



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**PROPUESTA DE REESTRUCTURACION
PARA LA RED CULTURAL INFORMATIVA
DE CANAL 22**

TESIS

**PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**QUE PRESENTA:
ERIKA GARCIA VENEGAS**

ASESOR: PROF. ROLANDO CHAVEZ MORENO



MEXICO, D. F.

2000

278007



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIA A:

A MI MADRE, por ser el mejor ejemplo de la constancia y superación personal. Porque gracias a su continua exhortación a seguir adelante en mis estudios, y como consecuencia concreta de todos sus sacrificios y esfuerzos, he podido alcanzar esta meta. Espero que este logro sea apenas el primero de muchos otros que en adelante pueda ofrecerte.

A MI FAMILIA, porque con ellos crecí en un ambiente de armonía que nos ha permitido mantenernos unidos por encima de las pequeñas diferencias que siempre existirán; así como por su apoyo recibido en los momentos que lo necesite.

A MIGUEL, mi gran amor. Porque gracias a su apoyo pude concretar mi primera publicación, la primera de nuestras metas profesionales compartidas.

A CANAL 22 por ser la empresa que me brindó la primera oportunidad profesional y por ser la principal fuente de información que permitió la realización de este escrito. Especialmente al Área de Noticias por las facilidades otorgadas en la disposición de herramientas de apoyo

En general, aunque no por ello menos importante, dedico este trabajo a todos aquellos de quienes directa o indirectamente recibí muestras y estímulos que me han motivado y enriquecido durante toda mi vida.

Gracias

Erika García Venegas

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 1 |
| Capítulo 1. El noticiario televisivo | 1 |
| • Breve historia de la televisión mexicana | 1 |
| • Historia de los noticieros televisivos | 14 |
| • Tipos de noticieros | 20 |
| • Estructura editorial del noticiario | 20 |
| • Personal de Producción | 22 |
| • La televisión como empresa | 27 |
| • Presupuesto y avances tecnológicos | 30 |
| • Producto final | 31 |
| Capítulo 2. Origen, evolución y situación actual del Canal 22 | 32 |
| • Historia de la televisión cultural | 32 |
| • Inicios del Canal 22 | 36 |
| • Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., Canal 22 | 42 |
| • Estructura funcional de las áreas de trabajo del Canal 22 | 47 |
| • Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) | 51 |
| • Patrocinios y copatrocinios | 52 |
| • Instalaciones y proceso de actualización técnica | 55 |
| • Acuerdos con otras instituciones | 60 |
| • Producciones nacionales e internacionales (1998) | 61 |
| - Producciones nacionales | 62 |
| - Producciones internacionales | 63 |
| • Balance general | 64 |
| Capítulo 3. La Red Cultural Informativa de Canal 22 | 67 |
| • Breve antecedente | 67 |
| • Proyectos y objetivos iniciales | 68 |
| • Justificación del nombre e imagen del programa | 68 |
| • Mediciones reales de rating | 69 |
| • Renovaciones históricas | 70 |
| - 1993 | 72 |
| - 1994 | 72 |
| - 1995 | 73 |
| - 1996 | 73 |
| - 1997 | 74 |
| • Horario de emisiones y tiempo total a la semana | 74 |
| • Perfil informativo | 77 |
| - Mes de julio (total 243) | 79 |
| - Mes de agosto (total 223) | 81 |
| - Mes de septiembre (total 204) | 82 |

| | |
|--|------------|
| • Estructura funcional de la Red Cultural 22 | 84 |
| – Dirección General | 84 |
| – Información | 85 |
| – Redacción | 86 |
| – Conductores | 86 |
| – Reporteros | 87 |
| – Producción | 88 |
| – Edición | 89 |
| – Post-producción | 90 |
| – Diseño digital | 90 |
| – Personal técnico | 91 |
| – Flujo de trabajo | 94 |
| • Convenios con otros espacios informativos | 95 |
| – Notimex | 96 |
| – CEPROPIE | 96 |
| – Unidad de Producciones Audiovisuales (UPA) | 96 |
| – EFE | 97 |
| • Instalaciones y actualización tecnológica | 97 |
| – Oficinas | 97 |
| – Estudio | 99 |
| – Islas de edición | 101 |
| – Sistemas portátiles | 101 |
| • Balance general | 102 |
| Capítulo 4. Propuesta de reestructuración | 104 |
| • Problemas y soluciones | 106 |
| – Dirección de Noticias | 106 |
| – Productor y realizador | 109 |
| – Área de Producción | 112 |
| – Conductores | 118 |
| – Reporteros | 120 |
| – Edición y Post-producción | 123 |
| – Área de información | 124 |
| – Redacción | 125 |
| – Investigación | 125 |
| – Relaciones Públicas | 127 |
| – Equipo técnico | 128 |
| • Flujograma propuesto | 136 |
| • Organigrama propuesto | 137 |
| Conclusiones | 138 |
| Anexos | 141 |
| Bibliografía | 146 |

INTRODUCCIÓN



El presente trabajo representa el fruto de una inquietud nacida a partir de la experiencia propia de trabajo, dentro de una producción televisiva con proyección no sólo nacional sino internacional.

Inicialmente, el objetivo principal era localizar el punto de origen de los problemas que aquejaban a esta producción; sin embargo, con el paso del tiempo fue posible darse cuenta de que el resultado que vemos en pantalla es consecuencia lógica de todo un flujo de trabajo que se determina por los diferentes elementos que intervienen en él. Entonces se decidió especificarla en el Departamento de Producción, parte medular de este proceso, pues en él recaen los preparativos, la conjunción de elementos y la proyección final del programa.

Se analizó lo más objetivamente posible la estructura y dirección de operaciones de una producción permanente dentro del Canal 22: los noticieros de la Red Cultural Informativa, finalizando con una propuesta de reestructuración en sus áreas y flujo de trabajo, a fin de conseguir cambios radicales que permitan su crecimiento y mayor proyección dentro de su espacio de transmisión.

Quizás la importancia de esta investigación recaiga en el sentido de que mientras este programa no registre grandes cambios, menor será la posibilidad de posicionarse adecuadamente en un auditorio que cada vez está menos acostumbrado a enterarse de lo que ocurre dentro del ámbito cultural; más aún, cuando la barra informativa del Canal 11, única competencia en estos términos, ha desaparecido.

Además, esta investigación pretende ser una fuente de consulta útil respecto a la información del Canal 22, específicamente en la historia de los noticieros, ya que dentro de esta empresa no existe ningún registro escrito al respecto. Por todo esto, se entiende que el presente es un trabajo descriptivo, delimitado para su crítica al flujo de trabajo de esta producción durante el período de 1998-1999.

La principal ventaja al realizar este trabajo fue que se contó con el apoyo de la Dirección de Noticias y de cada uno de sus departamentos adscritos en la obtención de información que, como ya se mencionó, no se encuentra registrada en alguna fuente documental actualizada. Asimismo, fue muy importante la revisión del material en video que permitió el análisis profundo del estilo y estructura que ha tenido a lo largo de su historia.



Antecediendo al propósito central de la tesis, se presenta la evolución de la televisión mexicana, tanto comercial como estatal, así como la estructura de los programas informativos, mejor conocidos como noticiarios.

Después se presenta una breve revisión a la historia del Canal 22, desde su nacimiento dentro de Televisión Cultural de México, hasta lo que actualmente se conoce como Televisión Metropolitana, S. A. de C. V.

De igual forma, se describe la situación actual del Canal 22 abarcando su estructura interna, así como sus relaciones con otras empresas, para más tarde ubicarnos en la descripción detallada de los noticiarios de la Red Cultural Informativa, misma que dará pie al último capítulo de este trabajo, donde se desglosa a detalle los problemas y soluciones que pudieran tomarse en cuenta.

La intención es hacer evidente la importancia que tiene la televisión en la sociedad como medio de comunicación y la preferencia del público de ésta sobre cualquier otro medio, máxime si nos referimos a la producción de programas culturales cuya importancia a la fecha se ha sostenido como poco privilegiada, siendo que ésta puede ser bien aceptada, mientras se le presente de la manera conveniente.



presidente Miguel Alemán Valdés y seleccionados por el entonces director del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, Carlos Chávez, constituye el punto de partida para comprender la televisión mexicana. Ambos partieron con destino a Europa y Estados Unidos para hacer un estudio detallado sobre el desarrollo y las características de la televisión en ambas naciones. De la estadounidense analizarían su situación privada, comercial y publicitaria; de la británica el modelo monopólico estatal. Novo se encargaría del aspecto cultural, educativo y socioeconómico, mientras que González Camarena pondría atención en los detalles técnicos.

En 1948, es entregado el informe titulado *La televisión, investigación del Instituto Nacional de Bellas Artes*. "El texto consta de dos partes. La primera, escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido programáticos de los sistemas de televisión estadounidense y británico. No recomienda explícitamente que se adopte alguno de los dos en México, sin embargo, expresa elogios de la televisión británica, operada por la British Broadcasting Corporation (BBC). La segunda parte, elaborada por el ingeniero González Camarena, constituye una recomendación formal para que México adopte el sistema estadounidense. Las razones expuestas son de índole técnica y económica."¹

Será en 1949, a petición de diversos empresarios de la radiodifusión, que el gobierno de Miguel Alemán Valdés forme una comisión bajo la asesoría técnica de Guillermo González Camarena, encargada de elaborar un reglamento para el funcionamiento de la televisión en México. Al respecto, el secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Agustín García López, declara a la prensa que "el gobierno hará uso de la televisión con fines sociales y culturales, al tiempo que reconoce que será motivo de explotación comercial por parte de los particulares."²

El 11 de febrero de 1950, el *Diario Oficial de la Federación* publica el Decreto que fija las normas a que se sujetarán en sus instalaciones y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión, donde se incluyen todas las especificaciones técnicas que González Camarena había nombrado en su informe de 1948. Éste constituye la primera disposición legal en esta materia.

1. Mejía Barquera, Fernando, "Del canal 4 a Televisa" en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, t. 1. México, RMC Comunicaciones, 1988, p. 30.

2. Sánchez Ruiz, Enrique E., "Historia mínima de la televisión mexicana" en *Revista Mexicana de Comunicación*, Julio-Agosto, México, 1991, p. 29.

En 1949, durante la IX Asamblea de Cirujanos, se realiza por primera vez en México una transmisión de televisión a colores. Se trata de una intervención quirúrgica a través de un circuito cerrado.

La primera concesión de televisión comercial fue la XHTV, Canal 4, para Televisión de México, como concesión a Rómulo O'Farril. Y aun cuando desde el 26 de julio de 1950 comienza sus transmisiones de prueba con señales recibidas por cinco receptores: dos instalados en las oficinas de los señores O'Farril (padre e hijo), uno en el despacho del presidente Miguel Alemán, otro en la oficina del Secretario de Comunicaciones, Agustín García López, y uno más en la del hijo del presidente, Miguel Alemán Velasco, no es sino hasta el 1o. de septiembre del mismo año, que se inaugura oficialmente con la transmisión del Cuarto Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

Ese mismo año se autoriza a la empresa TELEVIMEX, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, la instalación de la XEW TV, Canal 2, en la capital de la República Mexicana, pero es hasta el 21 de marzo de 1951 que comienza con emisiones regulares, con el control remoto de un partido de béisbol desde el Parque Delta del Distrito Federal.

Para 1952 se logra la instalación de la primera repetidora de este canal, la XEQ TV, Canal 9, en el paraje conocido como el Paso de Cortés, ubicado entre los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl, en el estado de Puebla.

Ese año también se realizó la primera transmisión de lecciones de anatomía, en circuito cerrado a colores, a cargo de Guillermo González Camarena, en la Escuela Nacional de Medicina de la UNAM.

En cuanto a instalaciones se refiere, el 12 de enero del mismo año se inaugura el edificio de Televicentro, de Emilio Azcárraga Vidaurreta, en lo que iba a ser el Edificio Radiópolis.

Otra concesión fue para Televisión González Camarena, S. A., con la XHGC, Canal 5, que comienza transmisiones el 10 de mayo de 1952, con un festival del Día de la madre. Será hasta el 8 de febrero de 1963 que se lleve a cabo la primera transmisión en color, utilizando una frecuencia abierta, con el programa *Paraíso infantil*, con duración de una hora. Se trató de un programa previamente grabado en cinta de video.

Fue en 1953 cuando los estados de la república comenzaron a mostrar participación con las transmisiones en inglés y en español del Canal 6 de Tijuana, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. Un año después, en enero, se establece en Nogales, Sonora, el primer servicio de televisión por cable, del señor Mario de la Fuente, para llevar la señal de la televisión norteamericana a estadounidenses residentes en

Nogales. También en Puebla es inaugurado el Canal 7. Aunado a esto, se construye el primer enlace de microondas D. F.-Cerrillo, D. F.-Guadalajara.

“En 1954, los canales 2 y 5 llegaron a un acuerdo de fusión con lo cual quedaban unidas en una sola entidad encabezada por Emilio Azcárraga Vidaurreta. A principios de febrero de 1955, los señores Azcárraga, O’Farril y González Camarena firmaron un convenio mediante el cual los canales 4 y 5 instalarían sus oficinas y equipo técnico en el edificio de Televisión y transmitirían desde ahí a partir del mes del marzo del mismo año.”³

El 26 de marzo de 1955, los concesionarios de los canales 2, 4 y 5 se fusionan constituyendo Telesistema Mexicano, S. A. (TSM), que busca administrar y operar conjuntamente las emisoras. Esta empresa instala en el Paso de Cortés una estación repetidora del Canal 4 del Distrito Federal, que se logró captar en el sureste y el suroeste de México, desde el Pacífico hasta el Golfo de México.

La propagación hacia los estados continúa el 16 de junio de 1955, cuando se inaugura la repetidora de El Zamorano, Guanajuato, que envía la señal de Canal 2 hacia el Bajío y otros estados del norte. Para inicios de septiembre, la televisión llega a Monterrey con el Canal 10 de TSM.

Para 1959, Telesistema Mexicano cubre con repetidoras, 20 estados de la república y anuncia que invertirá 21 millones de pesos para cubrir todos antes de 1960.

Esta empresa crea Teleprogramas de México, cuyo propósito era exportar al mundo de habla hispana los programas producidos por la empresa, lo que se facilita con la adquisición del kinescopio (cámara de cine acoplada al monitor de la televisión).

Un logro muy importante se registra en 1958, cuando se inaugura la estación XEFB TV de Monterrey, junto con el edificio de Televisión de Monterrey, ya que esta estación adquiere la primera máquina de *videotape* en México. El primer programa grabado en este sistema se trataba de un capítulo de la serie *Puerta al Suspense*, y se difundió el 3 de abril de 1959. La grabación en cinta de video dio a Telesistema la oportunidad de exportar programas, especialmente telenovelas, a Latinoamérica y Estados Unidos.

Para 1959, se amplía la Red Nacional de Microondas con la Red de Occidente, que cubre los estados de Jalisco, Guanajuato y Michoacán.

3. Mejía Barquera, Fernando. *Op. cit.*

Los años dorados de la televisión se caracterizaron por la apatía de las autoridades y de los grupos sociales hacia ella. Una vez que se decidió por el modelo comercial de televisión, el Estado no había mostrado mayor interés. Sin embargo, la única excepción de esta apatía fue la autorización de Adolfo Ruiz Cortínez para otorgar licencia a la primera estación de televisión pública.

Dicha licencia fue otorgada al Instituto Politécnico Nacional, el cual, aun cuando desde 1958 ya había iniciado transmisiones en circuito cerrado, será hasta el 2 de marzo de 1959, que XIPN, Canal 11, se inaugura sin directrices legales ni objetivos precisos, con un presupuesto raquítico y un equipo técnico precario y rudimentario. Será diez años después que se establecerá su función educativa y dependencia de la Secretaría de Educación Pública, bajo la operación del Instituto Politécnico Nacional.

También en 1960, el ingeniero Guillermo González Camarena obtiene la patente en México y en Estados Unidos del sistema de televisión a color denominado *kaleidoscopio*.

En ese mismo año, se inaugura Televisión de Guadalajara, Jalisco, de TSM, con lo que Canal 2 comienza a transmitir. También comienza sus transmisiones el Canal 6 de Guadalajara de Televisión Tapatía, S. A., propiedad de un grupo de inversionistas locales. Para entonces, sólo seis estados carecen de emisoras de televisión: Chiapas, Oaxaca, Campeche, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.

Los antecedentes para regular la televisión fueron la *Ley de Vías Generales de Comunicación (LVGC)* y su reglamento. En ellos, los medios de comunicación se enmarcaban dentro del concepto de espectro electromagnético y fueron considerados como servicios de vital importancia para las funciones y las actividades públicas.

De esta manera, la televisión, hasta antes de 1960, fue normada por la misma ley que regulaba a los ferrocarriles, el correo, los telégrafos y los teléfonos, es decir, todo aquello que cabría bajo el nebuloso concepto de "Vías generales". La indefinición con la que se reguló por poco más de una década se aclaró con la actualización de la ley que comenzó con el gobierno del Presidente Adolfo López Mateos, quien creó la *Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT)* el 19 de enero de 1960. Esta legislación fue el fundamento de las leyes que han regulado la actividad de la radio y la televisión en México. Hasta la creación de la LFRT, las autoridades encontraron puntos de conflicto entre el modelo de televisión comercial y los intereses del Estado o la participación de éste a través de la televisión pública.

En 1961, Emilio Azcárraga Vidaurreta logra su expansión hacia Estados Unidos estableciendo su primera estación, la KWEX, de San Antonio, Texas, pionera de la banda de Ultra Alta Frecuencia (UHF), mediante la empresa Spanish International Broadcasting Corporation, misma que para el año siguiente establece la estación de UHF, KMEX, en Los Ángeles, California. También se crea la empresa Spanish International Network Sales con el objetivo de proveer programación de Telesistema Mexicano y ventas a estaciones que transmitieran en español en Estados Unidos.

Al margen de la conformación de estos grupos en el espectro de la televisión, el Estado ya no era sólo un espectador, por el contrario, buscó fórmulas para obtener beneficios de la operación de las estaciones. Por ello, se estudió la alternativa para crear una ley que obligara a los concesionarios a pagar impuestos adicionales, además de los que ya se pagaban. En este marco, el 29 de diciembre de 1961 nació la *Ley de impuestos para las empresas que explotan estaciones de radio y televisión*, donde los compromisos alternativos proponían que las estaciones podían pagar, en lugar de 25% del impuesto por derecho de transmisión, 50% en especie, esto es, 12.5% del tiempo diario de la programación al servicio del Estado. El uso del tiempo fiscal, desde sus orígenes, ha dado al Estado una oportunidad de oro que no ha sabido aprovechar, a pesar de haber creado organismos para hacerse cargo de la administración de ese tiempo, como la Comisión de Radiodifusión, y difícilmente obtendrá algún beneficio mientras no defina una estrategia específica de cómo y para qué utilizar la televisión.

Para 1962, Guillermo González Camarena patenta en México, Estados Unidos y otros países el sistema de televisión a color denominado "sistema bicolor simplificado".

Los años de 1963 y 1964 son significativos, ya que, entre otras cosas, se lograron las primeras transmisiones vía satélite mediante el *Telstar I* donde se captaron las imágenes de la coronación del papa Paulo VI en Italia y, más tarde, vía satélite y microondas, la inauguración de los XVIII Juegos Olímpicos, desde Tokio, Japón. Un año más tarde, se efectúa a través del satélite de comunicaciones *Pájaro Madrugador*, la primera transmisión intercontinental, donde se enlazaron Estados Unidos, Canadá, México y Europa en un programa de una hora de duración, con la participación de TSM.

Ese mismo año, comienzan las clases de *Telesecundaria*, en circuito cerrado, en forma experimental, con 1229 alumnos inscritos. En 1968, cuando se iniciaron las transmisiones por el Canal 5 de TSM y con

repetidora en Veracruz, se amplió la matrícula a 6564 alumnos de ocho entidades.

En 1965, el gobierno mexicano decidió trascender, creando la Red Federal de Microondas, con la posibilidad de abarcar todo el territorio nacional, porque desde la capital del país se generaba la mayor parte de las imágenes que se difundían hacia otros puntos del territorio nacional, o bien, por el D. F. pasaban señales originadas en otros estados.

El 1o. de septiembre de 1967, se convierte en una fecha histórica para la televisión mexicana, al realizarse la primera transmisión de televisión abierta a colores, en vivo, del Tercer Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz.

“Hasta principios de 1968, sin embargo, nuestro país no tenía una infraestructura propia para la comunicación vía satélite; ello hacía que en el caso de las imágenes provenientes de Europa, éstas llegaran primero a alguna de las estaciones terrenas ubicadas en Estados Unidos y luego se enviaran a México por microondas; asimismo, las señales que tenían su origen en México, viajaban primero vía microondas al país vecino, en donde eran subidas al satélite.

En ese mismo año, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes concluyó los trabajos de la Red Nacional de Telecomunicaciones que se habían iniciado en 1963. El sistema incluyó la Red Federal de Microondas, la Estación Terrestre para Comunicaciones Especiales de Tulancingo, conectada a los satélites *Intelsat II* y *III* y a la Torre de Telecomunicaciones en la ciudad de México.”⁴

El debate entre la televisión comercial y la estatal se desarrolló de 1950 a 1968 con el consenso de una política conservadora, la cual no demandaba de la televisión algo más que no fuera estimular el crecimiento económico. La televisión en esta etapa fue simplemente una caja de espectáculos con temas ciudadanos insulsos y en franca confrontación con los intereses de la población iletrada, que los intelectuales de la época denunciaban con necesidad de programas más acordes como campañas de orientación sanitaria o de salubridad familiar y personal.

En 1968, se otorgaron dos concesiones más para establecer estaciones de televisión comercial en la ciudad de México. Estas concesiones fueron las primeras después de 18 años y representaron un cambio significativo, pues con ellas terminó el monopolio de 13 años de la televisión comercial en manos de Telesistema Mexicano.

4. *Ibid* p. 47.

Una de las concesiones fue otorgada el 24 de junio de 1967 para XHTM, Canal 8, otorgado a Fomento de Televisión, S. A., filial de Televisión Independiente de México (TIM), propiedad de un grupo de industriales de Monterrey (Grupo Alfa), ligado con otros concesionarios de Veracruz y Puebla, por lo que pudieron dar, desde el principio, dimensión nacional a este canal que inicia sus operaciones con la transmisión a color del Cuarto Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz; sin embargo, sus transmisiones regulares dieron inicio hasta el 25 de enero de 1969.

La segunda concesión fue otorgada a Francisco Aguirre Jiménez, quien se responsabilizó por la XHDF, Canal 13. El canal comenzó a operar el 1o. de septiembre de 1968, con la difusión del mismo Informe de Gobierno con el que iniciara transmisiones el Canal 8, aunque no de manera continua, sino a partir del 12 de octubre, en el marco de la inauguración de las Olimpiadas de México 68.

"En 1971 ingresa como accionista de este canal el señor Alejo Peralta, sin embargo, este accionista decide más tarde vender su parte correspondiente al Gobierno Federal, lo que colocó en una situación de desventaja a Francisco Aguirre, ya que éste había vendido con anterioridad al Gobierno Federal el 10% de las acciones del canal, participación que de acuerdo al plan original se ofrecería a diversos empresarios del país."⁵

La "fórmula mexicana" de televisión, según los términos generales del Lic. Miguel Alemán Valdés era entonces: "Aceptación plena de la función social de la televisión llamada a divertir, informar y educar en un justo equilibrio a todos los sectores de la población. Para lograrlo se armoniza el trabajo de los canales: cada uno adopta un ámbito que le permite el cumplimiento de diversas funciones dentro del proceso global de relación con la comunidad. No se duplican funciones, ni se excluye a ningún sector; se mantiene la pluralidad de opciones, distintiva de una estructura democrática. Así, el Canal 4 se dedica a incrementar la comunicación e intercomunicación entre los sectores urbanos populares del área metropolitana del Valle de México; el Canal 2 se ocupa de satisfacer las exigencias y necesidades de las clases medias, con apego a los tradicionales valores de la familia mexicana; el Canal 5 se mantiene en un nivel de interés global, con una característica que podría resumirse diciendo que busca ser una ventana al mundo; el Canal 8 cumple la misión trascendental de retroalimentar al país en general desde la

5. Olmos, Alejandro, "Del canal 13 a TV Azteca" en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, t. 1, México, RMC Comunicaciones, 1988, p. 103.

provincia: todos los estados están presentes en él, y asumen su función en menoscabo del centralismo asfixiante; el Canal 13 define sus funciones desde un nivel cultural, en satisfacción de las necesidades de los sectores intelectuales y artísticos; el Canal 11, abocado a transmisiones educativas, cierra la fórmula de vasos comunicantes que permite abarcar los más diferentes sectores de la población.”⁶

El 6 de agosto de 1969, se anuncia la creación de la Red Federal de Estaciones de Televisión, que se componía de 37 estaciones repartidas en distintos estados de la república. Para entonces, se estimaba necesario que el Ejecutivo Federal contara con estaciones de televisión dedicadas a difundir programas de índole cultural, educativo, instructivo, de capacitación y de formación, pero de ninguna manera para competir con los intereses de la televisión comercial. Esta red no entró en funcionamiento.

Díaz Ordaz lega a Luis Echeverría una televisión renovada, que comenzaba a trabajar con competencia y con un género que, por tradición, le ha dado una dimensión política a su actividad: el noticiero. Esto sucedió con la creación de la Dirección General de Información y Noticieros, a cargo del Lic. Miguel Alemán Velasco. Por otra parte, la estructura que se conformó con las modificaciones de la LFRT, el tiempo fiscal, la Red Federal de Televisión, Canal 11, Canal 13 y Canal 8, dejaron un panorama muy semejante a un nudo gordiano.

El 20 de mayo de 1969, inicia operaciones la televisión por cable con la empresa Cablevisión, S. A., de TSM, en la ciudad de México.

En 1970, la Cámara de la Industria de la Radiodifusión (CIR) se transforma en Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRTI) y, además se crea una Subsecretaría de Radiodifusión, dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Esta industria seguía creciendo tanto a nivel comercial como federal, y para 1971, se constituye en México la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI) con el objetivo de intercambiar programación vía satélite entre las televisoras de Latinoamérica, Portugal y España. Por otro lado, México logra formalizar su participación en la Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT) del cual, el gobierno federal adquiere 1.5% del total de las acciones.

En noviembre de 1972, se lleva a cabo la fusión de Telesistema Mexicano (TSM) con Televisión Independiente de México (TIM), conformando la empresa Televisión Vía Satélite, S. A. (Televisa), la cual empieza a operar oficialmente el 8 de enero de 1973. El 75% de las

6. Alemán Velasco, Miguel. "El Estado y la Televisión" en *Nueva Política*, vol. 1, núm. 3, Julio-Septiembre, 1976, p.195.

acciones de esta nueva empresa quedó en poder de Telesistema Mexicano, mientras que el 25% restante, permaneció en manos de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa. Emilio Azcárraga Milmo fue designado presidente de Televisa.

El 15 de marzo de 1972, bajo el mandato de Luis Echeverría, se anuncia oficialmente la adquisición por parte del Gobierno Federal del Canal 13 a través de la Sociedad Mexicana de Crédito Industrial, S. A. (Somex), que actuó como institución fiduciaria. A esta entidad se le denominó primero Televisión Cultural del Gobierno Federal; para 1977 cambiaría su nombre a Televisión Rural de México (TRM), y en 1980, a Televisión de la República Mexicana (manteniendo las mismas siglas).

El año de 1973 es sinónimo de nuevas reglamentaciones en la televisión, ya que a partir de esta fecha comenzaron a crearse nuevas leyes, entre ellas, la *Ley federal de radio y televisión* y la *Ley de la industria cinematográfica*; además del *Reglamento de publicidad para alimentos, bebidas y medicamentos*. Para el año siguiente se expide la *Ley federal de protección al consumidor*, con disposiciones referidas a la publicidad.

En 1974, se funda la empresa Satélite Latinoamericano, S. A. (SATELAT) con el objetivo de difundir la imagen de México en América Latina y de ocuparse de la producción, distribución, representación, compraventa y comercio en general de programas de televisión por satélite. Del total de acciones de SATELAT, 52% pertenece al Estado, repartido entre los canales 11 y 13, el Banco Nacional Cinematográfico y Notimex, y el restante 49% pertenece a Televisa.

Dos años más tarde, Televisa establece el sistema UNIVISION, mediante el cual exporta programas directamente a Estados Unidos, por medio de la red de microondas y de satélite.

Ese mismo año, con la transmisión de la serie *Introducción a la Universidad*, se crea la Fundación Cultural Televisa, integrada por la UNAM y reconocidos intelectuales, y el Canal 13 amplía su red, logrando una cobertura de 383 ciudades de la república.

Para 1977 se crea la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación. Dentro de ella se establece la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE), empresa que produciría programas para transmitirse en tiempos oficiales.

