las noticias falsas o las campañas de desinformación, en especial en procesos electorales como el actual, es justo ahí donde habrá que poner más atención para no dejar que la propagación de mentira y odio pongan en riesgo la democracia o los derechos humanos... ¿Usted qué acciones toma cuando recibe o encuentra una noticia o contenido sobre</p>

	<p>las campañas políticas que puede ser falso?... Esta misma pregunta la hicieron a quienes encuestó la Asociación de Internet MX y la respuesta fue contrastante... Un 44% de los encuestados, casi la mitad, respondió que trata de verificar la autenticidad de la información que encuentra sospechosa y que consulta fuentes confiables... Muy bien... Pero casi la otra mitad, el 42% no toma acciones concretas ante la información falsa porque la considera parte de la dinámica electoral... Y solo el 9% de los usuarios no sólo identifica estos contenidos falsos, sino que también decide denunciarlos a las plataformas en cuestión... Aunque esta encuesta revela que casi la mitad de los usuarios son proactivos ante información falsa, aún tenemos mucho por hacer para que, como dice la ONU, la información errónea y la desinformación no socaven la confianza en los procesos electorales y desincentiven la participación electoral... Ante esta situación, la misma ONU, en su propuesta de Código de Conducta de las Naciones Unidas, propone diversas acciones, entre éstas que gobiernos, plataformas digitales, Universidades, medios de comunicación inviertan en programas sólidos de alfabetización digital... Uno de los aportes que ha hecho al respecto nuestra Universidad de Guadalajara es a través de la Cátedra Iberoamericana contra la Desinformación, coordinada por la Agence France-Presse (AFP) y Canal 44... Por supuesto, hay aún mucho por hacer para el combate de la desinformación... Se nos termina el tiempo, pero la recomendación básica que le podemos hacer desde la Defensoría de las Audiencias es que cada que se tope con alguna pieza periodística que particularmente le llame su atención contrastéla con otras fuentes de información, con cierta reputación... Ese solo ejercicio, sencillo, le ayudará, nos ayudará a tener una ciudadanía más informada y empoderada... Hasta aquí mi comentario, continuamos en Señal Informativa...</p>
<p>Medios y agenda legislativa en la transición política (7 de junio)</p>	<p>Liga: https://youtu.be/C2RMMMvLdGU?si=dCF4qxc-E9Feima5</p> <p>Independientemente de la calificación de las elecciones por parte de las autoridades electorales, ya tenemos una idea sobre cómo estará integrado el Congreso y, obvio, quién será la próxima Presidenta de México... En materia de medios, hay temas de la agenda legislativa que es importante considerar durante el periodo de transición, que va del 1 de septiembre, día en el que inician las legislaturas en ambas cámaras (la de Diputados y la Senadores), y hasta el 30 de septiembre, y una vez que reciba la banda presidencial Claudia Sheinbaum el primero de octubre... Durante el periodo de transición es probable que se presente desde Presidencia la iniciativa de la nueva ley de cine, que es producto de una consulta con todos los sectores relacionados con esta actividad, y que busca entre otros objetivos fortalecer la producción y exhibición de las películas mexicanas en salas cinematográficas y las plataformas</p>