En mayo de 1980, entra en operación la estación terrena *Tulancingo II* para comunicaciones vía satélite y en junio se pone en operación la antena *Tulancingo III*, ampliando su cobertura en el área nacional y hacia Estados Unidos, por medio de UNIVISION y la Spanish International Network.

Para finales de año, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes anuncia que México contará en 1985 con su propio satélite, y firma un convenio con Televisa para instalar 80 estaciones terrenas para comunicación por satélite. De esta forma, la primera etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas fue inaugurada en abril de 1981, por el presidente López Portillo. Esta red constaba, para entonces, de 14 estaciones para envío y recepción y 21 para recepción de señales de televisión por satélite. La segunda etapa de esta red se inauguraría en 1982, específicamente el 22 de junio, y ésta constaba de 71 estaciones, de las cuales, 39 fueron instaladas por la SCT y 32 por Televisa.

Como parte de la red de Televisión de la República Mexicana, XHTRM, Canal 22 de UHF, comienza a transmitir el 15 de abril para la zona metropolitana del D. F.

El 21 de marzo de 1983, se expide el decreto que modifica la estructura de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, creando el Instituto Mexicano de Televisión, junto con los de Radio y Cinematografía, los cuales se encargarán de administrar los aspectos operativos de las áreas correspondientes que pertenecen al gobierno federal; sin embargo, RTC permanece como entidad normativa.

El 24 de marzo de 1983, fue integrado el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) por el Canal 13, las redes de Televisión de la República Mexicana (TRM), el Canal 8 de Monterrey, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y la Teleproductora del Distrito Federal. Esta empresa contaba con dos canales nacionales, el 13 y el 7, con 44 y 99 repetidoras respectivamente, así como el 22 de UHF del D. F., el 8 de Monterrey y el 2 de Chihuahua.

La reestructuración de la Televisión de Estado dio lugar a la creación del Canal 7, mismas que el 18 de mayo de 1985 comienza sus operaciones. Al hacerse públicas las características de este canal, se informó que estaría orientado a las clases populares, por lo que 70 u 80% de las transmisiones estarían destinadas a resaltar los valores nacionalistas y las manifestaciones culturales y deportivas.

Con el surgimiento de IMEVISION, el Gobierno Federal tomó la decisión de que el patrimonio de PRONARTE, así como el de TRM, pasaran a poder de los canales 13 y 7. PRONARTE sería liquidado como organismo descentralizado, el 4 de marzo de 1985.

El 11 de octubre de 1985, se integra la empresa Teleméxico, conformada en sociedad por Televisa e IMEVISION, con el propósito de producir la señal respectiva.

Respecto a la situación de los satélites, el 17 de junio del mismo año es puesto en órbita el satélite *Morelos I*, primer componente del Sistema Morelos de Satélites, construídos por la empresa norteamericana Hughes International Communications. Y para el 26 de noviembre, es puesto en órbita el satélite *Morelos II* que servirá de respaldo en caso de alguna falla del *Morelos I*. En 1990, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes informa la decisión de colocar en órbita para 1993 un nuevo sistema de satélites denominado *Solidaridad*. El *Sistema Morelos* llega al término de su vida en 1994.

En 1987, Televisa informa que UNIVISA, Inc., con sede en Los Ángeles, Cal., es un consorcio estadounidense con ocho compañías subsidiarias: ECO, agencia internacional de noticias que preside Luis Nogales; FONOVISA, presidida por Alberto Michel, empresa de venta y distribución de discos en español; GALAVISION, televisión por cable que transmite en 28 estados de Estados Unidos, con 288 estaciones afiliadas; Protele, agencia vendedora de programas de televisión; UNIVISION, red de televisión con 409 afiliados a los que une vía satélite; Grupo Industrial UNIVISA, manufacturera de productos de comunicación; VIDEOVISA, que distribuye películas en español y, finalmente, Univisa Satellite Communications.

Septiembre de 1989 es la fecha en que inicia operaciones dentro del D. F. la empresa Multivisión, segunda en el país con Sistema Restringido de Señales de Televisión, por la banda de Súper Alta Frecuencia (SHF), propiedad del radiodifusor Joaquín Vargas.

El 14 de septiembre de 1990, mediante un comunicado de prensa, la Secretaría de Gobernación anuncia que el gobierno desincorporará los canales 7 y 22 del D. F. y el 8 de Monterrey, mientras que el 13 continuará siendo propiedad del Estado. En diciembre se publican nueve acuerdos de la SCT, que declara susceptibles de explotarse comercialmente 79 canales de televisión en el país, incluidos el 7 y el 22 de IMEVISION.

Televisión Metropolitana, Canal 22, es una emisora pública cultural mexicana, dependiente de la Secretaría de Educación Pública y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) que inició sus transmisiones en la banda UHF en junio de 1993. Su creación fue la respuesta a la solicitud de más de 1200 integrantes de la comunidad artística y cultural de México para que el gobierno impulsara la difusión de las principales manifestaciones del arte y la cultura.

Al principio se prestaba servicio solamente en el área metropolitana, actualmente cubre todo el país por cable y por los dos satélites nacionales *Morelos II* y *Solidaridad*, a través de los cuales, su señal llega a las estaciones regionales de televisión y a las antenas parabólicas.

Tras un proceso de licitación pública, el 8 de febrero de 1993, el *Diario Oficial de la Federación* publicó el decreto a través del cual la Secretaría de Comunicaciones concesionaba a Televisión Azteca, 90 frecuencias que eran parte del Canal 13. Acerca de Televisión Azteca, las autoridades sólo informaron que se trataba de un grupo independiente, aunque en el fondo era una empresa paraestatal creada exprofeso. Desde entonces, la compañía opera dos canales nacionales de televisión: XHDF, Azteca 13 y XHIMT, Azteca 7, a través de más de 250 estaciones propias ubicadas en México.

Ante el gran interés por producir telenovelas, TV Azteca inauguró el 24 de mayo de 1996 el Centro Azteca Digital, en el cual invirtió cerca de 15 millones de dólares. En el aspecto musical, la televisora del Ajusco dio a conocer ese mismo mes la creación de su propia disquera llamada Azteca Music.

En lo que a la historia de CNI, Canal 40, se refiere, éste prende el transmisor y emite barras de programación por primera vez el 19 de noviembre de 1994, pero será hasta el 5 de diciembre del mismo año que iniciará transmisiones de prueba con una programación conformada por la serie inglesa *Landscape*. Es hasta el 19 de octubre del año siguiente que su programación toma formato con 19 horas diarias de transmisión. De hecho, en esta fecha comienzan las emisiones formales de la serie estelar del canal, *Realidades*; se integran series, *Cinema 40*, *Palco Deportivo* y documentales de la barra *Contrastes*.

Actualmente, cualquier punto en la República Mexicana puede recibir el Canal 40 gracias al envío de la señal en modo digital y a la cobertura del satélite *Morelos II*. Más de 100 sistemas de cable a lo largo y ancho de México redistribuyen esta señal las 24 horas al día, los 365 días del año.

Es importante recordar que este año, específicamente el 29 de julio, TV Azteca y CNI, Canal 40, anunciaron una alianza estratégica, la cual resultará en un distribución de 50-50 para las dos empresas. Esta sociedad fortalecerá las sinergias entre las compañías, permitiendo a TV Azteca obtener mayor provecho de su moderna infraestructura de producción, experiencia en la programación y fuerza de ventas. Bajo el acuerdo, TV Azteca comercializará todo el inventario de publicidad para Canal 40.

Respecto a los términos de la programación, CNI transmitirá sólo hasta 2.5 horas por noche (después de las 21:00 horas), con programas de TV Azteca el resto del día.

El cambio es sin duda el símbolo de la presente década. Todo está cambiando, como si se estuviera cumpliendo un ciclo natural y, en

consecuencia, nada ni nadie lo puede detener. México, lo quiera o no, está inmerso en esos cambios; la globalización de los mercados, la intrascendencia de las fronteras que la tecnología borra con sus alcances, están construyendo la plataforma de la sociedad de la próxima generación.

Prueba de ello es que "el 20 de noviembre de 1995, Televisa, el conglomerado estadounidense News Corporation, la empresa brasileña O'Globo y la compañía de Tele Communications International Inc (TCI), firmaron un convenio para prestar de manera conjunta el servicio de televisión directa vía satélite, o DTH, en Latinoamérica. Esta empresa recibe el nombre de Sky Entertainment Services, aunque publicitariamente se le conoce como Sky. El servicio comenzó a operar en México a finales de 1996."⁷

Hay más posibilidades de ver televisión, existen más canales y medios, pero no hay mayor oferta en alternativas de televisión, esto es, los contenidos no reflejan ningún avance, el espectro es un eterno repetirse de formas y fondos. Sin embargo, a pesar del incremento de los sistemas de televisión al aire y restringida, el mercado aún no se satura y está lejos de que ello suceda.

Historia de los noticieros televisivos

Dentro de los medios audiovisuales, los orígenes del noticiero se localizan en el cine. "Se considera que el noticiero cinematográfico tuvo como antecedente directo a las vistas impresas por los primeros cineastas. En realidad, este antecedente es circunstancial, ya que la mayoría de esos filmes no cubrían eventos con valor noticioso. Sólo aquellas filmaciones en las que coincide el registro del evento con la relevancia para el público, pueden ser consideradas como antecedentes inmediatos de los noticieros."⁸

El nacimiento de la radio y la televisión provocaron la obsolencia del noticiero cinematográfico, pero brindaron a cambio un mayor potencial para el desarrollo de este producto en el periodismo audiovisual. El noticiero se convirtió en el principal producto informativo de los medios de transmisión y alcanzó en ellos un alto grado de complejidad en su estructura.

En principio, son los periódicos quienes descubren a la televisión como el nuevo medio en el cual prolongar su actividad y practicar el

7. Mejía Barquera, Fernando. *Op. Cit.*, p. 60.

8. Maza Pérez, Maximiliano et al. "Guión para medios audiovisuales" en *Cine, radio y televisión*, Alhambra Mexicana, México, p. 281.

periodismo tradicional que, de paso, les permitiera mantenerse en la presencia del público. Pero con el nacimiento de los noticieros de Telesistema Mexicano, se inaugura una nueva época en la televisión. Los periódicos, entonces como los patrocinadores de los programas noticiosos, tuvieron que regresar a sus lugares de origen y dejar que la televisión hiciera lo suyo, aunque a éstos se les consideraba como la extensión de la prensa.

Si el Estado no había hecho nada en la televisión en los terrenos de la educación y la cultura, cuando vieron las posibilidades que representaba el filón de los noticieros, cambiaron sustancialmente las reglas del juego; fue entonces que concesionarios y Estado aprenderían a usar la televisión como un medio de información y comunicación.

La conveniencia de transmitir las noticias a través de un medio como la televisión es obvia; no hay otro medio que ofrezca la misma rapidez, veracidad y realismo que un noticiero de televisión. Por ello, se revisan las características propias de los noticieros por televisión:

1. "La inmediatez, que supera las dificultades de la distancia y lleva los mensajes instantáneamente a los destinatarios.
2. La continuidad, que consiste en la presentación constante de mensajes, según los intereses de la programación.
3. Una cobertura social muy amplia, hecho que es posible gracias a la existencia de infraestructuras de comunicación colectivas estratégicamente distribuidas, una red inmensa de estaciones repetidoras, sistemas de microondas, redes satelitales y tecnología digital.
4. El uso cada vez más creciente de receptores en millones de hogares de todas las condiciones sociales y en los lugares más apartados.
5. La combinación de imágenes fijas y en movimiento, voces, música, así como efectos auditivos y visuales especiales, junto con la cromatografía."⁹

Luego del informe presidencial del presidente Miguel Alemán Valdés en 1950, a las seis de la tarde se presentó el programa inaugural de la televisión mexicana denominado *Noticias del Día*, con Gonzalo Castellot, que habría de durar hasta agosto de 1953, y de octubre de 1956 a agosto de 1962. Tres meses después de aquella primera incursión, el 5 de diciembre de ese mismo año dio inicio el segundo informativo regular, llamado *Noticiero General Motors*.

9. Huesca Rebolledo, Sabás "La noticia por Televisión" en *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana II*, México. RMC Comunicaciones, 1999. p. 68.

Después, se creó *Notimundo*, teniendo como redactor y director a Jacobo Zabludovsky; éste se transmitía diariamente a las 19:30 horas por el Canal 4, cuyo antecedente fue el noticiario de las 7:45 o *Noticiario General Motors*, donde colaboraban Pedro Ferriz y Guillermo Vela. Por este mismo canal se transmitían los noticieros *Novedades*, desde febrero de 1951, con Paco Malgesto, el noticiario *Pemex* y *Día a día* del diario *Excélsior*, patrocinado por la Mercedes Benz y conducido por Ignacio Martínez Carpinteyro, cuya existencia fuera de enero de 1954 hasta febrero de 1970. Por el Canal 2, entre 1952 y 1964, se transmitían los noticieros *Celanese Mexicana* con Paco Malgesto y *Cuestión de Minutos* con Enrique Figueroa.

En sus primeros años, la televisión mexicana y su programación estuvieron claramente determinadas por la conjunción de una mancuerna que llegó a ser identificada como algo indisoluble: el anunciante o patrocinador y los conductores. Las combinaciones ya se pueden suponer. Por ejemplo, el servicio del periódico compraba el tiempo, y patrocinaba los coches, y los servicios para el noticiero venían del periódico. Es decir, el periódico tomaba una copia de los cables y demás teletipos, los ordenaba, agregaba copias de textos de información nacional de sus reporteros, les daba forma y ése era el libreto del noticiero. De esta forma, los patrocinadores competían por el servicio de periódicos (*Excélsior*, *Novedades* y *El Universal*), y por el otro, los patrocinadores de los noticieros eran armadores de coches (General Motors, Mercedes Benz y DKW)

Uno de los primeros programas informativos nocturnos fue el *Noticiario Español* que transmitía a las 20:00 horas, con una duración de 15 minutos. Su vigencia al aire fue de 1952 a 1954.

El 2 de marzo de 1959, XEIPN TV, Canal 11, sale al aire con un *Noticiero Estudiantil* con una duración de 15 minutos, a cargo de los estudiantes del IPN. Posteriormente se le llamó *Noticiero Politécnico* y estuvo al aire únicamente un año.

Otro programa fue *Noticiario*, que estuvo al aire de 1960 a junio de 1967.

En 1967, con el noticiario matutino *Diario Nescafé*, se forma el equipo de Jacobo Zabludovsky: Lourdes Guerrero, Raúl Hernández, Rosa María Campos, Graciela Leal y Fernando Alcalá, marcando una etapa en el periodismo televisivo, por ser el primero en apoyarse medulamente en sus propios reporteros, desplazando al otro noticiario de importancia de ese tiempo: *Día a día*.

Los noticieros se dedicaron a buscar al auditorio. Se les movió de horario y de extensión o duración varias veces. El público comenzó a

acostumbrarse a buscar las noticias en la televisión. Tras 20 años, los noticieros de televisión encontraron los horarios más indicados y dejaron de estar en un rincón de la programación diaria, ubicándose en los horarios Triple A.

En 1969 se creó la Dirección de Noticieros de Telesistema Mexicano, a cargo de Miguel Alemán Velasco, quien cubría un espacio informativo diario no mayor a 15 minutos, mismo que desapareció con la llegada de un programa llamado *Café Matutino*, su *Diario Nescafé*, realizado por Jacobo Zabludovsky, con una hora de duración. Un año después, este noticiero se pasó a la noche bajo el nombre de *24 Horas*. Esta dirección comenzó a centralizar los informativos y a darles un nuevo impulso. Su política no trataba de sustituir un noticiero por otro, se trataba de utilizar la pantalla debidamente, en una función informativa que era inevitable, ya que la época así lo exigía. De esta forma, para los años 70 existían siete noticieros en el Canal 2, siete en Canal 4 y sólo uno en el Canal 5.

Teniendo ya una estructura noticiosa establecida, Telesistema Mexicano crea, el 7 de septiembre de 1970, el noticiero *24 Horas*, bajo la conducción de Jacobo Zabludovsky, convirtiéndose en un punto de referencia importante, mezclando entretenimiento e información. Este espacio para 1973 logró contar con 2 ediciones en el Canal 2. El 19 de enero de 1998, 27 años después de haber salido al aire por primera vez, este noticiero concluyó sus transmisiones.

A finales de 1971, surgió un programa que pretendía competir con *24 Horas*. El programa se llamó *En punto* y estaba promovido por Televisión Independiente de México.

También se creó el *Noticiero Nacional* con una duración cotidiana de 15 minutos, a cargo del Doctor Rodolfo Limón. De 1971 a 1978 existió un *Noticiero del IPN*, así como el llamado *El Mundo a las Ocho*, conducido por Luis Carbajo, quien fuera el iniciador de los programas nocturnos de duración maratónica, que lo mismo incluían noticias que mesas redondas.

En 1971, salió al aire el noticiero *Hoy mismo*, en horario matutino, con Guillermo Ochoa, el cual salió en enero de 1989. El 20 de enero de 1998, con nuevos colaboradores, Ochoa retomó el programa en una segunda etapa que habría de terminar en julio de ese mismo año.

En 1978, Joaquín López Dóriga fue nombrado Director de Noticieros de Televisión Azteca y, como tal, encabezaba el informativo principal, 7 días; a principios del año siguiente aumentó una edición por la tarde y creó el noticiero que salía al aire a las 3:45 de la madrugada, bajo la conducción de Pedro Ferriz de Con.

La etapa en la que se inicia un sistema estructurado de noticiarios dentro de Canal 11, es cuando llega Virgilio Caballero en 1978, fundando el noticiario *Enlace*, que cumplió 21 años de transmisión el 9 de junio de 1999. Dicho noticiario tiene un avance todos los días a las 6:22 horas y el estelar es transmitido a las 21:30 horas, con una repetición a las 00:15 horas.

Las modalidades de los noticiarios de Televisa se fueron diversificando, la cobertura de las noticias adquirió espacios y tiempos mayores; de aquellos que duraron 10 minutos se ampliaron a 15 minutos, a 30 minutos y después se empiezan a transmitir noticias en tiempos matutinos, vespertinos y nocturnos, hasta de 3 y 4 horas de duración.

El esquema era el siguiente: por el Canal 2: *Hoy mismo*, con duración de 4 horas de lunes a sábado y una hora el domingo; *Al aire*, conducido por Ricardo Rocha, con duración de 1 hora; *Al Despertar*, con Guillermo Ortega, con 3 horas de duración de lunes a viernes, a partir del 6 de julio de 1992; *24 Horas de la tarde*, inicialmente con Jacobo Zabłudovsky y después con Abraham Zabłudovsky; y por último, *24 horas de la noche*, bajo la conducción de Jacobo Zabłudovsky.

El 1o. de septiembre de 1980 se crea ECO en el Canal 4, transmitiendo las 24 horas del día, los 365 días del año, conformados por segmentos de una hora con diferentes conductores y co-conductores. En 1987 se crea *Muchas noticias*, telediario transmitido inicialmente por este canal con una hora de duración; hoy en día se transmite por el Canal 9.

Dentro del Canal 5 se transmite *Antena 5*, con la conducción de Fernando Alcalá, y después se convierte en cápsulas informativas con una duración aproximada de 2 a 3 minutos, conocidas como cápsulas de *Notivisa*. *En Contacto Directo* era un noticiario de media noche que más tarde se llamó *Punto por Punto*, transmitido de lunes a viernes a las 23:30 horas.

Actualmente, el panorama de los programas de noticias en México se encuentra distribuido de la siguiente manera:

En Televisa, por el Canal 2 se transmite el programa matutino *Hoy*, con una duración de 5 horas; *Noticiero*, con Abraham Zabłudovsky, se transmite a las 14:30 horas, con duración de media hora y culmina con *Noticiero con Guillermo Ortega*, a las 22:30 horas, con duración de una hora, espacio informativo estelar que sustituye a *24 Horas* desde el 20 de enero de 1998.

Dentro del Canal 9 se transmiten: *Noticiero con Lolita Ayala* a las 19:00 horas y le sigue *Duro y Directo* hasta las 23:00 horas. Este canal

finaliza la transmisión de noticias con el noticiero *Univisión* a las cuatro de la madrugada. El presidente de los noticieros de esta empresa televisiva es Miguel Alemán Velasco.

En cuanto a TV Azteca, por el Canal 7, se transmiten cápsulas informativas llamadas *Las siete del 7*, donde dan la información más relevante del día a nivel nacional, internacional y deportivo. Estas cápsulas se insertan en la programación vespertina. Además, este mismo canal cuenta con el noticiero *Hechos* que se transmite a las 0:00 horas.

Y por el Canal 13 se transmite *Hechos de la mañana* desde las 6:30 hasta las 9:00 horas; *Hechos de la tarde* a las 15:00 horas, *Visión Urbana* a las 18:00 horas y *Hechos de la noche* a las 22:30 horas. La responsabilidad de los programas está a cargo del vicepresidente de noticias, Sergio Sarmiento.

Dentro de la programación del Canal 11 se encuentran, desde las 7:00 horas, *Noticias con Adriana Pérez Cañedo*, y a las 21:30 horas, *Noticias con Sergio Uzueta*. Este último es el director de noticias.

Por su parte, el Canal 22 sólo maneja noticieros con información cultural en tres espacios que conforman la *Red Cultural 22*, con transmisión de lunes a viernes, y cuyos horarios son: *Índice* a las 14:30 horas, *Nueve Treinta* a las 21:30 horas y *Al Aire* que no cuenta con un horario fijo, sólo se transmite después de la programación diaria, por lo que puede ser a las 23:30 horas o a las 0:00 horas. La directora de este departamento es la señora Guadalupe Alonso.

Y, por último, el Canal 40 cuenta con los siguientes espacios noticiosos: a las 7:00 de la mañana, *Telenoticias*, con una hora de transmisión; se transmite de nuevo a las 8:30 horas, con hora y media al aire; a las 12:00 del día se transmite de nuevo, en vivo, y con una duración de tres horas. El coordinador de los noticieros es Ciro Gómez Leyva.

Visiblemente, los noticieros no han sufrido una transformación, son lo mismo desde el primer día. La transformación ha sido por dentro, en lo no visible; lo que ha cambiado son las formas de originar las noticias, de transportarlas, de procesarlas, de exhibirlas.

Los noticiarios empezaron a dividir la información nacional de la internacional, haciendo múltiples aportes a los tradicionales transmitidos por televisión, abriendo líneas de comercialización y secciones como el estado del tiempo, la entrevista en el estudio y el incipiente manejo de un guión técnico u orden de edición, elementos que permitieron con el paso de los años, diseñar un lenguaje propio profesional para la elaboración de los noticieros por televisión. Para todo ello, se creó toda

una infraestructura, se contrató los servicios de algunas agencias internacionales de noticias, comprando material grabado de imagen y sonido en el mercado internacional, diseñándose un departamento de corresponsales y reporteros, una redacción central, una jefatura de información, un departamento de camarógrafos, otro destinado a la producción pre-grabada y una más para la difusión del informativo, desde el control maestro y la cabina de audio y video del propio estudio.

A pesar de la supuesta preocupación por la información noticiosa, ahora ésta se puede captar sin control y sin censura de ningún tipo. De la clase media para arriba, la audiencia tiene la posibilidad de enterarse a través de medios muy diferentes a los que estaba acostumbrado, y ya no es una sola voz la que tiene que escuchar.

Tipos de noticiarios

Todo programa de televisión es definido por una clasificación que especifica sus "estatutos" o forma de ser. Los aspectos básicos a tomar en cuenta son: la audiencia o público al que está destinado, el propósito del programa, el contenido, su género o formato, su duración, su forma de realización y su forma de transmisión. Para poder entender mejor esta clasificación, consulta el cuadro 1.1.

Por otro lado, Maximiliano Maza Pérez, junto con otros autores, en el libro *Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*, reconoce una tipología de los noticiarios, clasificándolos de acuerdo a:

1. Su cobertura geográfica: locales, regionales, nacionales e internacionales.
2. Su periodicidad: horarios, diarios y semanales.
3. Sus contenidos: generales y especializados.
4. Su duración: flash informativo, cápsula y noticiario.
5. Su horario de programación: matutinos, vespertinos, nocturnos y continuos o permanentes.
6. Sus recursos de producción: dependientes, mixtos y autosuficientes.
7. La estructura económica de la organización productora: comerciales y no comerciales.

Estructura editorial del noticiario

¿Cómo se elabora un noticiario para atraer y mantener la atención de la audiencia? ¿Cuál es la impresión que se quiere transmitir a nuestros

Cuadro 1.1.
Clasificación de noticiarios

| Audencia | Propósito | Contenido | Género | Duración | Forma de realización | Forma de transmisión |
|----------------------|--------------|------------|---|---|--|----------------------|
| Infantil | Educativos | Económicos | Fictal (basado en hechos) | Spots (20, 30, 40 o 60 segs) | Grabado para edición y/o postproducción | Directos |
| Infantil | Culturales | Políticos | Documental | Capítulos (de 1 a 5 min) | Vivo | Directos |
| Adultos | Informativos | Sociales | Periodismo (noticias, panel, entrevistas, etc.) | Reportajes, sortos (5, 10, 15 o 30 min) | | |
| Toda de tipo público | Entretención | Culturales | Deportivos | Programas estándar (de 20, 30 o 60 min) | | |
| | Servicios | Deportivos | Musicales | | Programas de larga duración (de más de 60 min) | |
| | Deventes | | Deportes | | | |
| | | | Miscelánea | | | |
| | | | Fusión de entretenimiento | | | |
| | | | Dramatización melodrama | | | |
| | | | Comedia | | | |
| | | | Entretención ligero | | | |
| | | | Talento | | | |
| | | | Programas seriales (series) | | | |

televidentes? ¿Cómo se puede crear un estilo para el programa?. Éstas son algunas preguntas que deben formularse cuando se piensa en la producción de un programa de noticias.

Comencemos estableciendo que la idea de que un noticiario es como un periódico, es un tanto relativa, ya que, al contrario que en un periódico, el televidente no puede pasar a otra página si es que no le interesa una historia. De hecho, una vez que el telespectador pierde el interés, no pasa de página, sino de canal. Tampoco se colocan las historias, como lo hace un periódico, para que el televidente seleccione lo que desea leer. “En el noticiario de la televisión se presenta un flujo lineal de información. Así, lo que se presenta –las historias– tiene que captar el interés de la teleaudiencia. La manera en que se acople este material –la estructuración de los segmentos del noticiario– debe conservar su propio ritmo, equilibrio y flujo para informar y, al mismo tiempo, mantener el interés del televidente. Este ritmo del programa forma parte de su estilo.”¹⁰

En casi todas las empresas de televisión, los departamentos de noticias constituyen casi otra estación, ya que cuentan con su propio personal, tanto técnico como de producción, y se manejan con un grado bastante amplio de autonomía con respecto al resto del canal.

El estilo del que se hablaba hace un momento se decide en la gerencia, coordinando a los presentadores, la escenografía, la iluminación, los gráficos, etc., logrando establecer y proyectar una impresión particular. Pero, sin duda, todo esto se logra con la conjunción de esfuerzos de un equipo de personas al que se denomina “personal de Producción”. Hay dos grupos de personas que transmiten un programa noticioso: el cuerpo editorial y el cuerpo técnico. El primero de ellos aísla todo el material noticioso: imágenes, historias, gráficas y guiones, mientras que el cuerpo de producción del estudio une todos esos elementos para crear el programa que se verá en los hogares.

Personal de producción

“La producción es el proceso mediante el cual una idea se va transformando hasta llegar a plantearse en términos reales de audio y video, más los elementos existentes en el momento de ser grabado o transmitido un programa.”¹¹

10. Hersh, Carl. “Producción televisiva” en *El contexto latinoamericano*, México, Trillas, 1998, p. 131.

11. González Treviño, Jorge. *Televisión. Teoría y práctica*, México, Alhambra, 1989, p. 26.

Todo este trabajo es eminentemente una labor de conjunto en la que tiene que ver el grado de acoplamiento del personal y del equipo técnico que interviene en el proceso de la producción.

El trabajo de producción se divide en 3 etapas básicas:

1. **Pre-producción.** Comprende el trabajo previo de investigación para crear nuevos programas. Para crear una propuesta de programa es necesario no sólo prever cómo será el producto final, sino, aún más importante, analizar qué elementos se requieren para hacer funcionar la idea. Por tanto, esta etapa comprende la generación de la idea y la determinación del género y el formato. Es necesario también analizar la programación existente, así como la audiencia objetivo. En resumen, es la preparación de todo el engranaje necesario para la realización de un programa.
2. **Producción.** Etapa en la que se pone a funcionar a los elementos, antes definidos, en la grabación o transmisión del programa. Se cuenta con una ruta crítica en la que se especifican fechas, procesos y tareas a desarrollar del personal que intervendrá en la realización. Ésta puede ser en vivo o grabada en una cinta para su posterior edición.
3. **Post-producción.** Implica el armado final del producto y, por tanto, establece cómo queda conformado el programa. Esta etapa permite la adición de elementos visuales como gráficos, películas o cintas para producir una presentación más efectiva. También permite agregar audio adicional para realzar o modificar la pista de sonido original. En caso extremo, permite la corrección de errores cometidos en las fases de producción anteriores.