audiovisuales digitales, así como -importante recalcarlo- los derechos de las audiencias en esta industria... Se trata, pues, de una decisión estratégica, positiva para el país, para impulsar el cine nacional con los beneficios que ello implica para la cultura, la identidad nacional, la preservación de nuestras lenguas, así como su impacto en la creación de empleos, nuevas empresas y una proyección de la riqueza cultural de México en el mundo... Ahora bien, una vez que entre en funciones el gobierno de la doctora Claudia Sheinbaum, es importante que en la agenda legislativa se priorice la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para recuperar los derechos de las audiencias, que eliminó el Congreso dominado en el 2017 por el PAN y el PRI para satisfacer los intereses de los empresarios de la radio y la televisión y no los derechos radioescuchas y televidentes... Esta reforma es ya obligada porque, además, ya hay sentencias de la Suprema Corte de Justicia a una acción de inconstitucionalidad y dos amparos ganados, en cuanto a que deben regresar a la ley los derechos de las audiencias eliminados en 2017 y las facultades del Instituto Federal de Telecomunicaciones para su tutela efectiva... Defensoras y defensores de las audiencias exhortaremos al nuevo Congreso para que concrete esta reforma... Otros temas sobre medios que es importante se incluyan en la agenda legislativa en beneficio, justo, de las audiencias es el fortalecimiento de los medios comunitarios e indígenas, la regulación de la publicidad gubernamental bajo criterios de mucha mayor transparencia, una reforma que fortalezca los medios públicos, entre otros... En la agenda digital, también habrá que trabajar, lo antes posible, en temas como la conectividad y abatimiento de la brecha digital, la ley de ciberseguridad, la regulación de las plataformas digitales y de la inteligencia artificial, y varios más... Hay, pues, mucho por hacer en el segundo piso de la llamada Cuarta Transformación para colocar a nuestro país a la vanguardia en el fortalecimiento del derecho de acceso a los servicios de radiodifusión, banda ancha e Internet, los derechos de las audiencias, a la libertad de expresión y el derecho a la información... La coalición ganadora, la de Sigamos Haciendo Historia, tendrá la mesa puesta para lograr estos avances en un plazo corto... Hasta aquí mi comentario... Continuamos en Señal Informativa...

VINCULACIÓN

Esta Defensoría fue invitada a participar en el Comité Técnico de Evaluación del Fondo de Apoyo a la Observación Electoral 2024 (FAOE), cuyo fin es ofrecer apoyo técnico y financiero a instancias que observan y acompañan los procesos electorales federales de México. El FAOE es auspiciado por el Instituto Nacional Electoral (INE) a través del Instituto Interamericano de Derechos Humanos. La sesión de deliberación de los proyectos se llevó a cabo el 22 de abril, previo análisis de los documentos.



<p>Más detalles:</p> 	<p>INE:</p> <p>https://portal.ine.mx/convocatoria-para-el-fondo-de-apoyo-para-la-observacion-electoral-2024/</p> <p>IIDH:</p> <p>https://www.iidh.ed.cr/es/component/content/article/fondo-de-apoyo-a-la-observacion-electoral-faoe-2024-mexico?catid=15:novedades&Itemid=101</p>
--	--

Consejo Consultivo del Colegio de Comunicación de la Universidad del Claustro de Sor Juana

Esta Defensoría, como integrante del Consejo Consultivo del Colegio de Comunicación de la Universidad del Claustro de Sor Juana, participó el 18 de abril en una sesión de trabajo, en la que se propusieron diversas actividades con el fin de fortalecer los proyectos prioritarios de la licenciatura y maestría en Comunicación. Se hizo énfasis en la realización de más tareas vinculadas con la difusión de los derechos de las audiencias como parte integral de la formación del alumnado en dicha institución.



CONFERENCIAS

Los derechos de las audiencias y la IA

El 22 de mayo se ofreció la conferencia “Los derechos de las audiencias en la era de la inteligencia artificial”, en el marco del Congreso Internacional Universitario, del Centro Universitario Tlacaélel, ubicado en Ixtapaluca, Estado de México. En la conferencia se hizo una revisión sobre los desarrollos de IA que han impactado en los medios y el periodismo, así como las acciones de regulación y autorregulación que se han emprendido en Estados Unidos, Europa y América Latina.

<p>Más detalles:</p> 	<p>CIU 2024:</p> <p>https://www.facebook.com/share/p/RW5kDjmP1vrxfjVa/?mibextid=qj2Omg</p> <p>https://www.facebook.com/share/p/yM4pvcdYPSBUdC/Hh/?mibextid=qj2Omg</p>
--	--