El principal actor de esto es el productor, persona que debe ser capaz de mantener una comunicación óptima con el resto del personal, estableciendo los canales y mecanismos necesarios, de tal forma que pueda establecer entre ellos una comunicación fluida y obtener facilidades para la realización del programa. Es el responsable de coordinar la organización del proceso completo que lleva a la transmisión del programa, supervisando y verificando que se lleven a cabo todas las tareas anteriores necesarias para su transmisión.

En él está la decisión de cuál será la estructura del programa, y por tanto debe estar familiarizado con el aspecto técnico, de tal forma que estará al tanto de las limitaciones y potencialidades del equipo con el que cuenta. Generalmente se hacen cargo también de la administración y aplicación del presupuesto establecido para el programa, así como de conseguir, y en su caso, contratar al personal que va a intervenir en su programa.

Después le sigue el director quien mantiene una estrecha relación con el productor ya que con él discute constantemente el contenido y forma del programa. Es el encargado de comunicarse a través de las imágenes y sonidos ya que dirige las cámaras, los talentos y las acciones concretas de cada miembro del equipo, tanto técnico como artístico durante la grabación o transmisión del programa.

El jefe de información es otro de los personajes importantes, ya que es el encargado de emitir las conclusiones evaluativas de los redactores y reporteros de prensa. Debe mantener un estrecho contacto con el director y el productor en cuanto a la selección de la información que se incluirá en el programa.

De ellos se desprenden otros departamentos como el que se encuentra conformado por los redactores o guionistas, quienes se encargan del armado de los cables y noticias estableciendo una secuencia ordenada que se ha de seguir durante la emisión, por tanto, en ellos recae la responsabilidad de mantener una fluidez óptima que obligue al espectador a mantenerse en el programa. "El guionista debe ser un artista, una persona sumamente creativa que sepa transformar ideas, conceptos y situaciones en imágenes, que sepa disponerlas, explotarlas y reinventarlas; el guionista no sólo debe escribir correctamente sino que tiene que ser capaz de hacer 'hablar' a las imágenes, a los silencios, a las pausas, debe manejar la correcta utilización de los dos sentidos básicos a los que va dirigido el medio, la visión y el oído."¹²

Son muy importantes los asistentes, tanto del director como del productor. Entre sus tareas están la continua vigilancia y revisión de cada uno de los elementos técnicos y humanos con los que se disponen, de tal forma, que tenga al tanto a su superior de cualquier imprevisto; ser enlace entre el director o productor con el resto del personal y un verdadero apoyo en la realización de las diferentes etapas de la producción.

Los talentos son otro grupo que colabora en este trabajo y entre ellos se cuenta a las personas que de una u otra manera aparecen en la pantalla. Ellos son los locutores, quienes pueden o no aparecer ante las cámaras; generalmente su participación se concreta a la lectura de notas previamente redactadas. Los comentaristas, quienes, por lo general, es un experto o especialista en algún tema y goza de cierto reconocimiento o credibilidad dentro de la comunidad donde se presenta. Y los conductores a quienes se les identifica como la persona que tiene como

12. *Ibid.*, p. 46.

principal actividad la de conducir algún programa en particular. "Tales personajes de pantalla constituyen el primer contacto con el público y como ellos encauzan una parte importante del contenido del programa, creemos que son quienes lo conducen. Son responsables de comunicar información o comentarios y los hacen a veces en secciones o en toda una emisión, en ocasiones durante un control remoto o la transmisión de la llamada telefónica de un reportero o el comentario de un analista."¹³

Después de ellos, y no por ello menos, se encuentra el equipo técnico o *staff* que está conformado por: el jefe de piso o *floor manager*, quien es la autoridad inmediata sobre todos los elementos que se encuentren en el estudio durante la grabación. Debe cuidar que todos los elementos solicitados por el productor se hallen dispuestos antes del inicio de la grabación o transmisión. Además de que es el canal de comunicación entre el director de cámaras y el personal que se encuentra en el "piso" o estudio.

El switcher o persona encargada de manipular el conmutador de imágenes (*switcher*) es otro de los complementos del director de cámaras, ya que el es quien ejecuta las órdenes de éste último, mandando al aire cada una de las tomas que el director determina y que van dando composición al programa que se graba.

También se encuentran el operador de video como de video tape. El primero vigila que el video se mantenga dentro del estándar de cada una de las cámaras que se estén utilizando, así como el que provenga de cualquier otra fuente. El operador de video tape es el responsable de la grabación del programa, ya que deberá asegurar la correcta grabación y/o reproducción de cada una de las secuencias que componen el programa.

El operador o generador de caracteres que escribe todos los nombres de los lugares y personas que aparecen a cuadro para su identificación. Además de que ordena la lista del personal que colaboró en el programa a fin de incluirlos en lo que se conoce como los "créditos" que aparecen al final de la emisión.

El técnico de sonido quien trabaja también bajo las órdenes del director para abrir y cerrar los micrófonos cuando se necesite, cambiar las fuentes de sonido y vigilar los niveles y calidad de los mismos que se generen durante la grabación.

El ingeniero de iluminación, quien coloca y revisa los niveles de luz que pueden cambiar durante la transmisión construyendo efectos espectaculares que el director autorice incluir en el programa.

¹³ González, Fernando. "Los conductores de televisión" en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*. México. RMC Comunicaciones. 1999, p. 158.

Los camarógrafos efectúan las tomas y movimientos de cámara que les son establecidos por el director. Generalmente, su trabajo es ensayado con anticipación de tal manera que se pueda construir la imagen que el director desea.

Los escenógrafos tienen la tarea de recrear, dentro de sus limitaciones, la realidad. La ambientación que elaboran está establecida de acuerdo a la línea del programa y a la imagen que quiere dar la empresa productora.

Por su parte, el departamento gráfico tiene la tarea de realizar los apoyos para los programas como lo son: mapas, logotipos, créditos, etc. Actualmente se ha extendido el uso de la computadora para realizar todos estos apoyos.

Y, por último, los editores, quienes se encargan de dar, con base en el guión, la estructura visual y auditiva del programa, bajo la supervisión del director.

Básicamente el área de producción se compone de las siguientes áreas con el consecuente flujo de trabajo que se presenta en la figura 1.1.

ORGANIGRAMA DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN

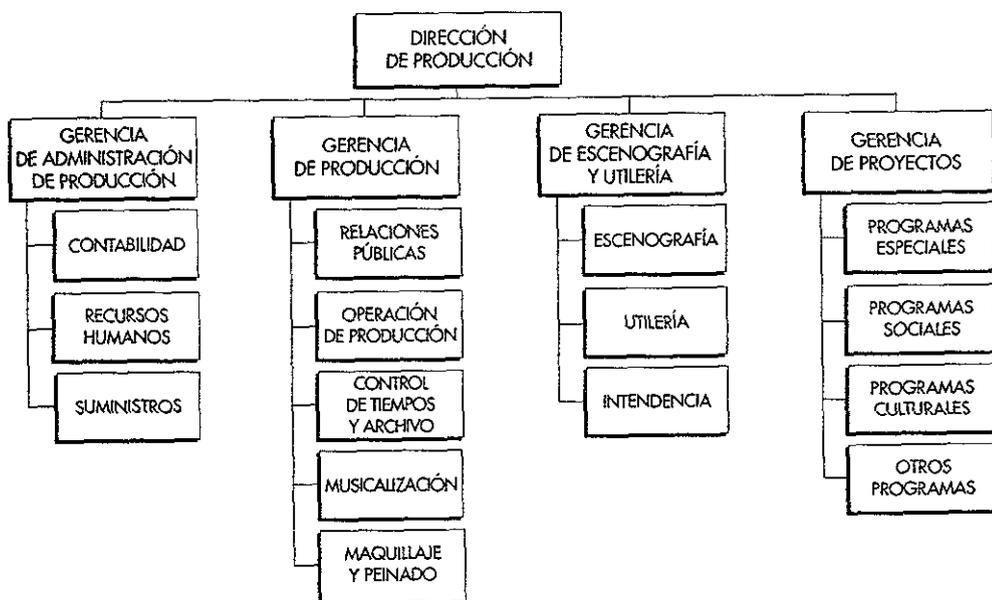


Fig. 1.1.

Y, específicamente a lo que la realización de un programa de televisión se refiere, se presenta en la figura 2.2 el siguiente flujo de trabajo:

ORGANIGRAMA PARA LA REALIZACIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

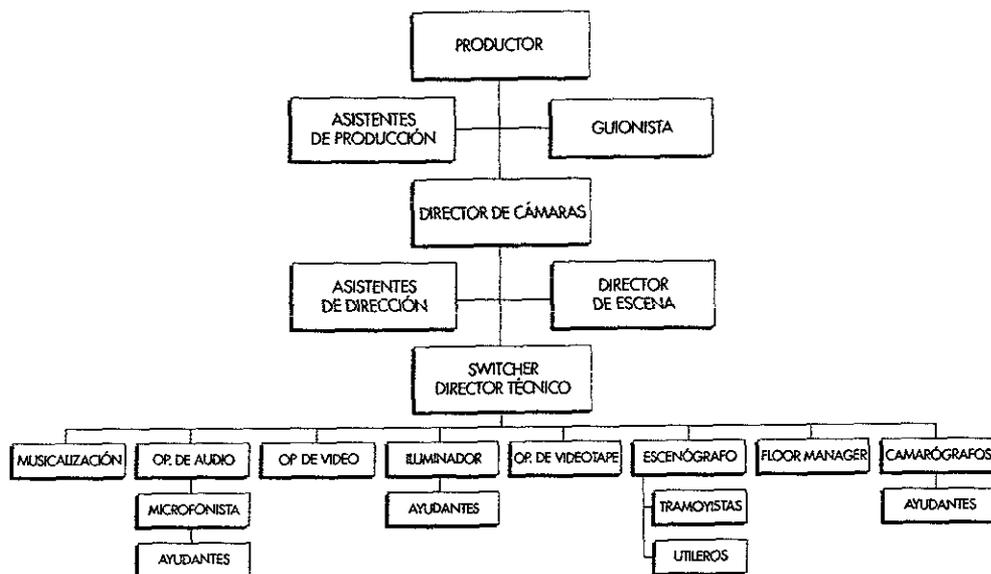


Fig. 1.2.

La televisión como empresa

La televisión es un negocio, por tanto, si se desea trabajar exitosamente con la audiencia, con la administración del canal, con los anunciantes y con los colegas, es necesario conocer qué fuerzas están implicadas, cómo participar en el proceso de toma de decisiones y qué razones económicas o aumento de prestigio convencerán a la administración de que apoye nuevos proyectos.

Cada estación televisiva tiene a su disposición recursos, que mientras más limitados sean, más crítica es su aplicación. Cada compra de equipo y cada cambio organizacional deben ser analizados para evaluar su efecto en otros aspectos del funcionamiento del canal. No importa si éste es privado, universitario o estatal. En cualquier caso debemos entender las limitaciones económicas y las consideraciones políticas internas que existen en el funcionamiento de la estación, para actuar eficientemente y hacer el mejor uso de los recursos.

En algunas televisoras, la producción comercial es una manera efectiva de generar ingresos. El anunciante paga para que la estación

produzca su comercial, lo que ayuda a recuperar el costo de los equipos, y paga nuevamente para que se transmita. Sin embargo, para aprovechar esta clase de servicio, un canal necesita ser competitivo no sólo en costos de producción, sino también en talento creativo y técnico.

El organigrama de la mayoría de los canales pequeños es muy simple. En la cima está la posición del gerente, con control sobre cada uno de los departamentos; un nivel más abajo se encuentran los departamentos de ingeniería, producción, noticias, relaciones públicas, ventas y operaciones. Lo que se espera de cada director de área es que mantenga una constante comunicación para coordinar sus necesidades y actuaciones.

La Subdirección Técnica coordina los aspectos técnicos y operacionales de la producción de programas. Algunas veces no existe este departamento en estaciones pequeñas de televisión, como las repetidoras de provincia, ya que reciben los programas producidos por otra empresa nacional o extranjera.

El área de administración que se encarga básicamente de crear un sistema integral en el que se involucren los aspectos de inversión, operación y recuperación de capitales, ya sean éstos públicos o privados. Los objetivos trazados en su función deben ser considerados en tres grandes grupos: necesidades inmediatas, que incluye los gastos de instalación, apertura y permisos de operaciones; necesidades a corto plazo, contemplando los gastos en función de la puesta en marcha de nuevos proyectos y programas que capten y recuperen capitales; y, por último, la planeación-integración, que establece las políticas y estrategias a seguir para lograr la integración completa de todas las fases. De este departamento dependen las áreas de personal, contraloría y contabilidad, mantenimiento y compras.

La administración del personal plantea una serie de sistemas como la captación, evaluación, desarrollo, capacitación, promoción y contratación del personal de manera que se cumpla con las tareas encomendadas. Las necesidades de personal, sobre todo en el área de televisión, no dan cabida a improvisados; cada puesto tiene y exige características bien definidas.

El departamento de compras tiene la tarea de proveer los medios y materiales necesarios para el óptimo desempeño de las labores que se han de realizar en cada negociación. Las tareas del comprador incluyen la búsqueda de información, la cotización de la mercancía, la comparación de precios y calidades, así como su compra, traslado y recepción, antes de que sean entregados para su uso. El costo,

depreciación y rendimiento utilitario y unitario de cada mercancía debe ser considerado en función de los costos de operación, transformación y captación de resultados para la empresa.

La buena conservación de los edificios, vehículos, mobiliario y equipo requieren de una permanente labor de conservación y rehabilitación. Evitar que se vean deterioradas, ya que forman parte del patrimonio diario de la empresa, es una labor del departamento de mantenimiento y servicios.

Controlar, supervisar, inventariar, programar pagos, cobranzas y movimientos bancarios y bursátiles, así como todos los trámites financieros, impositivos, balances, pago de cuentas a clientes, proveedores, actores, personal y servicios, son las tareas de las secciones de contraloría y contabilidad.

Un departamento más es el de ventas, el cual tiene a su cargo la publicidad por medio de agentes de la propia empresa televisora o por agencias de publicidad, quienes perciben una comisión que generalmente es de 15% sobre la venta.

Una de las áreas básicas de una empresa televisora es la de programación encargada de diseñar las cartas de programación de la estación con base en un estudio profundo del auditorio al cual se sirve.

“Los conocimientos que el programador debe tener sobre el auditorio son: gustos, horarios de mayor audiencia, disponibilidad de teleauditorio por edad, sexo y nivel sociocultural.”¹⁴

Promocionales es el departamento interno encargado de la promoción de programas encaminada a motivar al teleauditorio a ver un programa determinado. La promoción puede ser definida como la fórmula motivacional cuyo objetivo es ganar la preferencia del público, en el caso de la televisión la preferencia puede ser por imagen o por programa.

En cuanto a la promoción de imagen se busca la opinión positiva de la estación en general, y a esto se le conoce como imagen institucional. La promoción de programas, por su parte, generalmente es por el mismo medio y son pequeños avances, previamente seleccionados que se intercalan en los cortes en todos los horarios, mismos que motivarán a tener presente el día y el horario de su exhibición. También pueden hacerse por medio de menciones del locutor e incluso a través de otros medios como la prensa y la radio.

14. González Treviño, Jorge. *Op. cit.*, p. 60.

Una idea aproximada de la corresponsabilidad que tiene cada departamento o sección dentro de una empresa televisiva se presenta en la figura 1.3.

ORGANIGRAMA OPERATIVO DE UNA EMPRESA TELEVISORA¹⁵



Fig. 1.3.

Presupuesto y avances tecnológicos

Uno de las decisiones a las que se tiene que enfrentar la empresa es a la adquisición de nuevas tecnologías que le permitan mantenerse en el mercado y con una competitividad simbólica. Para esto debe tomarse en consideración la calidad de las nuevas tecnologías, cuánto dinero está dispuesta la empresa a invertir y cómo se va a integrar ese nuevo equipo, es decir, que la gerencia debe de llevar a cabo una planeación y proyección de la utilización de la nueva adquisición.

Por lo general, el equipo se compra para extender las coberturas o para reemplazar equipo demasiado usado. En cualquier caso, el equipo nuevo debe ser compatible con el resto del equipo existente. Generalmente una televisora cambia de un sistema a otro por etapas.

La tecnología en cuestión de comunicación tiene grandes avances. La televisión interactiva, por ejemplo, es aquella donde el espectador tiene la opción de escoger no sólo el tipo de programa de acuerdo con sus características personales, sino además la secuencia que desea que siga tal o cual programa. Por otro lado, la televisión de alta definición está cada vez más cercana.

Sin duda, los avances tecnológicos se están aplicando con mayor rapidez y eficiencia a los medios de comunicación, y la televisión, es el medio que por excelencia ha hecho uso de ellos, logrando con ello una

15. Tostado Spans, Verónica. *Manual de producción de video*, México, Alfambra, 1996, p. 72.

gran penetración dentro de la sociedad, permitiéndole trascender en el campo de las tecnologías y de la comunicación.

Producto final

La mayoría de la gente recurre a la televisión como su medio principal para saber qué es lo que está sucediendo en su comunidad y en el mundo. Y es más probable que crean lo que ven y escuchan, más que si lo leyeran o lo escucharan de algún otro medio. Tal vez la imagen visual de lo que está sucediendo da una mayor credibilidad a la televisión que a otros medios de comunicación.

Los programas de televisión tienen la tarea principal de interpretar la magnitud y complejidad de los ocurrido cada día, no importa donde haya tenido lugar; y darle significado y actualidad.

Cualquier programa puede durar media o una hora, pero representan muchas horas de planeamiento y preparación por parte de cada uno de los encargados de cada departamento antes mencionados para que llegue al televidente. Una historia de dos minutos, como en el caso de los promocionales de la televisora, en ocasiones representa una docena de trabajo. La transmisión de estos programas es la última etapa en el proceso de producción.

Para preparar una propuesta de programa es necesario no sólo prever cómo será el producto final, sino aún más importante, analizar qué elementos se requieren para hacer funcionar la idea. Una serie de reuniones constantes entre los directivos de cada área representa una excelente oportunidad de mostrar ejemplos de buena cobertura y presentación de los programas. Ofrece también un foro para observar deficiencias técnicas y editoriales. Los diferentes departamentos dentro de una televisora no sólo deben conocer su propio trabajo, sino también entender cómo lo que ellos hacen se relaciona con la labor de otros departamentos.

Los programas que salen al aire es la presentación por medio de la cual el auditorio conoce a la empresa. La producción de los diferentes programas que conforman la barra, tal como se filman y editan, es la base de la imagen. Para cumplir bien esa tarea, hay que entender los aspectos técnicos de este medio visual. También es muy importante conocer y comprender a los televidentes, cómo conseguir que se interesen por nuestros programas, cómo mantener ese interés y, dentro de ese proceso, ser una empresa competitiva que ofrezca a la sociedad producciones, tanto nacionales como extranjeras, de calidad.

Origen, evolución y situación actual del Canal 22

Historia de la televisión cultural

En nuestros días la cultura se manifiesta con las múltiples creaciones que el hombre realiza en sociedad. Esta actividad humana encuentra diversos vehículos que nos aproximan a la adquisición de conocimientos, ideas y símbolos.

Entre esos vehículos destacan los medios de difusión masiva que desempeñan un papel determinante en nuestra sociedad. Y como difusor fundamental de la cultura en nuestros días está la televisión, "poderoso medio electrónico de la comunicación masiva, producto de la civilización y del progreso, proponiendo cultura a un público extenso geográficamente, disperso socialmente y uniformado por la programación que transmite."¹

"Definir el espectro de la televisión cultural en México no es sencillo. Por una parte, ésta no ha sido una de las formas privilegiadas de la producción audiovisual en nuestro país; por la otra, el concepto de cultura se abre, en sí mismo, a muchas interpretaciones...; e independientemente de sus contenidos y formatos, el medio televisual resulta un fenómeno consustancial de la cultura contemporánea, es decir, forma parte de nuestra vida cotidiana como un referente básico de información, entretenimiento y relación social."²

"Teóricamente se dice que la televisión no crea cultura, solamente difunde ésta a través de su programación (previa selección). Su resultado no es realmente la cultura existente sino lo que política y técnicamente se entiende que debe conocer el telespectador para integrarlo a su universo histórico-cultural."³

Se enumeran ahora los aspectos que definen a las producciones culturales:

1. Buscan presentar y relacionar contenidos complejos o especializados a fin de que puedan ser comprendidos o aprendidos por

1. Ángel Benito et al. "La televisión y la nueva cultura" en *La ventana electrónica*. Col. Comunicación. Eufesa. México, 1983, p. 66.

2. López Veneroni, Felipe. "Aproximaciones a la televisión cultural" en *Apuntes para una historia de la televisión mexicana I*, México, RMC Comunicaciones, 1998, p. 285.

3. *Bikern*

un público medio, por lo que no tienen, propiamente un límite en cuanto a los temas que abordan.

2. Tienden a poner énfasis particular en los contenidos y en las estructuras formales en que se expresan, para demarcar con claridad y englobar los conceptos e imágenes en una unidad discursiva.
3. Su concepción se funda en la importancia, trascendencia o singularidad del tema mismo, antes que en el atractivo o valor comercial.
4. Un canal cultural es un espacio de transmisión que procura una programación variada, con alta calidad de manufactura y temáticamente complementaria.
5. Por regla general estos canales no operan con base en anuncios publicitarios.
6. Estos mismos, no sólo son una fuente de entretenimiento o esparcimiento, sino un referente de información general, orientación pública, educación informal y de expresión de los valores y la ética de todo un país.

Desgraciadamente, durante mucho tiempo las personas que detentaban el poder en los medios de comunicación solían separar la función cultural del entretenimiento e información, lo que conllevaba el supuesto de que la cultura no era divertida y, por consecuencia, era separada, aislada y rotulada como extraña a la función de entretenimiento. Sin embargo, ese carácter instrumental de la televisión comienza a ser aceptado como un nuevo modo de aproximarse a la cultura, de participar en ella; ya que la riqueza del lenguaje televisivo ofrece una gama de mensajes culturales infinitas, producto de la conjunción de diversos lenguajes que, utilizados correctamente, ofrecen un contenido interesante, inteligente, cimentado y formador de una discusión que sirve al telespectador para orientarlo como ser humano, desmitificando así esa concepción equivocada.

Un canal cultural es un medio televisivo que plasma en la pantalla no solamente la presencia importante de las bellas artes, sino que entiende la cultura como toda manifestación de la vida en la sociedad; es la vida cotidiana y, además, es toda manifestación moral, política y económica. Definitivamente, lo que busca un canal así es la transmisión de ciertos programas que impliquen otro tipo de diversión. Los grandes canales de la cultura nacen en la tierra de la televisión comercial y de la industria de la diversión masiva. Ejemplos claros son los programas de Eclusat que se transmiten por el Canal 22 y, desde el 11 de enero de 1999, por el Canal 4, ambos en horario matutino.

Un panorama del ámbito cultural dentro de la televisión mexicana es el que se presenta a continuación:

El primer canal de televisión destinado a los fines educativos y culturales fue el Canal 11, otorgado al entonces Director General del Instituto Politécnico Nacional (IPN), ingeniero Alejandro Peralta. El 15 de diciembre de 1958 inicia sus transmisiones desde un estudio semiprofesional en el Casco de Santo Tomás. Tras dos años de experimentación, realizando series académicas XHIPN, Canal 11, sale al aire el 2 de marzo de 1959 con el lema "Primera estación cultural de América Latina".

En los primeros años de su existencia el IPN tuvo a su cargo la programación y operación técnica del canal hasta 1969, fecha en que la SCT asume la segunda de estas funciones. Además el 2 de agosto de ese mismo año se publicó en el Diario Oficial de la Federación un acuerdo en el que el canal "será utilizado para la producción y transmisión de programas educativos y culturales, así como de orientación social", con lo que se convertía en organismo intersecretarial capaz de adquirir series provenientes de televisoras culturales europeas, así como la posibilidad de desarrollar un sistema de noticiarios propio.

Para 1989, gracias a unas modificaciones a la *Ley federal de radio y televisión*, este canal comienza a obtener ingresos fuera del presupuesto a través de patrocinios de diferentes organismos públicos y de empresas comerciales.

Una historia diferente es la del subsistema Telesecundaria que empieza la etapa experimental en circuito cerrado en septiembre de 1966. El entonces titular de la Dirección General de Educación Audiovisual (DGEA), Alvaro Gálvez y Fuentes, acompañado de un grupo viajó a Estados Unidos, Japón, Francia, Italia, Inglaterra y Alemania entre otros países, con el objetivo de observar el funcionamiento de la enseñanza por televisión y adoptar un modelo parecido al de la teleescuela italiana.

Las lecciones fueron grabadas en videocinta y transmitidas desde la DGEA a las primeras teleaulas ubicadas en la calle de Donceles. El proyecto experimental fue evaluado por instituciones de la SEP como la DGEA, El Consejo Nacional Técnico de la Educación, El Consejo Técnico Consultivo de la Telesecundaria, el INBA y la Dirección General de Educación Física.

El 2 de enero de 1968, Agustín Yañez, titular de la SEP, dictó un acuerdo en donde se estableció a la Telesecundaria como un sistema educativo nacional con plena validez oficial. De esta forma los cursos iniciaron oficialmente en circuito abierto con la colaboración de

intelectuales prominentes, el 21 de enero de 1968 a las 8:00 horas en siete entidades federativas con un total de 6569 alumnos en primer grado y 304 maestros coordinadores.

La Telesecundaria fue concebida como una herramienta útil para aminorar el drama de los marginados, de los que no tienen acceso a los circuitos educativos. Sin embargo, la pobre calidad técnica y material que en un principio caracterizó al sistema, estuvo a punto de hacerlo desaparecer.

Otro tipo de participación gubernamental en la televisión se da con la creación de organismos cuya misión estaría encaminada, entre otras cosas, a convertir este medio de comunicación en un vehículo eficaz para la integración y cultura del pueblo. Tal es el caso de Televisión Rural de México (TRM) creada el 2 de mayo de 1972, organismo que durante los dos primeros años trabajó con el nombre de Televisión Cultural de México (TCM); y la posterior aparición en 1981 de la Televisión de la República Mexicana.

Dicha instancia produjo e importó series de tipo educativo y de orientación que estaban pensadas para configurar la programación de un canal diferente, ya que se estaba experimentando con la frecuencia UHF en el Canal 22, pero que a la postre fueron utilizadas para aprovechar el llamado tiempo oficial en los canales comerciales de televisión abierta.

Lamentablemente fue poca la producción real de tales dependencias. El hecho de que no se hiciese una distinción entre el uso cultural del medio y sus aplicaciones orientadas a la educación y la capacitación dio como resultado que muchos de sus programas estuvieran más orientados hacia la educación formal que a la recreación. Lo cierto es que estas instituciones junto con la desaparecida PRONARTE constituyen el antecedente directo del actual Canal 22 como un canal específicamente cultural.

Dentro de la televisión comercial, surge en 1983, el Canal 8 con el slogan "La alegría de la cultura". Este nace a partir de una huelga universitaria cuando el entonces rector, el doctor Guillermo Soberón Acevedo, pretendió llevar las cátedras hasta los hogares de los estudiantes utilizando el modelo televisivo. Posteriormente Televisa se comprometió con la UNAM a transmitir por este canal, de lunes a viernes, sus series Introducción a la Universidad y Divulgación de tópicos y temas universitarios. Con el tiempo, el Canal 8 cambió de frecuencia y de recepción al Canal 9.

"En los 7 años que fungió como 'canal cultural de Televisa', el 9 trató de vulgarizar la cultura intentando dar a sus series un toque

enciclopédico al difundir manifestaciones del arte universal, series extranjeras, informativos, entrevistas, controversia y análisis, etcétera.”⁴

Actualmente dentro de la televisión mexicana alejada de lo comercial y lo estatal se encuentra la empresa Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., Canal 22, uno de los tres canales que conformaron la Red Nacional de IMEVISION junto con los canales 7 y 13; el cual se da a la venta a causa de su fracaso financiero.

En otro apartado, en 1995 surge el proyecto Centro Siglo XXI, desarrollado para la incorporación de nuevas tecnologías de información en áreas docentes y del sistema EDUSAT utilizado para la transmisión en señal digital comprimida en seis canales de televisión y doce de audio vía satélite a México y América Latina.

Este sistema tiene la ventaja de facilitar el manejo de varios canales de televisión a un costo inferior al de las tecnologías análogas, y permite la pronta expansión de la educación a distancia, así como el envío de la señal de la Unidad de Televisión Educativa en el canal digital 1 del Transponder 5.

Inicios del Canal 22

El desarrollo de este tema necesariamente nos lleva a recordar algunos antecedentes relacionados con la política cultural del Estado a través de Televisión Cultural de México (TCM), misma que cambió varias veces de nombre a: Televisión Rural de México y Televisión de la República Mexicana. El crecimiento de dicho canal se encuentra insertado en el período de reestructuración de la televisión, principalmente durante el sexenio de José López Portillo.

El primer antecedente que se tiene de TRM lo constituyó TCM desde marzo de 1972, fecha en que el entonces presidente de la República, Luis Echeverría Álvarez, inaugura la primera estación de televisión en la ciudad de Oaxaca.

El 29 de abril de 1972 es la fecha en que se pone en marcha por decreto el proyecto de Televisión Rural que dependió en sus orígenes de la Dirección General de Televisión Cultural de México a cargo de la Subsecretaría de Radiodifusión, dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que en esa época era el órgano central

4. Ponce, Armando y Héctor Rivera, "Televisa elimina de un día para otro su canal cultural" en *Proceso*, núm. 734, 26 de noviembre de 1990, pp. 47-49.

del gobierno en materia de radio y televisión. El objetivo era satisfacer las demandas de servicio televisivo de aquellas regiones del interior de la República que por su lejanía y escaso desarrollo económico, resultaban poco atractivas para que la televisión privada transmitiera su señal. Por ello se utilizó la Red Federal de Microondas para recibir desde la Torre de Telecomunicaciones un tipo de programación cultural que sería facilitada por el Canal 11 de la Ciudad de México.

La SCT ejecutaba los planes y proyectos de la Televisión Rural del Gobierno Federal y además seleccionaba aquellos programas de la televisión privada que a su juicio fuesen adecuados a los propósitos del Estado para transmitirlos hasta las estaciones de TCM incluyendo los anuncios comerciales.

El 13 de enero de 1973 se le concedió un apoyo más decidido del Gobierno Federal, convirtiéndose en entidad oficial de la Dirección General de Servicios de Televisión Cultural de México. Ahora se sumaban objetivos tales como: "fortalecer la integración social de los mexicanos, elevar el nivel cultural de aquellas comunidades rurales que carecían del servicio de la televisión, lograr la castellanización y la transculturación de algunas zonas marginadas del país mediante la transmisión de programas informativos de contenido educativo, de sano esparcimiento y diversión."⁵

Además, existía un Consejo de Programación en el que participaban representantes de las cuatro direcciones que conformaban la Subsecretaría de Radiodifusión y de los canales 11 y 13, que se encargaban de dictar los criterios generales para la programación de la emisora. Para entonces la difusora contaba con 83 estaciones en toda la república enlazadas con la Red Federal de Microondas y con 28 que trabajaban con un sistema de videocasetes.

TCM se mantuvo invariable hasta el inicio del sexenio de José López Portillo, quien en 1977 centralizó las acciones de ese organismo y las transfirió a la recién creada Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, dependiente de la Secretaría de Gobernación, modificando además su nombre por el de Televisión Rural de México (TRM).

El objetivo del proyecto de TRM partió del convencimiento de que el Estado podría desarrollar una determinada idea de entender y hacer la televisión para alcanzar los fines propuestos. Para el 10 de julio de 1979 el presidente José López Portillo declaró la puesta en marcha oficial del proyecto, estimando como los grandes objetivos de TRM: "la educación

5. *Memoria de la Subsecretaría de Radiodifusión, 1970-1976*. México, p. 255.

popular, la capacitación para la producción y la comercialización, la orientación sobre la salud y la demografía.”⁶

La infraestructura de TRM estaba constituida fundamentalmente por la Red de Estaciones Transmisoras y por sus respectivos sistemas de apoyo. La conducción de la señal a través del satélite reduce los problemas que planteaba la Red Federal de Microondas, como saturación, la necesidad de apelar a los canales de reserva y la incapacidad para conducir la señal. Además deja disponible la señal para emitir, a través de equipos convencionales de transmisión en las bandas de VHF y UHF.

Televisión Rural de México fue objeto de otra reestructuración en 1981, modificando los objetivos originales por la necesidad de contemplar la difusión por televisión a toda la nación considerando necesario que se dispusiera de la televisión para informar, coadyuvar a la educación y capacitación, fortalecer la integración nacional, el espíritu cívico, las formas de convivencia y la elevación cultural. Por estos requerimientos del Gobierno Federal este proyecto de difusión oficial sustituyó su nombre por Televisión de la República Mexicana.

Los objetivos que dieron sustento a las directrices generales de Televisión de la República Mexicana contemplaron que la televisión estatal colaborara en forma directa y decidida para lograr el bienestar social en la mayoría de la población del país, mejorara la calidad de educación, indujera a los hábitos de salud y diera apoyo a la productividad del país. Además se pretendía extender la cobertura de TRM a las regiones que presentaban problemas de alta densidad de población y deficiencias educativas; y en términos de creación, aumentar en género y producción los programas de contenido social y popular. Esto era, promover la educación popular a través de la Telesecundaria, la capacitación para la producción y la comercialización en el sector agropecuario y otros oficios, la orientación sobre la salud, la nutrición y la educación sexual.

En 1980 se realiza una solicitud de permiso dirigida a la entonces hermana del presidente, la señora Margarita López Portillo, quien encabezaba la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), misma que se había creado en sustitución de la Subsecretaría de Radiodifusión. Ella dirigió una petición al Lic. Emilio Mujica Montoya, Secretario de Comunicaciones y Transportes, para obtener un canal en la

6. *Memoria de TRM. 1979-1982*, Documento inédito, p. 19.

banda UHF y ser operado en el Valle de México, con el fin de ampliar la cobertura en el Distrito Federal de las producciones televisivas de la red de TRM. La respuesta afirmativa se obtiene el 3 de febrero de 1981 a través de la Subdirección General de Permisos y Concesiones de la SCT.

A este canal se le ubicó al sur de la Ciudad de México con una potencia de 5000 kw y su clasificación quedó acotada como una emisora cultural de tipo oficial con clase regional. Las cláusulas de operación quedaron definidas hasta el 14 de abril de 1981, fecha en la cual la Dirección de Radiodifusión de la SCT le informa al Doctor Luis Cueto, entonces director de TRM, que ya están asignadas las frecuencias y que puede empezar a disponer de ellas para lograr los objetivos de expansión. Una de las cláusulas fue que se le otorgaba un permiso provisional por ser una emisora con características culturales; y en cuanto a las condiciones jurídicas, técnicas y administrativas se especificaba que tenían 45 días hábiles para presentar su estructura de acuerdo a los lineamientos bajo los cuales iba a funcionar. Sin embargo, el Canal 22 nunca presentó un plan de trabajo ni una estructura definida.

Canal 22 empezó sus transmisiones el 15 de abril de 1982, bajo los auspicios de Televisión de la República Mexicana, con el objetivo de extender su señal de servicio social a la Ciudad de México y área Metropolitana, principalmente a los sectores de escasos recursos.

"El Canal 22 inició sus transmisiones con un aparato Toshiba tipo TU-56 A3B serie 85893. Las instalaciones ubicadas en el Cerro del Ajusco quedaron en San Nicolás Totolapan en la delegación de Tlalpan. La estación fue puesta en marcha desde el 15 de marzo de 1982 con un horario de operación de 8:00 a 21:00 horas de lunes a viernes y de 8:00 a 24:00 horas los sábados y domingos. La zona a cubrir comprendía sólo el Distrito Federal y el Valle de México. Las instalaciones y los gastos de las mismas son propiedad de Televisión de la República Mexicana. El enlace se efectúa a través de un sistema de microondas propiedad de TRM y en algunas ocasiones se encadena la estación a la red de TRM."⁷

Para ello se valió del sistema de Ultra Alta Frecuencia (U.H.F.) debido a la aparente saturación de frecuencias existentes en la banda de alta frecuencia que utilizan los canales comprendidos del 2 al 13.

Ante esta contingencia, Canal 22, por conducto de TRM donó monitores de doble selector, capaces de captar la señal de UHF a instituciones con las que efectuaría acciones de servicio social mediante la transmisión de cursos y programas de contenido social. En este

7. Oficio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con acta de folio 270-83.

acuerdo las instituciones beneficiadas se comprometían a proporcionar personal especializado para apoyar el buen desempeño de los cursos y de algunos programas. Entre las instituciones se contaron la Secretaría de Salubridad y Asistencia, el Centro de Capacitación para los Trabajadores, la Secretaría de Educación Pública, el Instituto de Seguridad Social del Estado de México y Municipios, el Instituto Politécnico Nacional y los Reclusorios y Centros de Readaptación Social. Además de zonas tales como las Islas Marías, el ingenio San Cristóbal y en Tenango del Valle.

Durante un periodo de 3 años, el canal estuvo transmitiendo sin que su programación se diera a conocer, ya que por una parte trabajó como un canal de circuito cerrado. Para 1984, bajo el amparo del Instituto Mexicano de Televisión retransmitió las mejores series y programas producidos por el Canal 11, por la Unidad de Televisión Educativa y Cultural, la Televisión de la República Mexicana y la Productora Nacional de Radio y Televisión.

De hecho la única producción que realizaba el canal era un programa que se llamaba Serie de Televisión y Cine Experimental, el cual fue el primer espacio formal y sistemático de la televisión de estado en las universidades e instituciones de educación superior. Este programa trataba en entrevistas con rectores, directores, maestros y alumnos temas culturales, científicos, académicos y de deportes. Su etapa de existencia fue de 1985 a 1989.

A partir de que el gobierno de Miguel de la Madrid decide crear el Instituto Mexicano de la Televisión, la red de TRM se ve inmersa en objetivos difusos respecto a su importancia como red cultural a nivel regional. De por sí, desde el inicio del sexenio, los objetivos culturales de TRM empezaron a confundirse al igual que los del Canal 22. Esto desde luego deja ver la falta de claridad en una política de comunicación y sobre todo la dispersión de motivos que dieron verdadero origen al canal.

Lo que es un hecho es que con la transmisión de programas culturales, científicos y tecnológicos por televisión se aprovecho el tiempo de uso al que tenía derecho el Estado dentro de la televisión comercial para alcanzar a las pequeñas y alejadas poblaciones rurales.

El proyecto del Instituto Mexicano de la Televisión (IMEVISION) se concretó el 25 de marzo de 1983 con el objetivo de promover y coordinar la producción de materiales televisivos a través de la Corporación de Radio y Televisión, S. A. de C. V. (Canal 13), TRM, la Teleproductora del Distrito Federal, el Canal 8 de Monterrey y la Productora Nacional de Radio y Televisión. El Canal 22 se incorporó de lleno a la estructura administrativa del mismo.

La imagen del Canal 22 fue en principio limitada por la falta de televisores con la frecuencia UHF y porque su programación se dedicó a retransmitir algunos programas de la recién extinta TRM. Para entonces eliminó por completo las series de Telesecundaria, la capacitación agropecuaria y los programas de tipo educativo de corte formal.

Para el 9 de mayo de 1984, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes cambia las siglas del canal de XHTRM a XHIMT-TV porque IMEVISION decidió que dicho canal se integrara como una dirección más del mismo con programación propia y características diferentes a las de TRM. Sin embargo, es hasta 1985, con la nueva imagen de IMEVISION, que dicha frecuencia empieza a transmitir de manera formal.

En 1985 desaparece formalmente la red de TRM y el gobierno decide fortalecer la red del Canal 7 con un alcance mucho mayor del que Televisión de la República Mexicana tenía. Durante todo el sexenio de Miguel de la Madrid y a principios del de Carlos Salinas de Gortari, el 22 estuvo marginado. Su imagen era la de un canal de "servicios metropolitanos", tal y como su slogan lo planteaba, ya que toda su línea estaba encaminada a dar información respecto a las prestaciones que diversas instituciones metropolitanas concedían a los ciudadanos.

Además, con la salida al aire de la red del Canal 7, herencia de TRM, y la nueva programación del Canal 13, al Canal 22 se le vuelve a vestir con series y programas enfocados al ámbito nacional y metropolitano ya transmitidos por los canales 11 y 13, así como de TRM.

Terminemos este periodo mencionando que, al menos en la SCT, no se volvió a tener ninguna información desde el 15 de septiembre de 1988 hasta el 13 de julio de 1992, fecha en la que ya se había conformado como Televisión Metropolitana, S. A. de C. V. En este oficio también se anuncia la suspensión de la programación por el cambio de la antena del Ajusco al Cerro del Chiquihuite.

Este nuevo periodo requiere de otro apartado, ya que dentro del periodo salinista se empezó a llevar a cabo un proceso que se venía gestando desde el periodo de Miguel De la Madrid: la desincorporación, es decir, la privatización de empresas públicas; proceso que implicaba un virtual reconocimiento de que no existía capacidad técnica y financiera por parte del gobierno para su manejo. De esta forma, el terreno de los medios de comunicación se convirtió en un espacio donde el capital privado se sobreponía a los intereses sociales.

Por un lado se decidió desincorporar del aparato estatal a IMEVISION y dar paso a la privatización de la Red Nacional 7 y el Canal 13, mientras que el Canal 22 se concesionó en favor de un selecto gremio intelectual, bajo una etiqueta de televisión pública con fines culturales.

Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., Canal 22

El 7 de diciembre de 1990 en el Diario Oficial de la Federación se publica el acuerdo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que declara susceptible de explotarse comercialmente la frecuencia XHIMT-TV, Canal 22, junto con 78 frecuencias más en diversas poblaciones del país.

Respecto a este canal, la convocatoria señalaba dentro de lo más sobresaliente lo siguiente:

“PRIMERO. Se hace del conocimiento del público en general que se declara susceptible de explotarse la frecuencia que se especifica, para ser operada con las características que se detallan a continuación:

Canal 22

| | |
|--|---|
| Distintivo de llamada: | XEIMT-TV |
| Potencia radiada aparente máxima: | Video 5,000 KW |
| Ubicación del equipo transmisor: | México, D. F. Delegación Tlalpan, Cerro del Ajusco. |
| Área de servicio: | Distrito Federal y zonas aledañas |
| Sistema radiador: | Omnidireccional |
| Horario: | Las 24 horas |
| Tipo de estación: | Comercial con programación propia |

Con relación a lo anterior se hace del conocimiento de los interesados, que para todos los casos, el horario de operación de las estaciones será de 24 horas y el tipo de estación será comercial.

SEGUNDO. En la programación cotidiana de las estaciones, se deberán incluir programas de orientación, capacitación e información sobre aspectos vinculados con las áreas de servicio, así como los referentes a los atractivos que en materia de recursos naturales, históricos o artesanales que ofrecen las mismas; además deberán afirmar el respeto a los principios de la moral, de la dignidad humana y los vínculos familiares, evitando influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y de la juventud para fortalecer la integración familiar e identidad nacional, así como el respeto a las instituciones democráticas, toda vez que es interés del gobierno federal al propiciar

una mayor actividad en las localidades de interés, mediante modelos y métodos más eficaces de producción y distribución.”⁸

Destaca una carta firmada por la comunidad cultural de México, publicada el 25 de enero de 1991 y enviada al presidente Carlos Salinas de Gortari en la que se le solicita “que la frecuencia del Canal 22 de IMEVISION no se venda a inversionistas privados, siga en propiedad del Estado y se proponga cubrir, por cualquier vía, el territorio nacional; además que el propio Estado asuma a través de IMEVISION, los costos financieros y operativos del Canal 22, con vistas a convertirlo en un futuro inmediato en un canal no comercial de interés público y contenido cultural; finalmente, se pidió la integración de un consejo de planeación plural para diseñar el proyecto de programación del nuevo canal cultural.”⁹

Para 1991 el gobierno federal crea nueve empresas paraestatales para hacer efectiva la desincorporación. Entre esas empresas se encuentra Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., paraestatal que detendrá la concesión para operar y explotar el Canal 22. Esta empresa era de participación estatal mayoritaria de capital mixto. Los propietarios eran José Manuel Acosta Castañeda, José Luis Boone Menchaca, Adrián Loreto Pereda López y Milled Libien Kahue.

Al obtener Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., la concesión, se procedió a modificar la constitución de accionaria y se trasladaron los títulos a la Tesorería de la Federación. El resultado de esta constitución jurídica fue su incorporación a un sector definido del Ejecutivo Federal y la constitución de su órgano de gobierno (a través de un Consejo de Administración) conforme a la Ley Federal de Entidades Paraestatales.

Actualmente, esta empresa televisiva se encuentra adscrita al sector de la Secretaría de Educación Pública por conducto del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, en función de su interés cultural y cívico y a su carácter recreativo cultural.

Respecto a esta particularidad de adscripción al sector educación, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal señala en su artículo 8 que se excluye de las responsabilidades de la Secretaría de Gobernación en cuanto a dirección y coordinación administrativa, debido a que depende de otra secretaría de Estado, la SEP, y a una institución cultural, el CONACULTA.

El 21 de febrero de 1991 se crea un cuerpo provisional para sentar los lineamientos bajo los cuales debía operar el nuevo canal, éste fue

8. *Diario Oficial de la Federación*, 7 de diciembre de 1990, pp. 53-55.

9. “Carta abierta de la comunidad cultural de México al presidente Carlos Salinas de Gortari” en *El Universal*, México, 25 enero de 1991.

denominado Consejo de Planeación. Este cuerpo, conformado por 20 personas de diversas especialidades dentro del ámbito cultural y académico, trabajó en sesiones plenarias.

"Entre las personas que lo conformaron se encontraban: Víctor Flores Oléa, presidente del CNCA, mismo que sería el encargado de coordinar los trabajos del Consejo, Jorge Bustamante, Emilio Carballido, Teodoro Cesárman, Rolando Cordera, Carlos Escandón, Fátima Fernández, Emilio García Riera, Hugo Hiriart, Margarita Michelena, Carlos Monsiváis, Raúl Padilla, Mauricio Reyes, Enrique Rubio, Jorge Sánchez Sosa, Beatriz Solís, José Sarukhán, Raúl Trejo y Eraclio Zepeda."¹⁰

El trabajo del Consejo de Planeación era el de "establecer un vínculo entre la sociedad civil y el canal cultural... es la instancia mediadora entre lo que la sociedad quiere y lo que el canal puede ofrecerle. Es un órgano civil de autoridad para que el proyecto salga adelante y el canal trabaje en función de los objetivos que están planteados en el programa original: vincula instancias académicas y civiles, establece necesidades, canaliza producciones, evalúa contenidos, impactos y repercusiones, establece vialidades. Y es la instancia que ayuda a la dirección a resolver problemas de presión política."¹¹

Se proponía formalizar a mediano y largo plazos una televisión nacional, pero no por el alcance de su señal, sino por la participación de las televisoras regionales con las que habría de establecerse un diálogo permanente, para que ellas contribuyeran a la programación del 22.

Existe un documento que se llama *Consideraciones en torno al Canal 22*, que se terminó de realizar en mayo de 1991; éste fue presentado el 26 de junio de ese mismo año en una reunión con el Presidente de la República, en Los Pinos. Sin duda, es el documento más completo respecto al funcionamiento, estructura y programación de este canal en sus inicios.

Este expediente señala que para realizar la propuesta general del Canal 22, el Consejo de Planeación realizó seis sesiones en las cuales se acordó la creación de cuatro comisiones, la de asuntos jurídicos, la de administración y finanzas, de aspectos técnicos y de programación y contenidos.

El resultado de dichas comisiones estuvo sustentado en la consulta a especialistas y en una amplia campaña para recoger las opiniones, tanto de instituciones y personalidades, como de la opinión pública en general.

10. Solís Leere, Beatriz. "Canal 22, una nueva propuesta" en *Intermedios*, núm. 2, junio, 1992, p. 67.

11. Ochoa Sandy, Gerardo, "Con el Consejo de Planeación Marginado, el Canal 22 comenzará a transmitir, quizá, el día 22" en *Proceso*, núm. 867, 14 junio, 1993, p. 49.

Uno de los objetivos planteados por este consejo fue la idoneidad de que el canal se consolidara como una red cultural nacional y no sólo una serie de canales repetidores.

Se le explicaron al Presidente que esa "red" exigía tres etapas: la primera e inmediata (mayo de 1991) era la de echar a andar el 22 con lo que había y continuar con el trámite para el uso del Satélite Morelos II. La segunda etapa y a corto plazo (octubre de 1991) consistía en los ajustes y enlaces con centros emisores permanentes para la cobertura parcial del país. Finalmente, la tercera y última fase, a mediano plazo (mayo de 1993), comprendía la organización de los centros productores en los estados y la ubicación eventual de emisoras con frecuencias propias.

Durante 1991 la frecuencia del 22 se convirtió en repetidora del Canal 13 aunque algunas veces dejó de transmitir sin ningún aviso. Fue hasta febrero de 1992 que el canal emergió de su largo período de letargo con la transmisión del Coloquio de Invierno y semanas más tarde con el Seminario de Comunicación organizado por la UNAM.

En 1992 recibió 35 mil millones de viejos pesos como presupuesto, con lo cual se logró realizar la obra técnica, pública, y sobre todo la distribución del dinero a dos grandes áreas: producción y programación.

El dinero provendría primero del subsidio oficial, además de un subsidio especial paralelo al de la operación que se le establecería anualmente cuyo monto consistiría en lo que fuera aprobado o no del proyecto por el Presidente. Según el Diario Oficial de la Federación la inversión inicial de Televisión Metropolitana fue de 24 mil 884 millones, 730 mil 10 pesos. Y la sola autorización de la Comisión Intersecretarial del Gasto y Financiamiento convirtió al 22 de una sociedad anónima de capital variable a empresa pública.

El presupuesto para 1993 ascendió a 60 millones de nuevos pesos asignados por la SHCP, mismo que se encontraría calendarizado mensualmente a la Secretaría de Educación Pública, a través del CONACULTA.

Además del subsidio se planeaba la comercialización de campañas y empresas gubernamentales y privadas, los patrocinios a series y programas y la venta de derechos de transmisión, exhibición y distribución.

Los criterios de comercialización eran muy simples: la directiva decidía entre comerciales y patrocinadores. Por ejemplo, en los programas de media hora se manejaría un minuto de comerciales antes y un minuto después; para programas de una hora, dos minutos y medio

antes y dos minutos y medio después. Hay que recordar que se trataba de un canal con cinco horas de programación diaria, es decir, que el número de anunciantes fluctuaría entre cuatro o cinco.

Para que el canal pudiera funcionar adecuadamente y con un cierto margen de autonomía respecto a las instituciones de educación y cultura del país, se hizo necesaria la creación de una estructura administrativa independiente. Es aquí donde se encuentra la creación del primer Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo considerado como cuerpo colegiado, mismo que surgió para garantizar la pluralidad y el contrapeso a las decisiones del sector gubernamental.

Este Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo, integrado por un grupo de intelectuales elegidos por el Presidente de la República, "coordinó todo el proyecto y analizó aspectos de índole jurídico, financiero, administrativo, técnico y de programación; además de contemplar la necesidad de un medio de comunicación con características nuevas en el horizonte cultural del país. También acordó el Consejo que el Canal 22 debería reflejar el amplio espectro que conforma nuestra sociedad y cultura poniendo suma atención en los rasgos regionales y los matices locales que forman nuestra nacionalidad."¹²

El 23 de marzo de 1992 el presidente Carlos Salinas de Gortari encabezó la ceremonia de instalación del primer Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo (CPPD) del Canal 22. El grupo estaría integrado por personas de reconocido prestigio académico y cultural, relacionadas con los principales aspectos del canal, y cuya presencia aludiría al vínculo permanente del mismo con la sociedad civil, a la orientación y a las políticas de desarrollo futuro del medio, a la evaluación general de la calidad de los contenidos y a su participación representativa en el Consejo de Administración. De esta forma, el CPPD quedó integrado por: José Sarukhán, Jorge Flores, Raúl Padilla, Jorge Bustamante, José Luis Martínez, Jorge Medina Viedas, Carlos Vigil, Gilberto Borja Navarrete, Rolando Cordera, Jorge Sánchez, Beatriz Solís, Margarita Michelena, Fátima Fernández, Jorge Ruiz Dueñas, Julieta Campos y Alejandro Rossi. La persona designada para estar al frente de este canal como director general fue José María Pérez Gay y como director general adjunto a Mauricio Reyes, quien presentó su renuncia el 3 de junio de ese mismo año por diferencias incompatibles con Pérez Gay.

12. Torres, Víctor. "Impugnan a la representante del Consejo de Planeación del Canal 22" en *Unomásuno*, México, 15 de mayo, 1991.

Estructura funcional de las áreas de trabajo del Canal 22

ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL DE LAS ÁREAS DE TRABAJO DEL CANAL 22¹³

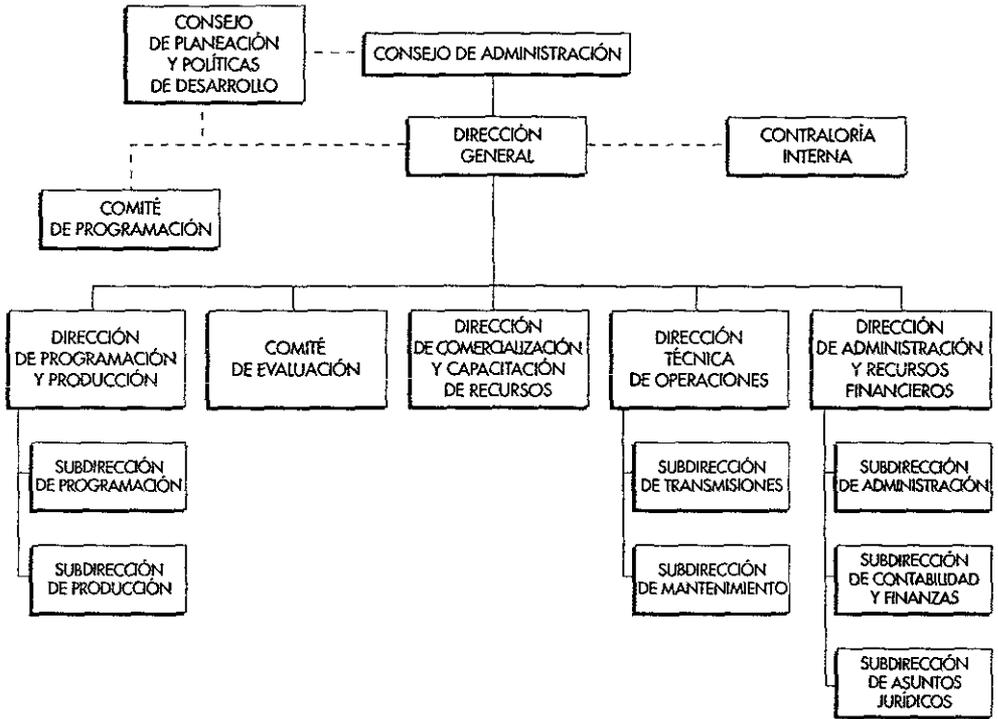


Fig. 2.1.

La organización interna de Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., Canal 22 (figura 2.1), estuvo inicialmente constituida por los siguientes órganos:

Consejo de Planeación y Políticas de Desarrollo, que atendería principalmente el vínculo con la sociedad civil y orientaría a los directivos del canal. Asimismo, evaluaría la calidad de los contenidos, equilibraría las decisiones en el Consejo de Administración.

Director General cuyas facultades y obligaciones, entre otras, son: administrar y representar legalmente a la entidad paraestatal, formular los programas institucionales de corto, mediano y largo plazo, así como los presupuestos de la entidad y presentarlos para su aprobación al órgano del gobierno; tomar las medidas pertinentes a fin de que las funciones de la entidad se realicen de manera articulada; proponer al órgano de gobierno el nombramiento o la remoción de los dos primeros niveles de

13. Organigrama proporcionado por el área de Comunicación Social del Canal 22.

servidores públicos de la entidad, la fijación de sueldos y demás prestaciones; presentar periódicamente al órgano de gobierno el informe del desempeño de actividades de la entidad, incluido el ejercicio de los presupuestos de ingresos y egresos y los estados financieros correspondientes.

Comité de programación el cual se encargará de analizar y proponer el material audiovisual que se adquiriera o produzca. Su conformación quedó integrada por miembros de reconocida trayectoria en áreas programáticas, con la asesoría de especialistas externos.

Comité de evaluación que examinaría el nivel de calidad y de contenido de los transmisores. Quedó integrado por los directores apoyados con asesoría de las instituciones públicas y privadas necesarias.

Para la operación del canal se establecieron 4 direcciones en principio:

1. Dirección de Programación y Producción (Política Cultural)
2. Dirección de Comercialización y Captación de recursos
3. Dirección Técnica y de Operaciones
4. Dirección de Administración y Recursos Financieros
5. Contraloría Interna

El solo hecho de armonizar estas direcciones llevó mucho tiempo, pues la plantilla de cada una tuvo que someterse a varios proyectos de aprobación por parte de las autoridades, primero de la SEP y luego de la SHCP.

Actualmente en la estructura del canal se ha respetado en gran parte la distribución, aunque se han sumado otras direcciones, subdirecciones y gerencias. Para comprobarlo, consúltese el organigrama de la figura 2.2.

La salida al aire del Canal 22 fue dada a conocer oficialmente hasta cinco veces en un lapso de un año y ocho meses. La primera vez la hizo el Consejo de Planeación y fue para octubre de 1991. La segunda, tercera y cuarta, por el director del canal, José María Pérez Gay, para diciembre de 1992, mediados de abril y mediados de mayo de 1993, respectivamente. Y la quinta, que parecía la definitiva fue el 22 de junio de 1993.

Los motivos que contribuyeron al aplazamiento de la salida al aire de la señal fueron, por un lado la consolidación de la empresa y por el otro los aspectos técnicos que tenían que ir franqueando y solucionando.

Cuando finalmente salió al aire, el 23 de junio de 1993, dependiente de la SEP y del CONACULTA, ya había cambiado su torre de transmisión del cerro del Ajusco al del Chiquihuite, para permitir la transmisión al área metropolitana; aún así, se licitó la compra del sistema Omnidireccional

ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL ACTUAL DE CANAL 22

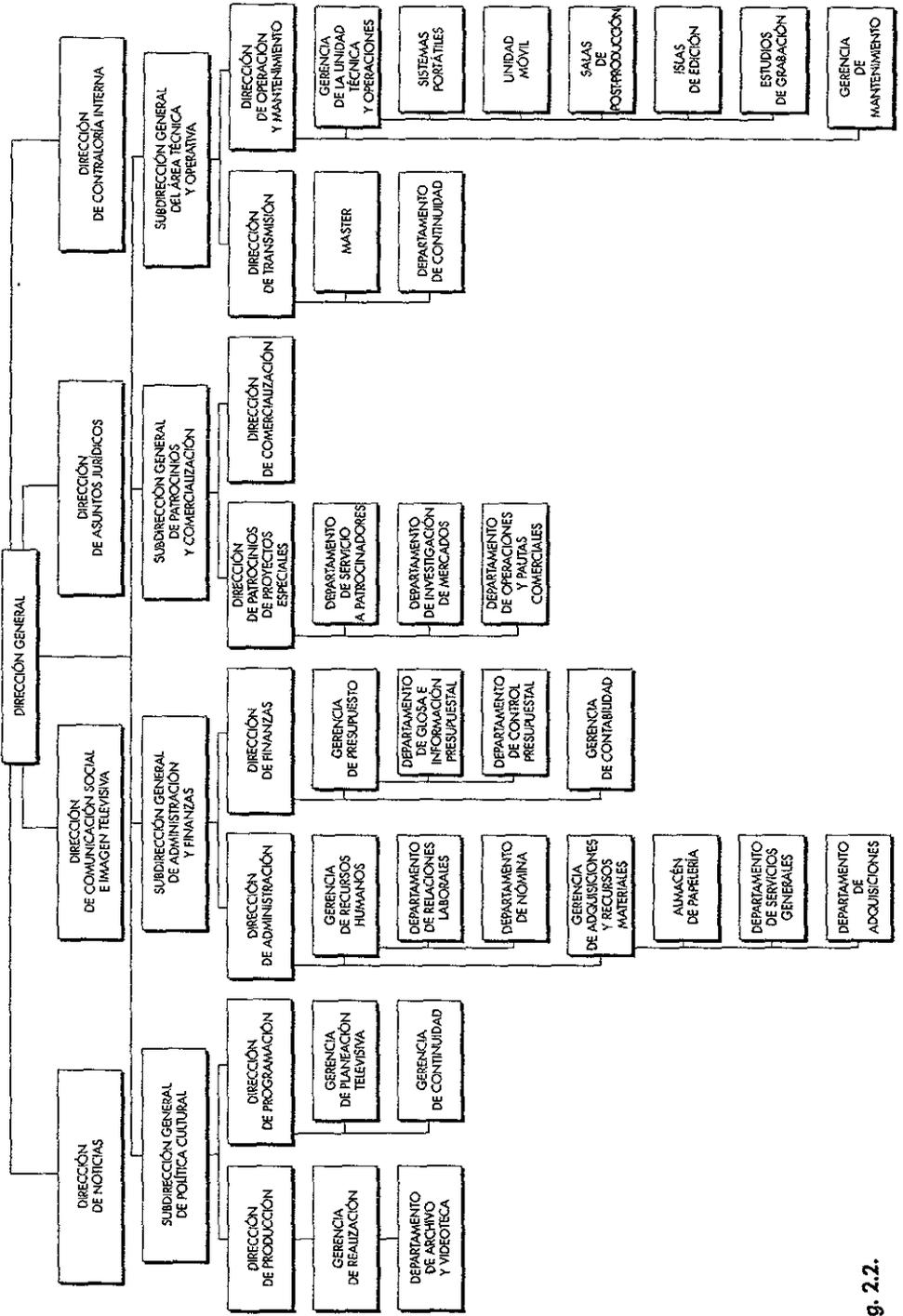


Fig. 2.2.

de Señal, lo que aumento en 150% la cobertura en el Valle de México, sobre todo en lugares donde era difícil captar la señal de Ultra Alta Frecuencia. Actualmente cubre todo el país por cable y por los dos satélites nacionales Morelos II y Solidaridad I a través de los cuales su señal llega a las estaciones regionales de televisión y a las antenas parabólicas.

Ese mismo día la barra programática que dio apertura a la transmisión formal, fue publicada en todos los diarios capitalinos. Días después se inició una campaña que explicaba como ver y sintonizar la banda UHF.

La difusión del 22 fue inaugurada a las 19:45 horas con una entrevista realizada por la periodista Silvia Lemus al escritor Gabriel García Márquez. A partir de entonces, la señal sería transmitida de las 8 de la noche a la 1 de la mañana de lunes a viernes, y de 8 de la noche a 2 de la mañana los sábados y domingos en los horarios triple y doble A.

Respecto a la programación, José María Pérez Gay informó que se aprovecharía el acervo existente de la Filmoteca de la UNAM, IMCINE, CNCA, CONACYT y la Unidad de Televisión Educativa; además de que se contratarían series culturales extranjeras de empresas tales como PBS, CBS, RAI, RTVE, NHK, la televisión sueca, Antena Uno de Francia, ARF de Alemania, Rainer Mortiz y la BBC de Inglaterra. Por otro lado, el canal podría obtener, contratando por concurso, programas y series de televisión, sin pretender una gran producción propia que rebasara la capacidad del equipo técnico básico con el que contaba.

De esta forma, el acervo del canal en sus inicios se distribuía en un 30% de producción propia y un 70% de programación adquirida en el extranjero.

En suma, la programación del naciente canal era tímida. Muy apegada a los cánones de un concepto de cultura restringido a las bellas artes, la literatura, la música. Y a un concepto de popular más folclórico que real.

Respecto a la medición de los ratings, el director del canal señalaba en una entrevista realizada por la revista *Intermedios*: "No me refiero únicamente a la existencia de un teléfono público o a una relación entre el canal y el público, y menos aún al número de llamadas telefónicas que nos puedan llegar. Me refiero a algo más profundo: la presencia de un espectador vigilante que vaya normando, mediante sus necesidades, nuestra programación."¹⁴

14 Velázquez Robles, César, "José María Pérez Gay en entrevista" en *Intermedios*, Febrero-Marzo-Abril, 1993, p. 54.

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA)

“El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), creado el 7 de diciembre de 1988, es el organismo encargado de llevar a la práctica la política cultural del gobierno de México coordinando la labor de las instituciones públicas que tienen a su cargo los servicios e infraestructura cultural del país: museos, zonas arqueológicas, monumentos históricos y artísticos, teatros, centros culturales, galerías, auditorios, bibliotecas, centros de investigación y educación en el campo de la cultura y las artes, medios de comunicación, producción de bienes culturales y programas de apoyo a la creación intelectual y artística tanto individual como colectiva.”¹⁵

Para lograr el mayor aprovechamiento, la mayor extensión posible de estos bienes y servicios y el desarrollo de los diversos programas culturales, el CNCA colabora con gobiernos de estados y municipios, organizaciones privadas y sociales, individuos y grupos de la sociedad y la comunidad intelectual y artística del país.

Asimismo, establece lazos de colaboración con organismos afines de otros países para ampliar e intensificar el diálogo y el intercambio cultural de México con el resto de las naciones del mundo, procurando la presencia de la cultura mexicana en ellas y la de otros países en México. Baste el ejemplo de la exposición *I maya* en la ciudad de Venecia que se expone desde septiembre de 1998 y que se mantendrá hasta el mes de marzo de 1999; muestra que reúne piezas exhibidas en el Museo Nacional de Antropología e Historia y que fueran trasladadas a esta ciudad europea. Y en el caso de producciones del extranjero en México, la exposición *Maestros del Impresionismo* en el Palacio de Bellas Artes, colectiva de museos como el de arte de Toledo, Cleveland, Columbus, Dallas, Los Ángeles y del museo D'Orsay con las obras más representativas de este movimiento artístico del s. XIX; y otra más es la exposición *Rubens y su siglo* en el Museo Nacional de San Carlos, compendio amplio y significativo de la producción plástica del barroco flamenco del s. XVII, una muestra sin precedentes en nuestro país con obras originarias de museos de Europa, Estados Unidos y México.

Dentro de los medios de comunicación que dependen del CNCA se encuentra el Canal 22, medio de difusión y área sustantiva de la política cultural. El avance tecnológico ha transformado los medios de

15. <http://www.cnca.gob.mx/espacios/cnca.html>

comunicación y generado nuevas posibilidades para la difusión de la cultura. La sensibilización de niños y jóvenes, la creación de nuevos públicos y el conocimiento de la expresiones de la cultura nacional y universal, requieren de la utilización planificada y extensa de este medio audiovisual de comunicación.

Como órgano de apoyo financiero, nace el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes el 2 de marzo de 1989 como una respuesta a las iniciativas de la comunidad artística interesada en fomentar el trabajo independiente de los creadores, al mismo tiempo que satisface la necesidad de transformar el panorama cultural mexicano. Resultado de un decreto presidencial, su creación marca una nueva pauta en la historia del quehacer cultural de nuestro país.

Desde su creación el CNCA tuvo como principio rector el que en cuestiones de cultura, la labor del gobierno de la República debe caracterizarse por la promoción y la difusión artísticas. De ahí la determinación de que el FONCA tendría como tareas principales estimular la producción cultural libre y llevar a cabo la adquisición, conservación y difusión de obras de arte, bibliotecas y archivos de capital importancia para la nación.

En coordinación con otras instituciones culturales, el FONCA ha apoyado proyectos distribuidos en las categorías de Traducción Literaria, Televisión Cultural, Guiones para Radionovela, Vidas para Leerlas, Revistas Independientes y Teatros para la Comunidad Teatral.

Patrocinios y copatrocinios

También es necesario hablar de las condiciones de financiamiento del canal, mismas que permitirán alcanzar un punto de equilibrio mediante ingresos adicionales al subsidio por parte del gobierno. Estos podrían provenir de patrocinios y la comercialización de espacios, derechos de transmisión, de exhibición, entre otros.

La venta de publicidad está a cargo de la Subdirección General de Patrocinio y Comercialización. Los horarios de transmisión de publicidad están clasificados de acuerdo con sus costos.

La clasificación de los horarios varía según las zonas, a la Ciudad de México corresponde la zona I, a Monterrey y Guadalajara la zona II y al resto de la República Mexicana la zona III.

En su carácter de televisora pública concesionaria, Canal 22 está facultado para comercializar su tiempo en pantalla. Las tarifas que manejan actualmente se presentan en el cuadro 2.1.

Cuadro 2.1.
Tarifas para el tiempo en pantalla

| <i>Clase</i> | <i>Duración</i> | <i>Dentro de programación</i> | <i>En cortes de estación</i> |
|--------------------------|-----------------|-------------------------------|------------------------------|
| "A" 00:01/17:00 hrs | 30" | \$ 8 640.00 | \$ 7 776.00 |
| "AA" 17:01/19:00 hrs | 30" | \$ 13 780.00 | \$ 12 268.80 |
| "AAA" 19:01/24:00 hrs | 30" | \$ 18 921.60 | \$ 15 854.40 |
| Tarifa especial | 30" | \$ 22 507.20 | |

En cuanto a los espacios publicitarios manejan 3 sistemas: uno de ellos es el que se conoce como intercambio publicitario en donde existe un acuerdo entre las publicaciones de incluir algún espacio de la otra empresa sin costo alguno. Otro más es el de en efectivo en donde ya existe un pago de por medio de acuerdo al espacio y la periodicidad en que se haga; y el tercero es el combinado en donde se establece un acuerdo con ciertas empresas en que existe un pago de por medio, pero además se tiene la cortesía de incluirse en todas las publicaciones.

Entre los anunciantes que ocupan los espacios publicitarios del canal están: Banamex, Bacardí y Cía., Cigatam, Telmex, Lotería Nacional, Pemex y Estafeta; asimismo, han establecido intercambios publicitarios con *Excélsior*, *Financiero*, *La Jornada*, *Reforma*, *Novedades*, *El Universal*, *El Sol de México*, *Proceso*, *Orígina* y *Nexos*. La revista *Tiempo Libre* es una cortesía y las publicaciones que pagan en efectivo son: *Educación 2001*, *Cuarto Oscuro*, *Cine Premier*, *Switch*, *Vuelta*, *Ejecutivo en Finanzas*, *Orígina*, *Nexos*, *Proceso*, *Época* y *Etcétera*.

Además, el canal publica mensualmente la *Guía de Programación*, folleto que incluye los horarios y programas a transmitirse durante el mes. Este rotativo también cuenta con espacios publicitarios, y las tarifas que manejan actualmente se presentan en el cuadro 2.2.

Cuadro 2.2.
Tarifas publicitarias dentro de la Guía de Programación

| <i>Medidas</i> | <i>Rebasadas</i> | <i>Sin rebasar (caja)</i> |
|----------------|------------------|---------------------------|
| 1 plana | 9.5 cm x 21 cm | 8 cm x 19 cm |
| Plana | | 8 cm x 9.25 cm |

Estas tarifas se encuentran vigentes desde el primero de abril de 1998 y se obtuvieron en el área de comercialización del propio canal.

Por otra parte, los programas se venden a los anunciantes por medio de lo que se conoce como Patrocinio, Copatrocinio, por Paquetes y por Spot.

Patrocinio se refiere a la venta del programa completo al cliente y, por lo tanto, los seis minutos de publicidad correspondientes a media hora de programación serán de uso exclusivo de dicho cliente.

Copatrocinio consiste en vender la mitad, la tercera o la cuarta parte del programa a determinado cliente, garantizándole su nombramiento en la presentación y despedida del programa. Los clientes a los cuales se les venden tiempos de copatrocinio no deben ser de carácter competitivo.

Por paquete estriba en vender una determinada cantidad de tiempo y cubrirlo con una x cantidad de spots, ofreciéndose un descuento especial al cliente. Lo más común es vender el tiempo en paquetes semanales, en una sola clasificación de horario o distribuido en las tres clasificaciones.

Spot es cuando se le vende al cliente el tiempo que desee y en la clasificación que escoja.

El Canal 22 además ofrece servicios de producciones especiales, edición, home video, venta de programas, planes de patrocinios para programas culturales con deducción fiscal, post - producción y coproducciones.

Por otro lado se habla de una distribuidora y comercializadora paralela al canal; así se estaría en las condiciones para ofrecer a todos aquellos productores y realizadores no sólo la transmisión y el pago por varios de sus trabajos difundidos, sino también una comercialización adicional, dentro y fuera del país.

Como vemos el canal cuenta con publicidad y de ésta obtienen el 10% de sus recursos. Su presupuesto es de 94 millones de pesos, suma no tan grande, pero tampoco pequeña. De hecho, no hay un sólo canal cultural en el mundo, de la BBC de Londres a la televisión industrial o al canal franco - alemán Arte, que sea autosuficiente.

A seis años de operaciones, Canal 22 ha establecido un importante auditorio y, sobre todo, ha demostrado que existe un amplio público que se identifica y sigue con entusiasmo programación alternativa de la que se ha presentado convencionalmente en los espacios tradicionales de la televisión mexicana. En cuanto a los ratings las mediciones demuestran que del 100% de los que ven el canal, el 70% lo ve por televisión abierta y no por cable y de ese porcentaje, el 45% responde a la tipificación de

la clase media y media baja. Los domingos se tiene un raiting en películas del 5.7% y el nicho del canal entre semana es del 3.4%.

José María Pérez Gay expresó el año antepasado que incluso "el canal Arte franco - germano no sube de 1.8 o de 2.5 del raiting medido, y que en todo el mundo los canales culturales se miden por encuestas y raitings cualitativos".¹⁶

La gente ha tenido una respuesta excelente hacia la programación de esta televisora y en un futuro esperan tener mayor publicidad, pues como sabemos, lamentablemente, los anunciantes buscan el raiting.

Instalaciones y proceso de actualización técnica

Es importante entender las condiciones técnicas respecto al Canal 22 porque éstas trazan su alcance real.

Con una serie de problemáticas que en el aspecto técnico, de infraestructura y de presupuesto plantea el lanzamiento de la señal del Canal 22, Televisión Metropolitana S.A. de C.V., contaba para entonces con algunos activos mínimos que habían quedado de la desincorporación de IMEVISION: una antena, un transmisor, una torre y algunos enseres modestísimos. Por lo demás, el nuevo canal cultural debía adquirir nuevas cámaras, equipos móviles, masters y ciertas instalaciones físicas que eventualmente serían alquiladas, convenidas o propias. Y en cuanto a esto último, las oficinas y el foro del canal se localizarían en los Estudios Churubusco, aquellas que habían sido utilizadas por PRONARTE.

El canal tenía la capacidad suficiente para el arranque, pero al principio los complejos de producción y post - producción se contrataron, mediante licitación con Telerrey.

Por lo que se refería a la antena que heredaba se sabía que no estaba ubicada en la mejor zona, por lo que se propuso llevarla al Cerro del Chiquihuite o descolgarla del Canal 13, lo que les posibilitaría cobertura en parte de Morelos, Tlaxcala, Estado de México e Hidalgo.

Finalmente la antena se cambió al cerro del Chiquihuite lo que posibilitó que la señal llegara no sólo al Distrito Federal y al área metropolitana sino a una parte de los estados de México e Hidalgo. Además se contaba con una torre de 85 metros en banda de transmisión UHF con una potencia de 60 kw y una potencia aparente radiada de 2 mil 131 kw.

16. La Jornada. México. 4 octubre 1997. p.25

La idea respecto a la infraestructura del canal se concentró en que se coordinaría y estimularía la producción de programas de buena calidad haciendo a un lado la inversión excesiva en infraestructura de telecomunicaciones y en equipos de producción y post - producción. Para realizar el trabajo técnico sobre la consolidación de infraestructura fue necesario la adquisición de equipo mínimo e indispensable para el inicio de las transmisiones, la continuación de los trámites para utilizar el sistema de satélites Morelos y obtener las frecuencias en UHF en los estados a través de convenios para los enlaces con las emisoras; así como la cobertura en el Valle de México.

Con el primer dinero recibido de la Secretaría de Hacienda se empezó la construcción del cuarto de máquinas, la construcción de la cisterna, de las zapatas de la torre y de la torre misma.

La frecuencia del Canal 22 se ubica, como ya lo habíamos mencionado, en la banda UHF y para sintonizarla se necesita un monitor que incluya dicha banda o que esté conectado a un sistema de cable o a una antena parabólica para captarlo vía satélite. Esta frecuencia se localiza entre los 300 y los 3000 megahertz y en el segmento comprendido entre los 470 y 890 megahertz, se transmiten señales de televisión a través de 70 canales que van del 14 al 83.

En cuanto a instalaciones actualmente el canal cuenta con dos edificios. Uno de ellos es el que se ubica sobre Calzada de Talpan # 583, Col. Alamos albergando las oficinas administrativas, entre ellas: la Dirección General, el Jurídico, Política Cultural, Administración y Finanzas, Patrocinios y Comercialización. El otro se encuentra dentro de los Estudios Churubusco en la calle de Atletas # 2, Col. Country Club y en él se localizan los estudios de grabación, la Dirección de Noticias, el Area Técnica y Operativa, el Departamento de Continuidad, Promocionales, el master de transmisión y pequeñas oficinas de las producciones propias del canal.

A continuación, se presenta un inventario muy general del equipo con el que cuenta el edificio de los Estudios Churubusco, donde, como ya se mencionó, se encuentran el área técnica y el área operativa:

- 2 estudios de grabación
- 3 cámaras en cada estudio
- Cabina de estudio. Cada una cuenta con:
 - 4 máquinas Betacam
 - 15 monitores
 - 1 switcher
 - 1 consola de audio

- 5 vectores de onda
- 1 reproductor de CD
- 1 consola de iluminación
- 2 amplificadores de audio

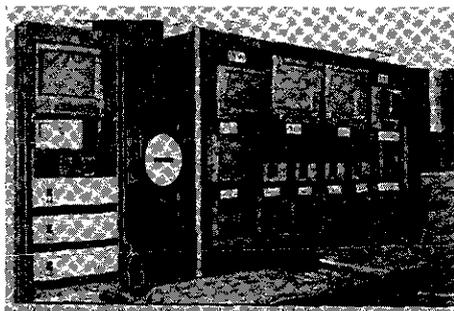


Fig. 2.3. Cabina de estudio.

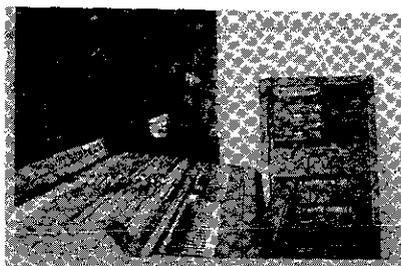


Fig. 2.4. Cabina de estudio.

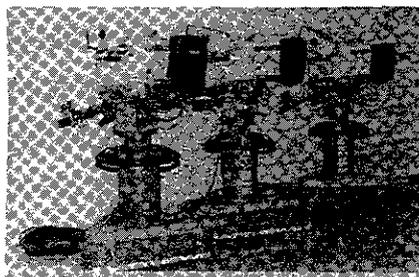


Fig. 2.5. Cámaras.

- 2 salas de postproducción
 - 1 generador de caracteres
 - 4 máquinas Betacam
 - 7 monitores
 - 1 Pinnacle Digital Video Effect
 - 1 switcher
 - 1 consola de audio
 - 1 intercomunicador
 - 1 amplificador de audio
 - 1 reproductor de CD

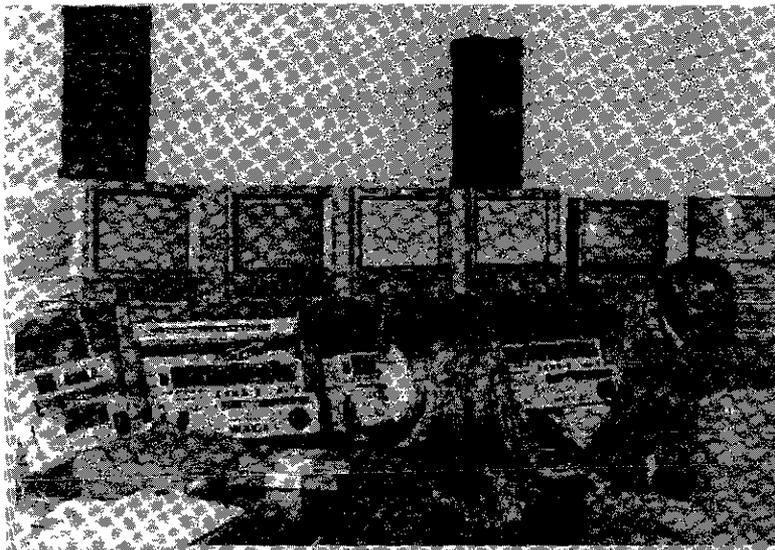


Fig. 2.6. Sala de Post-producción.

- 9 islas de edición. Cada una cuenta con:
 - 1 monitor
 - 2 máquinas Betacam
 - 1 vector de onda
- 1 isla de edición no lineal
 - 1 computadora
 - 1 máquina Betacam



Fig. 2.7. Isla de edición.



Fig. 2.8. Isla de edición no lineal.

- 1 área de copiados
 - 3 máquinas Betacam
 - 2 máquinas _
 - 1 máquina Betacam Pal
 - 2 VHS
 - 2 VHS multinormas
 - 2 VHS NTSC
 - 5 monitores
 - 1 convertidor de normas

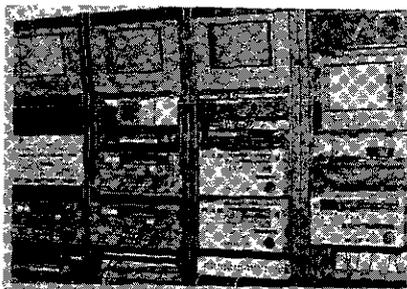


Fig. 2.9. Área de copiado.



Fig. 2.10. Área de copiado.

- 1 área de subtítulaje
 - 2 monitores
 - 1 computadora
 - 1 generador de caracteres
- 4 sistemas portátiles. Cada uno cuenta con:
 - 1 cámara Ikegami
 - 1 kit básico de iluminación
- 1 máster de transmisión

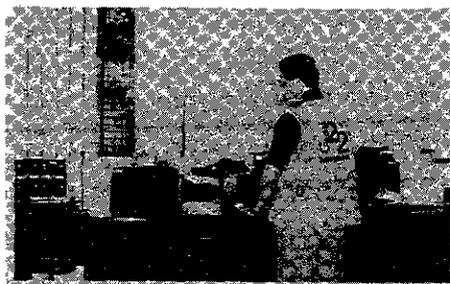


Fig. 2.11. Sistema portátil.

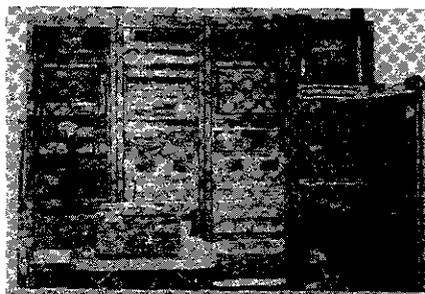


Fig. 2.12. Master de transmisión.

Como podemos observar, éste es un canal que ha ido creciendo con el tiempo, de tal forma que, de ser en un principio un reto a constituirse como una empresa televisiva, ahora puede considerarse una empresa competitiva en el mercado de los medios televisivos.

Acuerdos con otras instituciones

Quando los trabajos se realizan en cooperación con alguien más, el resultado suele ser exitoso. Los medios requieren de esa cooperación entre empresas a fin de lograr mayor rapidez y eficacia en la producción de programas.

Estos acuerdo se realizan con empresas afines, es decir, con aquellas instituciones que laboran en campos semejantes a los nuestros y que nos facilitan los contactos con personas y lugares que son indispensables. Se trata de que ambos se mantengan al tanto de sus actividades y se establezca una promoción constante del colaborador en nuestros espacios.

Algunas instituciones que han pactado acuerdos y han logrado establecer mecanismos de colaboración en programas culturales, asesoría técnica y materiales junto con el Canal 22 han sido: los estados de Monterrey, San Luis Potosí, Oaxaca, Tlaxcala, Aguascalientes, Guanajuato, Guadalajara, así como con DENTSCHE DELLE, Televisión Cable, la UNAM, la Universidad Iberoamericana, Centros de Integración Juvenil, el Tecnológico de Monterrey, la UAM, el Colegio Madrid, la Universidad Pedagógica Nacional, la Universidad Panamericana, el Museo MARCO de Monterrey, entre otros.

Los periodos cíclicos del canal son anuales, por lo que estos acuerdos deben ser renovados cada año en enero.

En la mayoría de ellos, el 22 se compromete a colaborar para difundir, a través de sus noticiarios, las tareas y exposiciones culturales que realicen las instituciones, mientras que éstas últimas facilitarán al canal la información sobre sus actividades culturales y brindará su apoyo para contactar a artistas que sean indispensables para la realización de programas especiales.

Además hay que recordar que como el Canal 22 es dependiente del CNCA, tiene además acuerdos tácitos con el resto de las instituciones dependientes de este consejo, tales como: la Biblioteca de México, el Centro Cultural Helénico, el Centro Cultural Tijuana, el Centro de Capacitación Cinematográfica, el Centro de la Imagen, el Centro Nacional de las Artes, la Cineteca Nacional, la Comisión Nacional para la

Preservación del Patrimonio Cultural, la Coordinación de Asuntos Internacionales, la Coordinación de Animación y Desarrollo Cultural, la Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural Infantil, la Coordinación Nacional de Descentralización, la Coordinación Nacional de Medios Audiovisuales, la Dirección General de Bibliotecas, la Dirección General de Comunicación Social, la Dirección General de Culturas Populares, la Dirección General de Publicaciones, la Dirección General de Sitios y Monumentos del Patrimonio Cultural, EDUCAL Libros y Arte CONACULTA, los Estudios Churubusco, el Festival Internacional Cervantino, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, el Instituto Mexicano de Cinematografía, el Programa Cultural Tierra Adentro, el Programa de Proyectos Históricos Especiales, Radio Educación y el Sistema Nacional de Fomento Musical.

Producciones nacionales e internacionales (1998)

El proyecto de programación, que representa el mayor gasto, está conformado por cuatro rubros: producción propia, producción extranjera, acervos nacionales y co-producciones.

En sus comienzos, la carta de programación ofreció un variado contenido; la mayor parte de procedencia extranjera que sería estrenado por primera vez en México y transmitido en versión subtitulada tras ser seleccionado y adquirido lo más selecto de las distribuidoras canadienses, francesas, británicas, alemanas y españolas.

Se contó también con programas de producción propia que se ocupaban de temas específicos de la vida cultural en México desde sus diversos puntos de vista: entrevistas, análisis científicos, muestras cinematográficas de realizadores experimentales, noticieros culturales y espacios de opinión.

Bajo el slogan de *La cultura también se ve*, que han mantenido hasta la fecha, la distribución de programas entonces era la siguiente: 24% de producción nacional y 76% de producción extranjera. Este material se agrupaba en bloques de programación de la siguiente manera: Documentales 29%, Series de Ficción 21%, Películas de video, cortometrajes, animación y experimentales 20%, Informativos y de opinión 15%, Musicales 12.5% e Infantiles 2.5%.

Actualmente sus índices se distribuyen de la siguiente manera: el 50% de su programación es en español y el otro 50% se transmite en idioma extranjero subtulado.

Del primer porcentaje el 60-70% es producción propia y el otro 40-30% es producción extranjera. En cuanto a bloques temáticos, el panorama es el siguiente: Documentales 47%, Películas de video, cortometrajes, animación y experimentales 16%, Musicales 13%, Informativos y de opinión 11%, Series de ficción 6%, Programas infantiles 3% y Entrevistas 3%.

Una de las obsesiones del canal ha sido no doblar los programas extranjeros en la versión original sino presentarlos subtitulados. De hecho, una aproximación de horas de televisión al aire subtituladas desde que salieron al aire el 23 de junio de 1993 han sido 1, 500 horas. Ello les ha dado la posibilidad de hacer una contribución al idioma español, porque subtitular bien, es estar dentro del idioma español.

Prácticamente todas las manifestaciones culturales integran su carta de programación. El arte y la ciencia se transmiten a través de las artes plásticas, música, literatura, historia, danza, cine, animación, miniseries, programas infantiles, informativos y de investigación periodística; todos ellos provenientes de los principales acervos audiovisuales internacionales, del trabajo de videoastas independientes, así como producciones culturales institucionales tales como TV UNAM, Divagarte, Tiempo de Bellas Artes, producciones del CONACULTA y los noticiarios de la Red Cultural 22.

Pero Canal 22 también produce sus propias series, en particular tres noticieros culturales y varias series pluritemáticas, que dan cuenta de lo que ocurre en nuestro país en materia de creación artística y fomento a la cultura. De igual forma este canal ha sido un excelente vehículo para dar salida a muchos de los programas producidos por la Dirección General de Televisión Universitaria, o ciclos con material proporcionado y restaurado por la Filmoteca de la UNAM con lo que se han creado vínculos complementarios para la exhibición de las diversas formas de televisión cultural en México.

A continuación se presenta una relación de las producciones nacionales e internacionales con las que contó el canal dentro de su programación durante el año de 1998 y principios de 1999.

Producciones nacionales

- *Espacio 22*
- *Noticiarios de la Red Cultural 22*
- *Tratos y Retratos*
- *Personajes y Escenarios*
- *Tiempo de Bellas Artes*

- *Tango (documental)*
- *CNCA-INBA*
- *Cien años de ópera en México*
- *Bolero*
- *Luces de la ciudad*
- *Ruta 22*
- *De cine y literatura*
- *Textos y Pretextos*
- *Mujeres que trabajan*
- *La madriguera del conocimiento*
- *Eisenstein en México*
- *Los imprescindibles*
- *Miguel Covarrubias 1904-1957*
- *Galería Plástica*
- *Universos Privados*
- *Presencia de la arquitectura en México*
- *Visitaciones*
- *Jornadas con Fernando Benítez*
- *Miradas sobre México*
- *Los que hacen nuestro cine*
- *Luz de la memoria*
- *Mi primera película*
- *Sólo mujeres*
- *El universo de cabeza*
- *El asesino no es el mayordomo*
- *La materia de los sueños*
- *Los días que conmovieron a México*
- *Tierra de poetas*
- *Diálogos sobre el medio ambiente*

Producciones internacionales

- *Retos y respuestas*
- *Música clásica*
- *Fabrica de caricaturas*
- *Naturaleza*
- *Miniseries (históricas o novelas)*
- *Rock*
- *Ciencia*
- *Estelares del cine*
- *Palettes*

- *El último día de...*
- *Perfil cine, danza, literatura, música, ópera, arquitectura, etc.*
- *Cine de autor*
- *Primera fila*
- *Tradición occidental*
- *Cortos y animaciones*
- *Viajes con el 22*
- *Cine iberoamericano*
- *Tema semanal*
- *Opera*
- *Documental*

En lo que se refiere a las producciones internacionales, éstas son adquiridas de la televisora franco-germana Arte; las producciones inglesas de ITEL, RM Asociados y Survival / Anglia Productions. Además, la empresa mantiene un convenio con la BBC de Londres.

Balance general

La deficiencia del estado mexicano respecto a proyectos culturales de televisión, ha radicado en la falta de claridad de lo que debe entenderse por lo cultural. Sin embargo, es preciso reconocer que TRM sentó las bases para una red de televisión cultural nacional.

No ha sido en vano la constitución del canal como empresa de participación estatal mayoritaria y tampoco es fortuito el encargo para dirigirlo a un grupo de intelectuales, porque esto de alguna manera es garantía de que el Estado no perderá por completo el control de su único medio. Las condiciones jurídicas garantizan al Estado seguir participando en las políticas culturales del 22, financiera y administrativamente. Por otro lado el estar en manos de un grupo de intelectuales "orgánicos" permite al Estado conservar un espacio masivo que a la larga puede hacer contrapeso a cualquier embestida que ponga en riesgo los intereses de éste.

Las producciones del canal han sido objeto de reconocimientos nacionales e internacionales, entre los que destacan los premios EMMY en 1996 y el MIDIA en 1997 por el programa *Eisenstein en México*, donde se dan a conocer pasajes de la vida del cineasta ruso en nuestro país, con un costo de 350 mil pesos, coproducción de IMCINE y Canal 22. De la misma forma, recibió por parte de la Asociación Mexicana de Críticos de Radio y Televisión, el Azteca de Oro por el programa *Mujeres que trabajan* y la Mención Honorífica en 1997 en el Festival Internacional

de Cine y Televisión en Cartagena de Indias por la serie *Guerras e Imágenes*.

Como televisora se le otorgó la presea del Periodismo Nacional en 1996 y el 4 de octubre de 1997 la UNESCO le otorga el premio CAMERA por tener la mejor política cultural en el mundo de una televisora. El jurado que analizó la programación del Canal 22 estuvo integrado por el Consejo Audiovisual Mundial de Publicaciones e Investigación sobre Arte (CAMERA) y el Consejo Internacional de Cine, Televisión y Comunicación Audiovisual (CICT).

Para el canal, el haber recibido dicho premio es un honor que trae consigo prestigio y reconocimiento, la posible atención de los anunciantes así como de más teleauditorio, y un compromiso, el de refrendar el trabajo hecho durante estos años para mantener el mismo nivel.

En el futuro se contempla continuar difundiendo el gran espectáculo del arte, la ciencia y la cultura del mundo apoyando las nuevas producciones nacionales que ponen de relieve la riqueza de las expresiones culturales mexicanas. Este concepto reforzará la integración de los nuevos lenguajes y posibilidades de los medios televisivos, que servirán para elevar la educación y la cultura de México.

Prueba de ello es la convocatoria que lanza año con año desde 1996 junto con el CONACULTA, la Coordinación Nacional de Medios Audiovisuales, el Instituto Latinoamericano para la Comunicación Educativa (ILCE) y la Fundación MacArthur. Con esto logran apoyar a producciones de investigación minuciosa que logran contar de forma atractiva un mensaje cultural-educativo con un buen uso del lenguaje audiovisual cuya difusión se hará no sólo dentro del país por medio del Canal 22, sino en América Latina a través del sistema Edusat.

Tal y como lo expresara José Ramón Mikelajáuregui, Coordinador Nacional de Medios Audiovisuales, "la convocatoria no sólo sirve para premiar a lo mejor de la producción televisiva, sino que además de fomentar los programas culturales nos permite sentar las bases para implementar con orden y una mejor articulación una producción constante de calidad en diferentes temáticas culturales."¹⁷ El reto de la convocatoria es llenar a la sociedad con propuestas culturales de calidad, la cual se verá en el tratamiento, la investigación, el lenguaje y en las imágenes de los productos; es decir, construir una industria cultural televisiva.

17. García, Juan Carlos, "Resaltan obligación educativa en TV cultural" en *Reforma*, México, 27 mayo, 1998, p. 10.

Por su parte, José María Pérez Gay asegura que la televisión cultural en México es una televisión educativa que con el apoyo del satélite Solidaridad y por medio del sistema Edusat, próximamente la señal del Canal 22 llegará a todo el país y Sudamérica. Para ello será necesario que los proyectos estén orientados a la realidad cultural del país, es decir, ser de interés nacional.

Finalmente, el director general culmina este apartado afirmando que “la televisión diseña y legitima gustos; confío en que, dentro de cinco o seis años, la televisión cultural también diseñe e imponga gustos, igual que modos de comportamiento social, político, que a la larga fructifiquen en lo que es la mentalidad del público mexicano. A lo mejor pierdo o estoy soñando, pero esa es mi apuesta.”¹⁸

18. Vázquez, Juan y Miriam Pineda. “José María Pérez Gay. El mercado televisivo existe” en *Reforma*, México, 21 febrero, 1998, p. 10.

La red cultural informativa de Canal 22

Breve antecedente

En este país existe una gran oferta cultural, misma que con la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, creció de manera increíble ya que la parte oficial se aunaba proporcionando una cantidad de información incalculable lista para ser utilizada como recurso primario en un programa informativo de televisión.

En las fechas en que se tenía contemplada la creación de un canal cultural también se tenía pensado, por parte de sus directivos, la elaboración de un programa noticioso que constituyera la voz del canal. Por ello se inició un proyecto con el equipo de trabajo del que en sus inicios era el subdirector del canal, el señor Mauricio Reyes. Este equipo preparó una propuesta que en realidad no podría considerarse como un noticiero sino como una revista cultural. De hecho se produjo el programa piloto en el cual se invirtió gran cantidad de dinero, pero con la renuncia del subdirector al canal, producto de sus diferencias con el director, el proyecto se vino abajo porque, además de todo, el equipo de trabajo que colaboraba con él también renunció.

Por todo esto se entiende que no existe un antecedente inmediato a los noticieros de la Red Cultural 22, dentro de la historia de Televisión Metropolitana S.A. de C.V., ya que el programa antes mencionado nunca salió al aire, sólo se quedó en programa piloto que nunca convenció a los directivos del canal.

Para entonces, la licenciada Guadalupe Alonso había presentado un proyecto a la directiva del canal, mismo que describía la creación de un noticiero cultural en el que se especificaba un formato y estructura ideados por la propia Guadalupe Alonso, los cuales se fueron puliendo con el paso del tiempo, con la práctica del trabajo en equipo y de estar al aire todos los días. El proyecto original presentado a José María Pérez Gay es un escrito informal al que se le fueron haciendo modificaciones con el paso del tiempo.

Finalmente, la decisión de que se realizara el proyecto presentado por Guadalupe Alonso se tomó quince días antes de que saliera al aire el canal, es decir, que los noticieros se inauguraron junto con la salida del canal al aire el 23 de junio de 1993.

Proyectos y objetivos iniciales

El primer objetivo del noticiero fue “crear un espacio para la divulgación de la cultura que no solamente fuera la cultura del concierto o la cultura de la gran sala de exposiciones, sino abrir a medios y salas mucho más alternativas; es decir, por un lado, respetar a los clásicos y por otro abrir espacio a las nuevas formas de representación artística.”¹

Por otro lado, a la directora del noticiero, Guadalupe Alonso, le parecía que hacía falta que el público tuviera una opción donde pudiera darse cuenta de todo lo que estaba sucediendo con la cultura, así como una producción que fuera una invitación a involucrarse en este ámbito.

Se pretendía hacer un programa que tuviera un nivel en que todo mundo lo pudiera ver y se sintieran atraídos por las cosas que la producción cubría. En resumen “difundir la cultura, informar acerca de lo que estaba pasando y darle voz a todos los artistas intelectuales.”²

Con el paso del tiempo los objetivos continuaban siendo los mismos, excepto que se han modificado ciertas cosas tales como el manejo del lenguaje, la inserción de nuevas secciones que pretenden acercar al auditorio a terrenos que podrían parecer poco interesantes, cortinillas nuevas, artilerías, etc.; todo aquello que pueda resultar más atractivo y que le dé un buen ritmo al programa.

Justificación del nombre e imagen del programa

El nombre del programa lo tomaron del proyecto anterior (revista cultural), que se quedó en programa piloto y del cual ya se hizo mención anteriormente. Y lo hicieron porque pensaron que era un buen nombre, ya que ubicaba en el horario de transmisión, era pequeño, de fácil manejo para el diseño de los gráficos; además de que en términos de la prisa que tenían a nivel producción de salir al aire, ya tenían hechos todos los gráficos del proyecto anterior. También es necesario recordar que la inversión gastada en el programa de revista cultural había sido muy grande y ya no se contaba con dinero suficiente para producir una imagen nueva.

Estos gráficos se ocuparon durante algunos meses, en lo que el nuevo equipo de trabajo diseñaba un nuevo logotipo y nuevas cortinillas.

Se decidió dar al noticiero el nombre de *Red Cultural*, ya que la idea era dar continuidad a la información, a esa visión de noticia. Lo que

1. Entrevista a Javier García Rivera, 4 mayo de 1998

2. Entrevista a Guadalupe Alonso, 8 abril de 1999.

sucedía era que se quedaban notas que les ganaban los periódicos y desde el punto de vista informativo lo esencial de los noticieros televisivos es que le ganen las notas a los periódicos; de ahí que esta red informativa haya luchado a lo largo de su historia por conseguir el mayor número de espacios hasta contar a la fecha con tres emisiones. Y por otra parte porque ellos realmente tenían la intención de crear una red cultural en donde participaran los estados, TV UNAM, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, etc., de tal manera que se convirtiera en una fuerza informativa, una red televisiva que diera cuenta de todos, o al menos la mayor parte de los acontecimientos culturales que se realizaban en México y en el mundo.

Actualmente, Guadalupe Alonso, directora de la Red Cultural Informativa lo define como "un conjunto de emisiones de noticias que se transmiten a través de Canal 22, misma que se organizó con el fin de dar mayor difusión a la cultura".³

Mediciones reales del rating

Inicialmente iban dirigidos a un público mayor de 18 años y aspiracional en términos de cultura, sin querer decir clasista, sólo interesada en la cultura y punto. Pero ahora es necesario conocer lo más posible al público que está viendo el programa para, con base en eso, tomar las decisiones adecuadas en cuanto a la producción del lenguaje, de la imagen y del audio de las notas.

La medición con la que cuenta la directiva de noticias es la misma que obtiene el canal en general. Al principio tenían un contrato con la agencia IBOPE, pero se dieron cuenta que la medición que esta empresa les ofrecía no era cualitativa, aspecto que la directiva del canal consideraba como determinante en cuanto a tendencias, por lo que después se contrataron los servicios de la agencia ZIMAT, pero tampoco funcionó.

Actualmente el canal tiene contrato con la agencia Cuauhtémoc y Asociados, quienes además de proporcionar información cualitativa de las tendencias de los ratings, también presentan los alcances que va logrando la señal. Los reportes le son presentados a la directiva del canal cada mes y a estas presentaciones se le invita a la directora del noticiero, quien erróneamente no comunica los resultados con su equipo de trabajo, ni siquiera con el productor. Sin duda esta información sería muy

3. *Idem*, Entrevista a Guadalupe Alonso.

valiosa en la valoración de las decisiones que se tomen en cuanto a la producción del programa.

En lo que se refiere al conocimiento de su público, podría asegurarse que no lo conocen al 100%, por lo menos no en el caso del equipo de producción, incluyendo desde el productor hasta el asistente de producción. La directiva declaró que ellos reconocen un núcleo que oscila desde los estudiantes universitarios hasta gente mayor de 45 años. En el caso de *Índice* aseguran que está dirigido a todo tipo de público o público totalmente fortuito que esté viendo el programa y al que se intenta interesar en ver los noticieros de la noche. Inclusive, dentro de este rubro consideran a las amas de casa. *Nueve Treinta* saben que es visto por mucha gente; sobre todo, este programa es buscado en dos sentidos: el primero es que hay gente que lo busca como una herramienta para sentir el pulso de lo que se está dando a conocer y lo que se está promoviendo y no dentro de los espectáculos; el segundo toca a los intelectuales, quienes lo ven porque se ven en la televisión. Digamos que en edades está dirigido a gente que tiene instrucción de la preparatoria en adelante, es decir, de 18 a 60 años. Y, por último, *Al Aire* tiene un gran problema, ya que no cuenta con un horario fijo y por tanto sólo se sabe que lo ven los desvelados, gente que no trabaja o que entra tarde a la escuela o al trabajo.

Renovaciones históricas

La situación histórica de esta producción ha estado determinada por el presupuesto y la condición jurídica que se le ha establecido dentro del Canal 22. En cuanto al presupuesto se puede mencionar que ese siempre ha sido uno de los principales impedimentos para que la producción adquiriera una infraestructura decorosa y competitiva. Esto se debe al desconocimiento que las autoridades del canal tienen con respecto a las necesidades de una producción televisiva. Sin embargo, desde su creación la Red Cultural Informativa ha luchado por conseguir cada vez más espacios de transmisión a través de más noticieros al día y de la producción de programas especiales.

En sus primeros dos meses de existencia sólo salía al aire *Nueve Treinta*, de lunes a viernes en un horario de 21:30 horas, bajo la conducción de Myriam Moscona y José Gordon, conductores que fueron elegidos por ser personajes reconocidos dentro del mundo de la cultura.

Después se le ocurrió a la directiva de noticias que con toda la información que tenían era posible realizar una revista cultural, misma

que fue producida por Javier García Rivera y Fernando Navarro bajo la conducción de Francisco Prieto titulada *Revista Veintidós* que se transmitía todos los sábados desde el 14 de agosto de 1993 hasta el 27 de agosto de 1994. Este programa tenía una duración de una hora con tres cortes a comercial, su contenido consistía básicamente en notas que los reporteros cubrían en la semana, se tenían invitados en el estudio que hablaban de algún tema y se programaban reportajes especiales agregando recomendaciones de la programación del canal.

Con la desaparición de este programa se pensó que se tenía que empezar a construir esa red informativa de la que se había hablado en el proyecto, logrando una mayor cobertura de la información. Entonces empezó la transmisión de un noticiero más en el horario de las 12 horas de la noche con el nombre de Índice 22 bajo la conducción de Rita Abreu. Este noticiero tenía como principal objetivo dar la noticia de los sucesos relevantes que se generaban durante la noche y que era importante ganarle a la prensa y al noticiero que en aquel entonces representaba una competencia: *Hoy en la Cultura*, el noticiero cultural del Canal 11.

En un principio su duración era de 15 minutos, pero después se decidió que el espacio de transmisión se extendiera a 30 minutos, quedando de la siguiente manera en su estructura: los primeros quince minutos era de noticias frescas y el resto era un resumen de las notas que se incluyeron ese mismo día en el noticiero de las nueve y media de la noche. Este programa sólo tenía un corte comercial.

Dentro de ese mismo periodo se manejaba un avance informativo llamado Índice que se transmitía a las 14:30 horas bajo la conducción de Bruce Swansey, jefe de Información de entonces. Su duración era de 5 minutos y en él sólo se enumeraba las noticias que se ofrecerían con profundidad en *Nueve Treinta*.

Por razones presupuestales *Índice 22* desapareció y entonces se decidió repetir la emisión de las nueve y media de la noche a las doce de la noche, con la intención de no perder ese espacio.

A partir del 1 de septiembre de 1997 inicia otra etapa de esta Red Cultural Informativa con la transmisión de dos noticieros. El primero era en el horario de 19:00 horas y era conducido por tres personas nuevas y desconocidas dentro del ámbito cultural: Judith Moreno, Diana Jiménez y Huemanzín Rodríguez. Se llamaba *Al Aire* y su duración era de treinta minutos con un corte a comercial.

En este noticiero se pretendía dar un toque juvenil a las noticias, es decir, se trataba de persuadir al público adolescente. Pero lo cierto fue que no funcionó; en parte por la poca preparación de los conductores a

cuadro y porque el otro noticiero que venía siendo el bocado fuerte, es decir, *Nueve Treinta*, salía al aire en un horario poco privilegiado, las 23:30 horas, quitando audiencia y terreno dentro de la competencia con el noticiero *Hoy en la Cultura*. *Al Aire* desapareció sin previo aviso al público el 27 de febrero de 1998, ya que ocurrió otro cambio en el número de emisiones de esta red cultural, modificación que permanece hasta el momento.

El primero de marzo de 1998 comienzan las transmisiones de tres noticieros de la Red Cultural 22: *Índice* bajo la conducción de Judith Moreno, *Nueve Treinta* bajo la conducción de Myriam Moscona y José Gordon y *Al Aire* bajo la conducción de Huemanzin Rodríguez.

Es necesario destacar que todos los cambios que se han dado a lo largo de la historia de esta Red Cultural Informativa han sido sin previo aviso a la audiencia. De hecho, la directora de noticias reconoció en entrevista que estos cambios se han dado más por cuestiones de ajustes de la carta de programación del canal y el presupuesto del que se dispone, que por la cantidad de información que obtienen y generan a diario o por niveles de rating. Un breve resumen de lo que sucedió durante los primeros años de existencia de este noticiero se presenta a continuación.

1993

Podría considerarse que como era el inicio de un programa y que la gente que laboraba ahí no tenía tanta experiencia en el medio, las órdenes de edición, fuente de consulta ocupada para la investigación, sólo presenta una especie de enumeración de las notas que cada uno de los conductores anunciaría en su turno. Estas hojas no contienen mayor explicación de quién, cuándo se cubría la nota o cuál era la fuente de información de lo que se cubría. Durante los primeros meses manejaron tres cortes a comercial en una emisión con duración de 30 minutos.

1994

La orden de edición ya se volvía más específica y ya contenía un orden de aparición de las notas, qué reportero cubría la nota y empezaban a determinar los formatos en lo que presentarían la información. Es en septiembre de este año que surge el concepto de notas de redacción, mismo que se describirá más adelante. En este año también establecen que los viernes incluirán las entrevistas en el estudio con personalidades representativas del mundo de la cultura y que se ubicará en el segundo bloque del programa que se transmitiría los

viernes. Otra fuente de información a la que recurrían a diario era el anuncio de las efemérides del día, a la cual se le considerará como otra sección. Y, por último, Kiosco, sección que aparecía los jueves y que constituía una especie de promoción de algunas revistas.

1995

Comenzaron a presentar la información por bloques de acuerdo a los géneros, es decir, que la información no se presentaba tanto por la importancia que tenía, sino que debía acomodarse en el orden en que correspondiera a su bloque.

A partir de finales de este año contaron con la colaboración de Luis González de Alba con su sección La ciencia, misma que aparecía los martes y jueves de cada semana. Los viernes, por su parte, se incluía la *Programación de fin de semana* que contenía programas de la barra de programación del canal para sugerir al auditorio.

Cultura Popular era una sección que apareció durante los primeros meses del año y consistían en reportajes realizados por la reportera Rita Abreu, mientras que *Generación X* era la sección realizada por Rosa María Iniestra, otra de las reporteras, donde se les daba voz a los nuevos artistas, a las nuevas generaciones del medio cultural.

Notas breves apareció en marzo de este año y se ubicaba al final del noticiero. En esta parte se daba información muy rápida y resumida de sucesos que hubiesen ocurrido y cuya relevancia era grande. Esta información se obtenía de los cables de noticias o de información que llegaba de última hora.

Después del corte comenzaron a meter un pequeño spot donde se escuchaba la opinión respecto de algún tema del público o de algún entrevistado de las notas de los reporteros. De enero a mayo a esta sección se le conoció como *A propósito de*, después como *Voz ciudadana* o *Voz de la calle*.

1996

A principio de año seguían presentando la información por bloques muy marcados, pero para febrero cambiaron en este parecer y el acomodo de las notas parecía responder más a la importancia del acontecimiento que al acomodo por bloques.

La ciencia continuaba transmitiéndose los martes y jueves, lo mismo que *Generación X* los miércoles. Por otro lado comenzaron a completarse con reportajes que realizaban los reporteros; algunos de ellos fueron intentos por convertirse en secciones periódicas, pero esto nunca ocurrió. Tales fueron los casos de: *La vida está en otra parte* y *Alejandría*

realizadas por el reportero Rodrigo Johnson, *Crónica Urbana* de Rita Abreu y *Trabajos forzados* del reportero Flavio González. Es importante mencionar que los reporteros antes descritos ya no laboran en el noticiero, a excepción de Rita Abreu, quién a últimas fechas comenzó de nuevo a colaborar con la producción. Quizás se podría establecer que con la salida de los reporteros, la directiva no consideró apropiado asignarle la sección a otro reportero y prefirió desaparecer esas colaboraciones.

1997

La ciencia continuaba apareciendo los martes y jueves; además de que se realizaban reportajes esporádicos. En sí, no se registró mayor cambio en el formato y estructura del noticiero.

Horario de emisiones y tiempo total a la semana

Actualmente la Red Cultural 22 cuenta con tres espacios informativos y un avance, que se transmiten de lunes a viernes como se muestra en el cuadro 3.1.

Cuadro 3.1.
Horario de emisiones

| Horario | Programa | Conducción |
|------------|--------------------|---------------------------------|
| 14:30 hrs | Índice | Judith Moreno |
| 19:30 hrs | Avance informativo | |
| 21:30 hrs | Nueve Treinta | Myriam Moscona y José Gordon |
| 23:30 hrs* | Al Aire | Huemanzín Rodríguez |

* Este es un horario teórico, ya que en realidad el noticiero se transmite después de la película insertada dentro de la carta de programación del día del canal; por lo que, en ocasiones, llega a transmitirse hasta la 1.30 de la mañana

La duración de cada uno de los noticieros es de 30 minutos, excepto el avance informativo cuya duración es de 1 a 2 minutos. Todos ellos se dividen en dos bloques y manejan, por tanto, un sólo corte a comercial.

El aumento en el número de emisiones se debió, según la empresa, a que en parte ellos contaban con suficiente información para hacerlo y porque el ser la voz informativa del canal les ha abierto muchas puertas en instituciones, etc. El interés principal es llegarle a más gente.

Por otro lado como equipo ya era necesario cambiar el ritmo de trabajo, ya que estaban acostumbrados a grabar los programas y no hacerlos en vivo. Porque es importante mencionar que antes de la penúltima renovación, todos los noticieros eran pregrabados. Ahora, *Índice* y *Nueve Treinta* son en vivo y *Al Aire*, por razones obvias de horario, es grabado.

Sin embargo, en las tres transmisiones actuales es muy notorio que son repeticiones de las mismas notas en los tres diferentes horarios, inclusive los textos de las notas de redacción son los mismos, es decir, la redacción de las notas no varía con la intención de dirigirlas hacia un público específico, propio del horario.

De hecho, lo que la directiva argumenta es que varían en tres aspectos básicamente: el primer noticiero es tan sólo un índice en el que se intenta tan sólo llegar a la gente e invitarla a ver los noticieros de la noche. Periodísticamente hablando era inclinarse al artículo. En cambio, el de las 9:30 es más noticia con tratamiento de fondo. Y por último, en el de media noche es informar de lo que pasó en el día, pero lo más importante es decir lo que está sucediendo en el momento, y que al día siguiente ocupará los encabezados de la prensa cultural. Es decir, cumplir el objetivo de que la gente puede informarse primero y mejor en el noticiero cultural único en México.

Sin duda su formato, diseño y público son las características que hace diferentes a cada uno de los noticieros. Con base en esto, cada uno de los espacios cuenta con secciones propias. En el caso de *Índice* las secciones son:

1. *Encabezados*. Da cuenta de los titulares del día de los principales diarios de circulación dentro del Distrito Federal en el área de cultura. Es la sección que abre el noticiero.
2. *Itinerarios*. Recomendaciones de sucesos a ocurrir en el día y/o fines de semana. Se encuentra en el primer bloque del noticiero justo antes del corte a comercial.
3. *Programación*. Mención de algunos de los programas a transmitirse en la barra del canal durante el día y/o fin de semana. Es la última sección del noticiero y pasa justo antes de la despedida.
4. *Entrevista en el estudio*. Sólo se transmite los lunes y es la repetición de la entrevista realizada por los conductores de *Nueve Treinta* el viernes anterior. Ocupa el segundo bloque del programa.
5. *Literatura infantil*. Colaboración de Norma Betancourt. Es una cápsula que se transmite los viernes y da la sinopsis de un libro

infantil. La intención es acercar a los niños a la lectura. Se localiza en el segundo bloque.

6. *Cine*. Esta sección pasa los viernes y es la crítica de una película que se encuentra en cartelera. Se encuentra en el segundo bloque del programa y es la repetición de la que se transmite los jueves en *Nueve Treinta*.
7. *Cultura en los estados*. Es una nota que muestra las exposiciones y actos culturales que tienen lugar en algún estado de la república o da detalle de algún festival que ocurra en los mismos. También se transmite los viernes.

Las secciones del noticiero *Nueve Treinta* son:

1. *Alejanoría*. Se transmite los lunes y es una colaboración del escritor Mauricio Molina. Es una cápsula de literatura que ilustra una semblanza crítica de algún escritor u obra de la literatura. En ella se conceptualiza la vida y obra del escritor con el fin de presentar al auditorio un análisis del mundo literario. La mayoría de los escritores a los que se han referido han sido extranjeros.
2. *Ciencia al día*. Es una colaboración de Luis González de Alba donde se ilustra los sucesos naturales propios de la vida del hombre y su entorno; así como de los descubrimientos y avances tecnológicos en materia de salud, humanidades, ecología y astronomía, principalmente. Pasa los martes.
3. *Sueños de la tribu*. Son reportajes elaborados por la periodista Rita Abreu donde se trata de acercar a lo imaginario, a la mente. Es decir, rastrear las fantasías, ilusiones y sueños de la gente, de la tribu. Entre los temas que se han presentado se encuentran: la mexicanidad, los anhelos de año nuevo, la canción social y la ciudad y lo poético. Esta sección se transmite los martes.
4. *Ciudades invisibles*. Es una cápsula donde se ilustra la arquitectura dentro de la Ciudad de México principalmente. En ella se presenta un estudio histórico y arquitectónico de alguna construcción en particular, así como el detalle del por qué de las formas. Pasa los miércoles.
5. *Cine*. Es la reseña crítica de una película que se encuentra en cartelera y está a cargo de Javier González Rubio. Está programada los jueves.
6. *Entrevista en el estudio*. Es la entrevista realizada generalmente en los estudios del canal por Myriam Moscona y José Gordon a algún personaje del mundo de la cultura. Generalmente se realiza de acuerdo a los hechos de relevancia durante la semana. Es

decir, si hubo alguna entrega de premio, la inauguración de una exposición, la presentación de un libro, etc. Con ella se intenta dar voz a las personalidades del mundo de la cultura, por lo que la entrevista gira en torno al análisis de la obra del artista invitado. Se transmite los viernes y ocupa todo el segundo bloque del programa. Esta entrevista nunca es en vivo sino que es grabada en días anteriores, de acuerdo a la disposición de horario del entrevistado.

Todas estas secciones se ubican en el segundo bloque del programa, generalmente antes de la despedida.

7. *Artelera*. Es una cápsula cuya duración es de 20 a 40 segundos que sale justo antes de la salida al corte comercial. Es como una pequeña promoción de alguna exposición que se esté presentando (lunes, martes y viernes) o de algunas publicaciones (miércoles=libros y jueves=revistas).

En cuanto al programa *Al Aire*, éste no cuenta con secciones específicas. Esporádicamente llegan a incluir la repetición de alguna sección del noticiero *Nueve Treinta*, pero en realidad no presenta una periodicidad. Será a partir del 30 de abril que este noticiero anuncie que desde entonces incluirá todos los viernes la sección *Crónica Urbana* que en alguna etapa de la Red Cultural fue transmitida por colaboraciones de la reportera Rita Abreu. Sin embargo, esta programación sólo se respetó unas semanas y actualmente ya desapareció.

Estas secciones son producto de las colaboraciones de personas preparadas y reconocidas en el tema y marcan una especie de editorial sobre diferentes aspectos, diferentes géneros que la Red Cultural Informativa está interesada en resaltar.

Perfil informativo

Desde el inicio de sus transmisiones la Red Cultural 22 se ha definido como un noticiero 100% cultural, entendiéndose por esto "la expresión creativa, la capacidad de creación que existe en el momento, en el entorno que nos circunda y que prevalece más que cualquier otra tendencia, entiéndase en esto a la política, la economía, etc."⁴

Es muy cierto que con el paso del tiempo y en los primeros meses de vida de este noticiero surgió la inquietud de incluir algunas pequeñas notas referentes a la política, la economía, el deporte, etc., pero al

4. *Idem*, Entrevista a Guadalupe Alonso.

proponerles esto a los directivos del canal, la directora de noticias asegura que éstos no aceptaron ya que consideraban que el hecho de realizar una producción con ese formato ya implicaba otro tipo de necesidades, de negociaciones con instituciones de gobierno y lo cierto es que la estructura del canal no alcanzaba para hacer este tipo de programa. Además, porque el canal empezó como una propuesta únicamente de cultura.

La política es una expresión del ser humano, al igual que el deporte y la economía, pero lo que el noticiero ha hecho en cuanto al manejo de la información es encasillar esos términos en lo que es la expresión artística y creativa del hombre. Por ello, dentro del perfil informativo se incluye todo tipo de información que ha sido clasificada en rubros tales como:

- Literatura
 - Cómic
- Artes Visuales
 - Museos
 - Fotografía
 - Escultura
 - Artes Plásticas
- Música
- Teatro
- Antropología y Arqueología
- Historia
 - Efemérides
- Danza
- Cine
- Arquitectura
- Cultura Popular
 - Festivales
 - Artesanías
- Ciencia
- Educación
- Fomento Cultural

Dentro de estos rubros debe reconocerse que se intenta tener una cobertura amplia y dar voz a todas las manifestaciones culturales no sólo de México sino también del mundo.

Respecto a los porcentajes de información nacional e internacional que manejan se hizo un estudio basándose en las órdenes de edición archivadas de este programa y se concluye que se distribuyen de la siguiente manera:

El 85.67% es información nacional y 14.33% es información internacional. Dentro del rubro de la información nacional un 92.33% es información local, es decir, situaciones que ocurren dentro del Distrito Federal y zona metropolitana y el 7.67% restante es referente a sucesos ocurridos en los estados de la República Mexicana.

Respecto al formato de presentación de la información manejan dos tipos de notas:

1. Las de reportero donde ellos hacen el levantamiento de imagen y obtienen aspectos y entrevistas.
2. Y la segunda es lo que ellos llaman Notas de Redacción, que es información nacional e internacional que obtienen de los cables que reciben de las agencias informativas con las que ellos tienen acuerdos, que en este caso son Notimex y EFE; o de la información que les llega vía fax y que por cuestiones de tiempo o disponibilidad de cámaras portátiles no se pudo cubrir.

También es información que comunica acontecimientos próximos a realizarse y cuya importancia es tal que se debe de enterar al auditorio.

Haciendo un análisis de la información que manejan dentro de estos noticiarios se presenta una descomposición de la misma de tres meses del año de 1998 en el noticiero que ellos consideran como más fuerte, en parte por el horario en el que se presenta y por la antigüedad que tiene: *Nueve Treinta*. Se tomaron en cuenta los meses de julio, agosto y septiembre, periodos en los cuales no se llevan a cabo festivales importantes que implican su forzosa transmisión y que descompensarían la información. Tales son los casos, por ejemplo, de la Muestra Internacional de Cine que se lleva a cabo en la Ciudad de México y en Guadalajara durante marzo y a mediados de año, el Festival del Centro Histórico en el mes de marzo, del Festival Cervantino que ocurre durante el mes de octubre, etc;

Mes de julio (total 243)

Se dio información de 181 (74.48%) notas nacionales a nivel local, es decir, sucesos que ocurrieron dentro del Distrito Federal y área metropolitana, 24 (9.87%) fue información de los estados de la República y 38 (15.63%) fueron de corte internacional. De éstas 157 (64.6%) fueron cubiertas por los reporteros del canal y 62 (25.5%) fueron presentadas en el formato que se conoce como Nota de Redacción. 24 fueron el número de secciones presentadas (9.87%).

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

TIPO DE INFORMACIÓN DURANTE JULIO DE 1998



Fig. 3.1.

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN DURANTE JULIO DE 1998

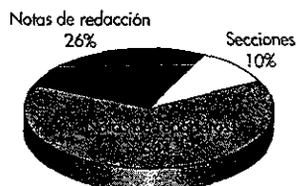


Fig. 3.2.

En cuanto a los rubros, se presentó de la siguiente manera:

- 59 literatura
- 49 artes visuales
- 32 música
- 17 cine
- 14 arqueología y antropología
- 13 ciencia
- 12 arquitectura
- 10 danza
- 9 fomento cultural
- 8 teatro
- 7 historia
- 3 cultura popular
- 2 educación

RUBROS DE INFORMACIÓN DURANTE JULIO DE 1998

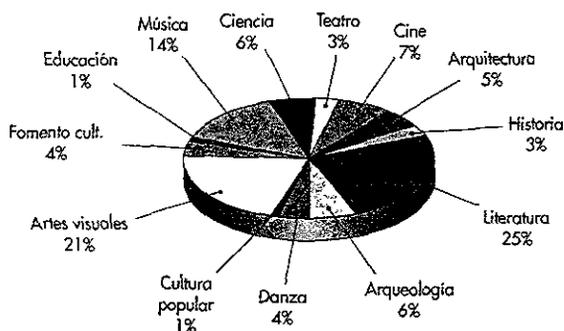


Fig. 3.3.

Mes de agosto (total 223)

Se dio información de 185 (82.95%) notas locales, 12 (5.38%) fue información de los estados de la República y 26 (11.65%) fueron de corte internacional. De estas 150 (67.26%) fueron cubiertas por los reporteros y 45 (20.17%) fueron presentadas como Nota de Redacción. Fueron 28 secciones en total (12.55%).

TIPO DE INFORMACIÓN DURANTE AGOSTO DE 1998

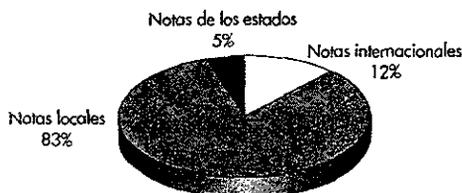


Fig. 3.4.

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN DURANTE AGOSTO DE 1998



Fig. 3.5.

En cuanto a los rubros, se presentó de la siguiente manera:

- 51 artes plásticas
- 49 literatura
- 34 música
- 19 cine
- 14 teatro
- 13 fomento cultural
- 12 historia
- 12 antropología y arqueología
- 10 ciencia
- 8 arquitectura
- 6 danza
- 4 cultura popular

RUBROS DE INFORMACIÓN DURANTE AGOSTO DE 1998

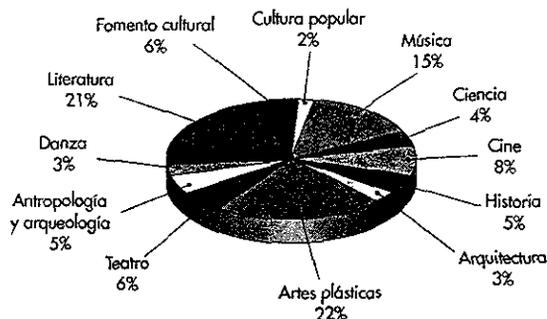


Fig. 3.6.

Mes de septiembre (total 204)

Se dio información de 164 (80.39%) notas locales, 8 (3.92%) fue información de los estados de la República y 32 (15.68%) fueron de corte internacional. De estas 158 (77.45%) fueron cubiertas por los reporteros del canal y 21 (10.29%) fueron Nota de Redacción. 25 secciones se transmitieron durante este mes (12.25%).

TIPO DE INFORMACIÓN DURANTE SEPTIEMBRE DE 1998



Fig. 3.7.

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN DURANTE SEPTIEMBRE DE 1998



Fig. 3.8.

En cuanto a los rubros, se presentó de la siguiente manera:

- 50 artes plásticas
- 19 antropología y arqueología
- 19 historia
- 14 cine
- 14 música
- 13 literatura
- 11 fomento cultural
- 7 ciencia
- 7 arquitectura
- 5 teatro
- 3 danza
- 2 cultura popular

RUBROS DE INFORMACIÓN DURANTE SEPTIEMBRE DE 1998

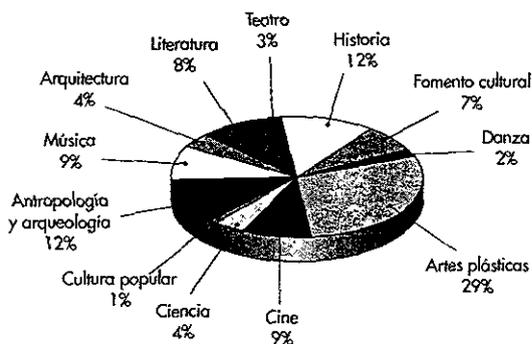


Fig. 3.9.

Es importante aclarar que dentro del recuento que se realizó no se tomaron en cuenta las secciones fijas dentro del noticiario. Con este breve análisis es posible darse cuenta que todos los rubros se encuentran incluidos dentro de su programación diaria y es posible definir cuáles son los que más generan información a criterio de esta producción.

En cuanto a la información que generan los estados de la República, en principio sólo se presentaba lo que llegaba por los cables de noticias o hechos muy especiales que ameritaban el que un reportero saliera de viaje durante el periodo de duración del acontecimiento, tales como la Muestra de Cine o la Feria Internacional del Libro en el estado de Guadalajara, el Festival Cervantino en Guanajuato, el Congreso Internacional de la Lengua en Zacatecas o INSITE en Tijuana; sin embargo, a últimas fechas el área de noticias ha cubierto más hechos fuera del área metropolitana tales como los reportajes que se hicieron durante 1998 en el estado de Baja California Sur sobre el proyecto de la Ballena Kuyimá o el proyecto presentado en el Pico de Orizaba sobre un telescopio que se va a dirigir desde varios lugares.

Debe reconocerse por otro lado que la producción no cuenta con un cuantioso presupuesto de forma permanente que pudiera facilitar que los reporteros salieran continuamente a los estados de la República. De hecho, las ocasiones en que han salido se han generado muchos problemas en cuando al pago de los viáticos. Sin duda este es un gran problema que debe atacarse lo antes posible.

Estructura funcional de la Red Cultural 22

ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA FUNCIONAL DE LA RED CULTURAL 22

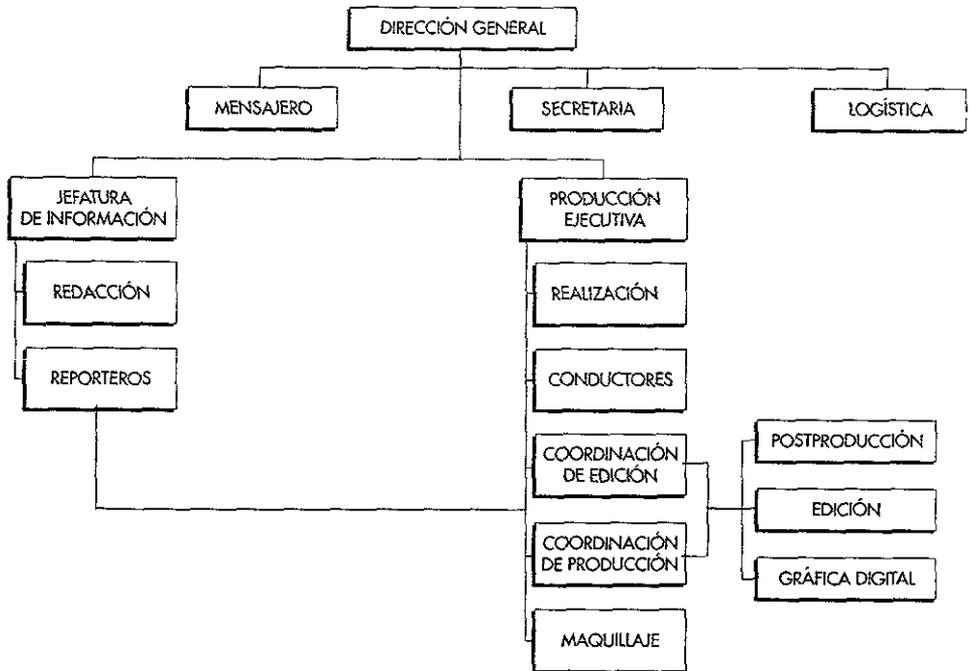


Fig. 3.10.

Dirección General

Sustentada en una sola persona la dirección se encarga de “diseñar las políticas de trabajo y operación de los noticieros y programas especiales de Canal 22, mantiene la calidad y orienta los programas conforme a la política general del canal, coordina las líneas de información, la producción y la transmisión de noticieros y establece las normas operativas, lleva a cabo las gestiones administrativas en cuanto a recursos humanos y materiales y establece y consolida las relaciones con diversas instituciones dedicadas a la cultura y las artes.”⁵

En resumen, es la persona responsable de proporcionar el mayor género de facilidades y posibilidades para que un programa pueda ser puesto al aire.

5. Documento del canal 22 relectado por la Dirección de Noticias, 1999.

Información

Es un departamento que cuenta con tres personas: el jefe de información, la coordinadora de información y una asistente. Los dos primeros se encargan de estar en contacto con la directora general para decidir cuáles serán los sucesos a cubrir y bajo que formato se va a presentar en los noticieros. Después de revisar los cables de noticias, los artículos publicados en los periódicos del día, la información que llegó vía fax y boletines de prensa, elaboran la orden de edición del día de los tres noticieros (véase anexo 1), entendiendo que ellos son quienes deciden el orden de aparición de las notas de acuerdo a su relevancia y trascendencia y, por supuesto, de acuerdo a la hora en que se cubre la nota.

Mientras tanto, la asistente, después de enterarse de cuántas cámaras tendrá disponibles para el día siguiente, se encarga de contactar a todas las personas responsables de la realización de los eventos para confirmar la asistencia de las cámaras en una hora y lugar determinado, redactar y enviar los permisos que sean necesarios y hacer el acomodo de los hechos en los horarios de cámara dispuestos.

Después de esto realizan las órdenes de cámara (véase anexo 2) y las órdenes de reportero (véase anexo 3), se les da el llamado a los reporteros donde se establece algunas especificaciones como la hora, el lugar, si sale con cámara del canal o si llega directo a locación, si hay entrevista o si sólo hay que levantar aspectos del lugar.

Además, en cada una de las órdenes se les anexa copia de la información que llegó, es decir, la invitación o el boletín de prensa, así como información adicional si es que se consiguió algo, lo cual sucede muy escasas veces.

En este apartado es importante mencionar que existen muchas ocasiones en que los reporteros cubren sus notas sin tener un anticipo previo de información; y con poco o nulo antecedente del caso, llegan al lugar en busca de mayor detalle.

Las órdenes de cámara son repartidas en copia al área de Política Cultural del Canal 22, a la directora general de noticias y a su secretaria, al productor, al departamento de redacción, a la coordinadora de edición, a la coordinadora de producción y a sistemas portátiles, mientras que el departamento de información se queda con el original. Todo esto se hace por el flujo de trabajo que más tarde se explicará con detalle.

En cuanto a las órdenes de reporteros, se les entrega una copia a la coordinadora de edición para que pueda ir adelantando, si es necesario, la búsqueda de materiales de apoyo; dos copias para el área de

redacción, una copia a cada uno de los reporteros, mientras que el original se lo queda el área de información.

Por todo ello, la asistente debe tener contacto permanente con el jefe de sistemas portátiles para tener conocimiento pleno de si los sucesos se están cubriendo de acuerdo a lo previsto o si existe algún cambio o cancelación; también con los reporteros, ya que con ellos negocia el horario disponible para cubrir las notas.

Redacción

Es el departamento que se encarga de la redacción de los pies de los conductores (véase anexo 4) y de las notas de redacción (véase anexo 5), así como del armado de cada uno de los guiones de los tres noticiarios. Cuenta con dos personas titulares, quienes de acuerdo a las copias que se les entrega de la orden de cámara, la información de los cables de noticias, de los artículos publicados en los periódicos y de las enciclopedias, así como información adicional que pudieran obtener de otras fuentes como el Internet, conciben la idea básica transformando de una forma creativa las ideas, conceptos y situaciones en un lenguaje televisivo apto para convertirse más tarde en imágenes con el trabajo de edición.

En este departamento no sólo es importante que sepan escribir correctamente, sino también que sean capaces de manejar adecuadamente la utilización de los dos sentidos básicos a los que va dirigido el medio televisivo: la visión y el oído.

En el caso de la redacción de los pies de los conductores, la única intención es dar un poco de información de la nota que el reportero ampliará más tarde; su fin es interesar al público en ver la nota. En cuanto a las notas de redacción, éstas deben contener mayor información, ya que es como si estuvieran describiendo un evento al que no pudieron asistir y del cual deben de dar lujo de detalle. También se da el caso en que tienen que dar cuenta de algún acontecimiento que tendrá lugar en los próximos días.

Conductores

Los conductores fundadores de la Red Cultural son Myriam Moscona y José Gordon quienes fueron escogidos porque eran personas representativas dentro del mundo de la cultura; sin embargo, por la premura de la salida al aire, ya no daba tiempo de capacitarlos para que se adecuaran a las cámaras y al flujo de trabajo dentro de una producción. La directora de noticias pensó que lo más indicado era conjugar la

mancuerna de conductores-escritores, no solamente porque están enterados de todo lo que sucede sino también porque su vocabulario, su forma de expresión es más seria, más articulada que otros.

Ellos eran personas que no tenían ninguna experiencia a cuadro y en un principio no manejaban soltura, lo que redituaba en un noticiero muy tieso, muy de lectura de guión. Sin embargo, a la larga, la directiva ha considerado que fue una buena elección, ya que el público reconoce que son personas serias que están al tanto y saben lo que dicen, además de que han logrado una amplia credibilidad y poder de convocatoria, no así su familiarización con las cámaras y la improvisación.

En el caso de Judith Moreno, aunque ella no tenía ninguna experiencia a cuadro su incursión se debió a que se presentó al casting que realizaban por las fechas en que los directivos ya tenían planeado aumentar el número de emisiones al día. En su experiencia laboral cuenta el ser guionista de una serie llamada Juventud y Salud, ser asistente de dirección de Felipe Cazals en la serie Luces de la Ciudad y la producción ejecutiva de una coproducción TV France - Canal 22 sobre el escritor Octavio Paz.

Y, por último, Huemanzín Rodríguez, además de ser uno de los reporteros de esta producción desde 1996, ya tenía experiencia a cuadro ya que a lo largo de su experiencia profesional se registra la conducción de las series *Pequeños viajeros* y *Serpientes y escaleras* que se produjeron en lo que entonces era IMEVISION; fue moderador en algunas mesas de debate producciones de Canal 11 y de la UTE y; dentro de Canal 7 en la serie televisiva *Ya es tiempo* bajo la producción de Javier Solórzano. Por último, llevó la conducción y asistencia de dirección del homenaje que se realizara a Francisco Gabilondo Soler, Cri-Cri a nivel nacional el mismo año de su muerte.

Reporteros

Actualmente el canal cuenta con 8 reporteros contratados por el canal y uno más por parte de la agencia Notimex. Ellos se encargan de hacer los levantamientos de imagen y redactar una nota informativa donde, además de vaciar la información, anexan pequeñas intervenciones de los entrevistados, en su caso. Por tanto, deben de estar actualizados en la información que, tanto la alta, como la cultura popular, generan a diario.

En los guiones que redactan deben especificar el nombre de la nota, el nombre del camarógrafo que los acompañó, el día que se realizó el levantamiento de imagen, el número de registro de la cinta que

ocuparon, además del crédito completo del entrevistado, es decir, su nombre y cargo o profesión. En ocasiones llegará a poner alguna anotación donde especificará qué tipo de imagen quiere que vaya en determinada parte de la nota, pero nunca se quedan en la edición de la nota, lo cual, como se verá más tarde, es un gran problema, ya que la interpretación del reportero es una y la del editor puede ser otra.

En las órdenes de edición del día se les especifica a los reporteros la duración contemplada para su nota, para que a ellos les sirva de referencia al momento de redactar, pero la determinación del tiempo es flexible en el sentido de que el reportero puede comentar con los jefes si la nota informativa requiere de mayor tiempo o si es poco relevante y puede ser de menor duración a la estipulada inicialmente.

Es importante que mantengan contacto con los conductores a fin de proporcionarles información adicional real de los sucesos que cubrieron para evitar errores en la mención de los conductores a cuadro.

Producción

La cabeza del departamento es el productor ejecutivo, quien "coordina la producción estableciendo las pautas en el diseño de la producción en formato televisivo de los noticieros del Canal 22, coordina la grabación en estudios y/o locaciones de los noticiarios y los programas especiales en los que intervenga la Dirección de Noticias, vincula a las áreas de Producción, Técnica y de Operación, Programación y Videoteca del canal para la elaboración de los noticiarios, crea y supervisa el diseño de la imagen de los noticiarios y programas especiales, gestiona las necesidades referentes a recursos humanos y materiales ante la Dirección de Noticias y coordina las áreas de Realización, Edición y Post-producción del formato televisivo de los noticieros."⁶

Entre otras tareas se registra la de dirección de cámaras en la emisión de *Nueve Treinta* que se transmite en vivo.

El productor cuenta con un apoyo, el realizador quien lo representa en su ausencia, además de que "coordina las actividades de servicios a la producción, verifica los tiempos y movimientos del personal que se requieran para la obtención de información, capacita al personal en materia técnica y de producción con el objeto de mejorar y uniformar los criterios de calidad de los noticieros y edita y superviza la edición de todos los programas de noticias"⁷, vigila el trabajo de las colaboraciones

6. *Idem.*

7. *Idem.*

que aparecen en la emisión de *Nueve Treinta*, controla la edición de las notas y dirige la realización del avance informativo y de la emisión de *Al Aire*.

También se encuentra dentro de esta área la Coordinadora General de Producción, quien debe tener conocimiento pleno de todas las necesidades de la producción para resolverlas, contando entre ellas la "coordinación de los esfuerzos necesarios para producir la imagen en pantalla, coordina los materiales externos y la producción de materiales internos, organiza los recursos técnicos que se utilizan para la edición, producción y post-producción de noticieros y coordina la producción de programas especiales, coordina los horarios y prestación de servicios a la producción de noticieros en coordinación con la Subdirección General Técnica y de Operación del canal".⁸ Los servicios comprenden: el estudio, las islas de edición y post-producción, copiados, sistemas portátiles y, en ocasiones especiales, la señal de satélite de algún suceso o entrevista por teléfono (phone patch). Es la persona que se encarga de determinar qué reportero cubre determinada nota, tiene conocimiento de cuáles notas ya están editadas y cuáles ya fueron transmitidas en cada uno de los noticieros y supervisa el registro de los supers de cada una de las notas. Asiste al productor en la realización del noticiero de las 21:30 horas y es además responsable y directora de cámaras de la emisión de *Índice*.

De la misma forma debe conocer los materiales que se entregan como apoyo para ilustrar las notas de los reporteros; éstos pueden ser: libros, revistas, fotografías, videos, etc. Consigue los trailers de las películas para que sean ilustradas adecuadamente las secciones de cine.

Edición

Existe una persona encargada de la coordinación quien "solicita al área de videoteca los materiales necesarios para la producción del formato televisivo de noticieros y envía para archivo a videoteca los materiales de formato televisivo de noticieros y programas especiales hechos por al Dirección de Noticias."⁹ Supervisa el manejo de las cintas para la edición y post-producción de las notas. Se encarga por ello de proporcionar y registrar las cintas necesarias para el levantamiento de imagen de los reporteros, en edición para las pistas del armado de las notas y para los masters de los noticieros. Además controla el sistema

8. *Idem.*

9. *Idem.*

de copiados que solicita el público de las notas que la Red Cultural 22 ha transmitido.

Por todo ello es que mantiene contacto estrecho con el departamento de videoteca del canal para tener conocimiento de la cantidad de cintas virgen con las que cuenta día con día y, llegado el momento, echar mano del proceso de reciclaje de cintas, lo cual ocurre durante el segundo semestre del año.

Debe de mantener el registro de las cintas en donde están editadas cada una de las notas y archivar las notas de los reporteros, para que cuando se requiera de una revisión de las mismas se tengan a la mano. Este es el caso de los programas que se realizan en periodos vacacionales tales como la semana santa y finales de año en donde se recurre a la repetición de las notas transmitidas a lo largo del año.

Tanto la coordinación de producción como la de edición cuentan con un asistente quien también debe tener conocimiento pleno de todo el proceso, de tal manera que apoye en la búsqueda y registro de las cintas que se ocupan, también asiste en el registro de los supers y asiste a la directora de cámaras en la emisión de *Índice*. Tiene a su cargo la responsabilidad de proporcionar el material de apoyo para las notas de redacción y las entrevistas de los viernes en el estudio. En general, apoya en las tareas de las coordinadoras.

El departamento de noticias cuenta con 5 editores, 2 de ellos trabajan con horario matutino y el resto con horario vespertino. Además de las notas diarias, cada uno de ellos tiene asignada la edición de alguna de las secciones que aparecen en los noticieros.

Post-producción

Por las capacidades que proporciona en la edición de las notas, al permitir la incursión de algunos efectos, es el área donde se editan las notas de redacción y las entrevistas en el estudio; se idean las arteleras y algunas cortinillas que se ocupan en las notas y para el armado de los noticieros y programas especiales.

Este servicio, en el departamento de noticias sólo se encuentra disponible a partir de las 17:00 horas, lo que limita en mucho la producción del noticiero *Índice*, sobre todo cuando es necesario meter notas de último momento en las que no se cuenta con mucha imagen y donde es prescindible realizar alguna edición con incursión de efectos.

Diseño digital

Esta área está encargada a una sola persona que es subordinada por la directora de noticias y el productor ejecutivo. Su tarea consiste

básicamente en realizar las cortinillas, backs que se ocupan en Índice, el teaser de los dos noticieros de la noche y los cambios en la imagen general de los noticieros. Su trabajo lo elabora en la isla de edición no lineal que permite muchas más posibilidades en la edición. El servicio de este departamento sólo está disponible a partir de las 16:00 horas; otro factor más que limita la producción del noticiero de las 14:30 horas.

La creación de este departamento fue reciente, ya que la adquisición de la isla de edición no lineal por parte del canal fue también reciente.

Personal técnico

El staff técnico es el personal que se ocupa no sólo en la producción de los noticieros, sino también en el resto de las producciones del canal, lo que afecta a la producción de los noticieros cuando existe la grabación de otras producciones a la misma hora, ya que el canal no cuenta con personal de apoyo.

Básicamente el personal lo constituyen, como en cualquier otra producción, el director técnico, encargado de garantizar el adecuado funcionamiento del equipo que interviene durante la grabación o transmisión, además de que aconseja al productor sobre las posibilidades del equipo y determina cuáles imágenes y audios del programa no pueden pasar por no cumplir con el mínimo de calidad desde el punto de vista técnico electrónico.

También se encuentra el switcher, encargado de mandar al aire las imágenes de que el director ha seleccionado. Esta persona debe tener conocimiento del conmutador de imágenes o también llamado switcher para manejar correctamente la guía de continuidad de imágenes establecida por el director.

A éste lo auxilia el operador de video quien vigila que éste último se mantenga dentro del estándar de cada una de las cámaras que se ocupen así como de cualquier otra fuente como las máquina de videocintas.

Debemos recordar que las dimensiones que se manejan en televisión sólo son dos: la altura y el ancho; la profundidad debe ser creada artificialmente y la única manera de hacerlo es mediante la iluminación. Este es uno de los principales trabajos del iluminador, separar entre sí a las personas y objetos que intervengan durante el programa, por su mismo volumen o tridimensionalidad.

Los camarógrafos son quienes realizan las tomas que el director de cámaras les asigna. Su experiencia sobre la composición plástica de las imágenes debe ser amplia, además de conocer lo suficiente sobre la gramática de la imagen para poder realizar sus tomas correctamente. En

el caso del noticiario *Índice* sólo se ocupa una cámara, en *Nueve Treinta* y *Al Aire* se ocupan tres cámaras; esto de acuerdo al formato e imagen que ocupa cada noticiario.

El floor manager o jefe de piso es el contacto entre el personal que se encuentra en la cabina y del estudio. Es el medio de comunicación que permite tener al tanto de lo que está sucediendo en ambos lados. Entre sus principales funciones se encuentran las de marcar las entradas y las cámaras a las que habrá de dirigirse el conductor.

Por último se encuentra el generador de caracteres quien se encarga del archivo de los supers de los entrevistados que aparecerán en las notas de los reporteros, así como de los créditos del personal que labora en el noticiario. Su labor es muy importante, ya que la correcta ortografía y aparición de los supers contribuye a la buena imagen del noticiero.

Cada área, excepto el personal técnico, tiene asignado un servicio social que les sirve como soporte en sus tareas. De hecho, gracias a esta prestación la directiva de noticias no se preocupa tanto por la contratación de personal. Debe mencionarse que el servicio social no recibe ninguna remuneración económica ni incentivos de otra índole.

Finalmente, se presenta a continuación el rol de créditos que corresponde a la Red Cultural 22 para que se tenga una mejor idea de la cantidad de gente que labora en la producción de estos programas y además rinda como un reconocimiento a los mismos.

| | |
|--------------------------------------|--|
| Dirección de Noticias: | Guadalupe Alonso |
| Productor Ejecutivo: | Luis De La Hídalga |
| Jefatura de Información: | José Gordon |
| Conductores: | Judith Moreno, José Gordon, Myriam Moscona y Huemanzin Rodríguez |
| Coord. General de Producción: | Norma Betancourt |
| Realización: | Araceli García |
| Coord. de Información: | Manola Rius |
| Jefe de Redacción: | Mónica Nepote |
| Redacción: | Judith Moreno |
| Coord. de Edición: | Isaura Roman |
| Post-producción: | Moisés Ortega |
| Gráfica Digital: | Prometeo Pineda |
| Reporteros: | Elena Guiochins, Griselda Armendariz, Huemanzin Rodríguez, |

| | |
|--|---|
| Edición: | Roberto Frías, José Galindo, Christian Malcher, Claudia Silva, Lourdes Martínez, Ernesto Cisneros, Martín Rodríguez, Jorge Gutiérrez, Salomón Camacho |
| Relaciones Publicas: | Margarita Gutiérrez |
| Logística: | Jorge Heredia |
| Asistente de Información: | Verónica López |
| Asistente de Producción: | Erika García |
| Maquillaje: | Laura Urraca |
| Responsable Area Técnica: | Faustino Ramón Sánchez |
| Switcher: | Arturo Aranda |
| Generador de Caracteres: | Adriana Vera Y Carmen De La Torre |
| Control de Video: | José D. Castillo |
| Operador de Audio: | Faustino Puga Y Héctor Regalado |
| Operador de Videotape: | Norberto Castañeda |
| Floor Manager: | Gabriel D. González |
| Camarógrafos: | Jorge Barrios, Flocelo Palacios y Moisés Díaz L. |
| Jefe de Sistemas Portátiles: | Mario Lozano |
| Sistemas Portátiles: | Armando López, Javier Contreras, Juan Manuel Torres, Ricardo Flores, Saúl Nieto. |
| Asistentes Sistemas Portátiles: | J. Manuel Barajas, Oscar Muñoz, Alfredo Hidalgo, Ramón Ríos, Jesús Cervantes, Edgar González. |
| Iluminador: | Manuel Roman |
| Ayudante de Iluminación: | Porfirio Galicia |
| Microfonista: | Feliciano López L. |

Agradecemos la colaboración de:

- Coordinación Nacional de Medios Audiovisuales, CNCA
- Autoridades del CNCA para la realización de este programa
- Dirección de la Cineteca Nacional
- Dirección de Cinematografía
- IMCINE
- RTC

Flujo de trabajo

La descripción de un día de trabajo es el siguiente: Al empezar el día se revisan los cables de noticias y se acomodan los faxes que se hayan recibido y que contengan información del día, así como de acontecimientos próximos para que la directiva los analice y distribuya. Mientras tanto se hace el registro completo de las cintas en las órdenes de edición, además de que se registra en los textos de los reporteros el día y el horario en que salieron al aire. Los reporteros salen a cubrir sus notas y los editores en turno comienzan el armado de los itinerarios, programación, notas de redacción y encabezados que saldrán en *Índice*, además de las notas de reporteros que pudieran haber quedado pendientes y que no salieron al aire en los noticieros de la noche del día anterior.

Cuando llega la directora, el jefe y la coordinadora de información se reúnen para revisar toda la novedad y formular la orden de edición del día de los dos noticieros de la noche. En tanto, Judith Moreno, conductora de *Índice* realiza la orden de edición de su noticiero; misma que será autorizada por la directiva. Después se dedica a revisar y redactar la sección de encabezados que saldrá en la emisión del día y si es necesario escribe notas de redacción con información relevante de última hora, misma que se informará con mayor detalle en los noticieros de la noche.

Autorizada la orden, se les pasa copia a los editores en turno para que junten y revisen las notas que se transmitirán; también se inicia el cargado y repaginado de los "supers" del noticiero *Índice*. Para el armado del guión sólo tiene que imprimirse los pies del día anterior ocupados en los noticieros, ya que son los mismos, y ordenarlo de acuerdo a la orden de edición acordada para *Índice*. El guión está listo y mientras la conductora está en maquillaje checa los últimos detalles junto con la directora de cámaras.

Llegada la hora, el noticiero se transmite en vivo y mientras tanto en la oficina se imprime la orden de edición de los noticieros de la noche y se comienza a buscar el material de apoyo para las notas de redacción y las de los reporteros que así lo requieran. El guión comienza a redactarse, lo mismo que a cargarse los supers.

En el área de información durante todo el día se hace la contactación de los sucesos para más tarde redactar la orden de cámara y dar el llamado para el día siguiente a los reporteros.

Por la tarde, cuando ya hayan sido redactados los itinerarios y programación del día siguiente, la coordinadora de edición se dedica a

buscar el material de apoyo para ilustrarlos y dejarlo listo para que el editor encargado pueda comenzar a trabajar por la mañana de inmediato.

Conforme llegan los reporteros se van editando las notas, tomando en cuenta el orden de aparición de las mismas en los noticieros. El productor revisa que la sección del noticiero *Nueve Treinta* del día ya haya quedado ilustrada y de existir algún cambio, el editor pueda hacerlo a tiempo.

A la hora que haya sido determinada por el máster para realizar el avance informativo, éste se transmite en un horario que oscila entre las 19:30 y 20:00 horas. A las 21:00 horas aproximadamente los conductores de *Nueve Treinta* llegan a maquillaje y se hace una rápida revisión del guión para salir al aire en punto de las 21:30 horas.

Terminado el noticiero se procede a grabar el noticiero *Al Aire* para que cuando quede completamente armado y calificado se entregue en el máster para su transmisión estipulada en el día.

En el cuadro 3.2 se presentan las actividades antes descritas en cada una de las áreas.

Cuadro 3.2.
Actividades dentro de las áreas

| <i>Información</i> | <i>Producción</i> | <i>Edición</i> |
|---|---|--|
| Revisión de la información | Registro completo de las notas del día anterior | Edición de las notas de reporteros y secciones. |
| Elaboración de la orden de edición. | Búsqueda de materiales de apoyo | Transmisión en vivo de <i>Índice</i> , el avance informativo, <i>Nueve Treinta</i> y grabación de <i>Al Aire</i> |
| Redacción del guión | Calificación de cintas y registro de supers del día. | |
| Confirmación de los sucesos a cubrir y llamado a los reporteros | Abastecimiento de cintas para los casos a cubrir el día siguiente | |
| Repartición de las órdenes de edición al resto de las áreas | Revisión de las notas disponibles para cada uno de los noticieros | |

Convenios con otros espacios informativos

Básicamente, estos acuerdos surgieron a raíz de la falta de herramientas que en un principio ostentaba el canal, tales como la falta de equipo portátil, de edición, inclusive, de personal. Estos acuerdos se manejan a nivel canal de acuerdo a la política institucional y son aprovechados básicamente por el departamento de noticias.

Notimex

Además de manejar un contrato con ellos en el que se consultan todos los días los cables informativos, también tienen un acuerdo de intercambio de servicios en donde Notimex ayuda en la cobertura y edición de por lo menos dos notas al día; por su parte, el Canal 22 proporciona, de vez en cuando, los servicios de edición y post - producción o el estudio de grabación. Afortunadamente, esta agencia ya está mandando equipo a Los Angeles y a Colombia, con la promesa de alimentar con este tipo de información internacional al área de noticias del Canal 22.

En lo que se refiere al contrato del "hilo informativo" o recepción diaria y a toda hora de los cables de noticias el procedimiento es el siguiente: Se hace un contrato inicial, con duración perpetua, mientras no exista una cancelación, es decir, que no hay renovación del contrato cada determinado periodo; el cobro mensual es de \$2800.00 + IVA y la recepción es vía satélite, por lo cual es necesaria la instalación de una antena parabólica cuyo costo actualmente es de \$3000.00. Este satélite tiene la capacidad de mandar y recibir información cubriendo toda la República Mexicana, el sur de Estados Unidos y todo Centro y Sur América.

El número de noticias aproximadas que genera esta empresa diariamente con un servicio de 24 horas al día es de 450 notas nacionales e internacionales.

CEPROPIE

Este apoyo es en cuanto a la cobertura en imagen de los eventos de la presidencia o de mayor relevancia en el mundo cultural. Tales son los casos de: el Informe de Gobierno, el Informe en cuanto al presupuesto asignado al área de cultura, declaraciones de funcionarios públicos en situaciones trascendentales u homenajes a escritores como Octavio Paz y Jaime Sabines. La señal se recibe vía satélite en el master del canal y se puede disponer de ella siempre que se necesite, previa autorización de la directiva del canal.

Unidad de Producciones Audiovisuales (UPA)

El problema con esta empresa es que a cada rato cambia de director y de la misma forma cambia el acuerdo. Durante los primeros años del noticiero se trabajo muy de cerca con ellos y se tenían proyectos en común, pero en este momento la situación es más independiente. El apoyo que ellos proporcionan ahora es mínimo, ya que la mayoría de las

ocasiones ellos cubren los mismos sucesos y eso es poco aprovechable en cuanto a producción se refiere. Salvo que ocurra un evento muy importante del CONACULTA, el apoyo es nulo.

EFE

Este contrato se maneja únicamente en la recepción diaria y durante las 24 horas del día de los cables informativos. El procedimiento es el mismo que en la agencia Notimex, ya que se realiza la colocación de una antena y una computadora que recibe la señal. No existe cobro alguno por la instalación o el mantenimiento de los mismos. Los contratos son anuales y la mensualidad tiene actualmente un costo de 400 dls. + IVA de acuerdo al tipo de cambio del día. La agencia proporciona alrededor de 350 noticias diarias de corte nacional e internacional de todos los géneros.

Instalaciones y actualización tecnológica

La directora de noticias considera que los avances se han registrado de acuerdo a la velocidad de cambios en los recursos que el canal ha ido adquiriendo con el paso del tiempo. Las nuevas adquisiciones en todos los espacios de trabajo han sido tardías, pero todas se han aprovechado al máximo.

De hecho, durante mucho tiempo se ha trabajado con recursos que la propia dirección de noticias o los productores han puesto de los suyos. De no tener éstos, la actualización tecnológica y el subsecuente flujo de trabajo sería todavía más lento de lo que ya es.

Oficinas

Las oficinas de noticias se encuentran ubicadas en el primer piso del Edificio Pedro Infante dentro de los Estudios Churubusco. Cuentan con la oficina principal de la Directora de Noticias (fig. 3.11), la oficina del Productor y Realizador (fig. 3.12), la oficina del Jefe de Información (fig. 3.13), una más donde se encuentra el área de información (fig. 3.14), otra para el área de producción (figs. 3.15 y 3.16) y una última para el área de redacción (fig. 3.17). En la parte central se encuentra un pequeño espacio donde los reporteros pueden llegar a redactar sus notas ya que ahí se encuentran instaladas dos máquinas de escribir y una computadora, además de 2 fotocopadoras (fig. 3.18).

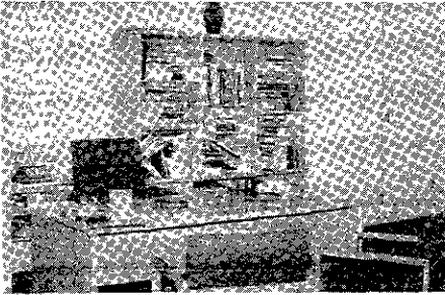


Fig. 3.11. Oficina de la Dirección General de Noticias.

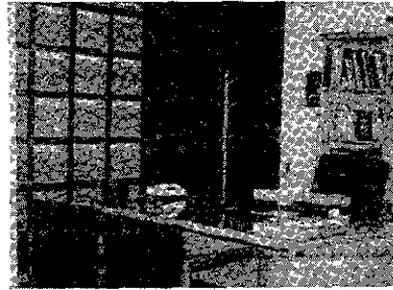


Fig. 3.12. Oficina del Productor.

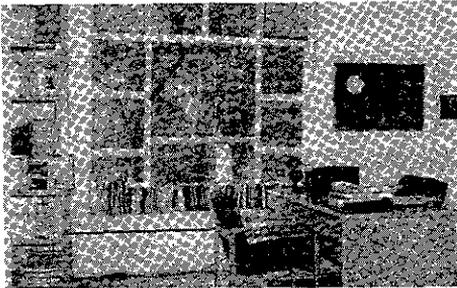


Fig. 3.13. Oficina del Jefe de Información.

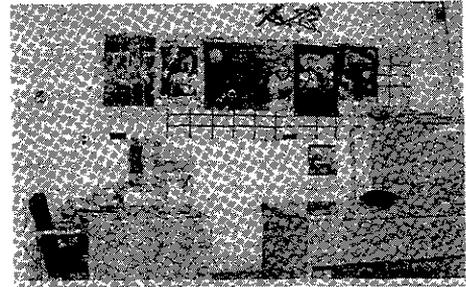


Fig. 3.14. Área de Información.



Fig. 3.15. Oficina del Departamento de Producción.

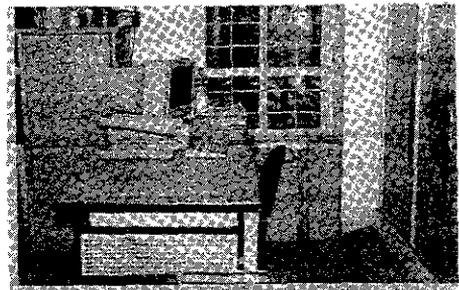


Fig. 3.16. Oficina del Departamento de Producción.



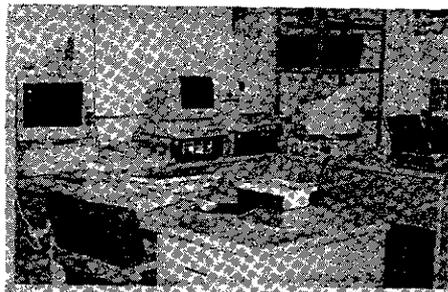


Fig. 3.17. Área de Redacción.

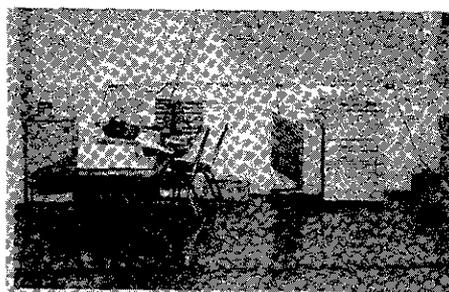


Fig. 3.18. Área de reporteros.

Estudio

Para poder retratar mejor el inmobiliario que existe en el estudio donde se graban los tres noticiarios de la Red Cultural 22 es necesario explicar las escenografías y el proceso de grabación de cada uno de ellos. En el caso de *Índice* se recurre al uso de la tecnología mediante el uso de "backs", antecedente primario de lo que actualmente conocemos como set virtual y que ya es utilizado por las grandes empresas televisivas, y cuya explicación técnica es la siguiente: la cámara con la que se apunta al conductor lleva un aditamento, una tarjeta que sirve para perforar la imagen que se encuentra delante de una pared pintada de azul fuerte (que también puede ser color verde, roja o negra, según se decida). Con el switcher se ajusta la imagen con la tecla "key" de acuerdo al nivel de video y border, la cual es auxiliada por la iluminación. Por otro lado, se tiene una cinta con imágenes grabadas, que pueden ser fijas o con movimiento, que estará corriendo como fondo. En el caso de este noticiario los "backs" seleccionados refieren a pinturas y fotografías de museos, los cuales no son temáticos, es decir, no tienen relación alguna con la nota que se anuncia. Por todo esto, la única escenografía utilizada es una mesa, una silla y la tabla pintada de azul que se coloca a espaldas del conductor; se ocupa una sola cámara.

Para *Nueve Treinta* se ocupa el mismo escritorio con una silla para cada conductor y a sus espaldas se encuentran dos tablas encontradas y abiertas como un libro con una perforación rectangular al centro de cada una donde se proyectan imágenes, fotografías de museos, cuadros, paisajes, etc. Cabe señalar que las imágenes que aparecen no van de acuerdo a la nota que se está anunciando; en realidad, son escogidas al azar. Al centro de las tablas se coloca una escultura en color azul.

A partir de marzo de 1999 comenzó a utilizarse una nueva imagen, la cual puede ser relacionada con el cine, ya que en la presentación de los

conductores y al término de cada nota se hace una toma general del estudio con la imagen recortada en la parte superior e inferior de la pantalla. Este efecto es realizado desde el switcher con las teclas de efectos: *wiper*, *key*, *split* y *level* con el cual se determina el grosor de las franjas negras que cortan la toma. En esta ocasión se ocupan tres cámaras: una dirigida a cada conductor y otra más para las tomas generales.

Para *Al Aire* se ocupan igualmente tres cámaras, pero aquí se recurre más a los movimientos de las mismas. El conductor se sienta en una silla y a su costado derecho se encuentra una escultura iluminada. Los encuadres varían involucrando a la escultura o a una de las cámaras o tan sólo al ciclorama del estudio iluminado con alguna luz tenue de color.

(Nota de último momento) El último cambio registrado en la escenografía de los programas *Índice* y *Al Aire* ocurrió el 20 y 19 de julio de 1999, respectivamente. Desde entonces se ocupa como fondo una escultura y los cambios obedecen al uso de la iluminación, en tonos cálidos para *Índice* y tonos fríos para *Al Aire*. La dinámica cambió también en el factor de encuadres y manejo de cámaras, ya que en ambos se ocupan mínimo tres cámaras.

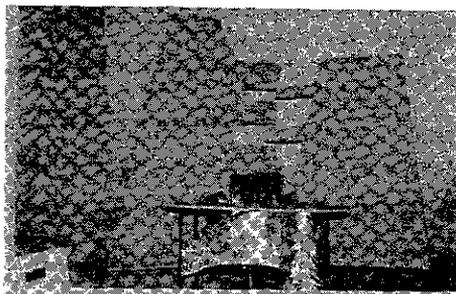


Fig. 3.19. Escenografía de *Índice*.

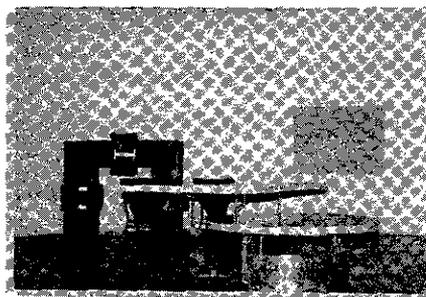


Fig. 3.20. Escenografía de *Nueve Treinta*.

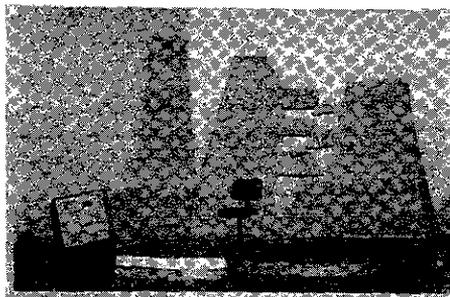


Fig. 3.21. Escenografía de *Al Aire*.

Islas de edición

El área de noticias cuenta con dos islas de edición por la mañana y con 4 de ellas en el horario vespertino. En estas máquinas lo único posible por hacer es la edición a corte directo.

A últimas fechas, el canal ya cuenta con una isla de edición no lineal con la que el área de noticias trabaja únicamente por las tardes. Se ocupa principalmente en la realización de nuevas cortinillas, en los backs que se utilizan para el noticiero de las 14:30 horas y para el teaser de los noticieros 9:30 y el de media noche. De hecho, el 100% de la edición de las nuevas entradas de todos los noticieros se realizó ahí.

Sistemas portátiles

El canal cuenta con 4 cámaras portátiles que dan servicio a todas las producciones del canal diariamente. El área de Noticias sólo tiene asignadas generalmente 2 cámaras y en ocasiones sólo una y media, entendiendo la palabra media como el recorte en el horario de disponibilidad de la cámara. El horario de esta área es de las 9:00 a las 21:30 horas y, si se requiere cubrir algún evento más tarde, se tiene que emitir una solicitud de tiempo extemporáneo al sindicato de estos trabajadores. Cada una de las cámaras cuenta con su camarógrafo y su asistente, y en lo que se refiere al equipo, el reportero cuenta para cubrir su nota con un monitor pequeño, una cámara portátil, un set básico de iluminación (a lo más 2 lámparas), un micrófono de mano, un micrófono lavalier y extensiones. Si se requiere de más equipo, es necesario comentarlo con el jefe de sistemas portátiles desde un día antes para que lo autorice. Cuando los reporteros son indicados a salir con cámara desde las instalaciones del canal, éste cuenta con 5 camionetas con las cuales es transportado adecuadamente el equipo para la grabación, además de que proporciona ventajas en cuanto a la movilización de los reporteros y camarógrafos al lugar.

Para cuando el canal cubre algún evento muy importante y cuya transmisión requiere ser en vivo, éste cuenta con una unidad móvil.



Fig. 3.22. Camionetas del Canal 22.

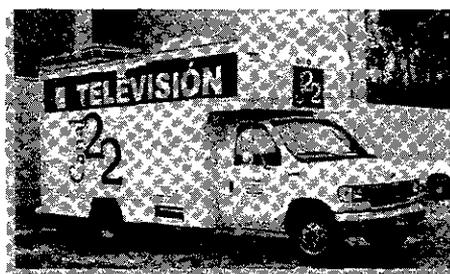


Fig. 3.22. Unidad móvil.

Balance general

Sin lugar a dudas, la labor de la Red Cultural 22 a lo largo de estos seis años de existencia debe ser reconocida no sólo por su permanencia al aire, sino también porque desde el inicio de sus transmisiones ha dado voz a todos los géneros del ámbito cultural, y dentro de la estructura del Canal 22, se ha convertido en parte esencial de éste en términos de infraestructura y de nómina.

El reconocimiento valga no sólo por el tiempo sino por el interés por parte de la producción de manejar cada día información más fresca y lograr mayor cobertura. Tales son los ejemplos en cuanto a que han intentado incluir más información nacional e internacional y, a últimas fechas, información de los estados más detallada y periódica, gracias a los acuerdos que han establecido con algunos estados de la República.

Por otra parte esta área de producción del canal no sólo se ha conformado con presentar diariamente los programas noticiosos sino que también han ampliado su visión y presencia al aire al producir programas especiales de gran calidad.

Sin duda su voz dentro del ambiente cultural se ha vuelto cada día más representativa y respetada tanto por los personajes de la cultura como por el público en general. Prueba de ello lo tenemos en las exclusivas y primicias que han conseguido, por las colaboraciones que han recibido, fruto del interés de verse dentro de un canal cultural con reconocimiento a nivel internacional que promete cada día mayor proyección no sólo en México sino en el mundo gracias a su reciente ingreso al sistema Direct TV.

La Red Cultural 22 tiene muchos planes a futuro, y con mayor razón, con la entrada del nuevo milenio. En palabras de la directora de noticias, entre sus planes figuran "ampliar la red informativa con los estados, misma que desde principio de año se está construyendo. Hasta el momento con el estado que ya se tiene algo seguro es con Yucatán y se está en pláticas con Colima, Oaxaca y Nuevo León. Por otro lado, se busca cubrir más la parte internacional con un proyecto en el que se está contactando, a través de las embajadas y las televisoras, a la gente de los principales países europeos como España, Inglaterra y Francia. La idea es que exista gente interesada en mandar un reportaje periódicamente que podamos sacar al aire en nuestros espacios informativos."¹⁰

10. Op. cit., Entrevista a Guadalupe Alonso.

También se contempla la realización de diez programas especiales de fin de milenio, una especie de resumen en cada uno de los géneros del quehacer artístico durante este siglo en México y manejar intervenciones de los personajes más representativos.

A lo largo de la historia de esta Red Cultural Informativa se han hecho cambios en la práctica referentes al flujo de información y de trabajo lo que ha facilitado la labor, pero precisamente esta investigación pretende poner en vista los errores que aún existen y que pueden ser eliminados si se toman en cuenta.

Todos estos logros y avances detallados a lo largo del capítulo han logrado que este programa tenga cada día mayor audiencia, pero sin duda la fuerza que podrían adquirir dentro de un auditorio mayor y constante sería más factible si se cuidan detalles dentro de la producción de estos noticieros, mismos que serán propuestos en el próximo capítulo.

Propuesta de reestructuración

Siempre se ha manejado una división tajante entre "cultura" y "cultura de masas" que ha creado un abismo cada vez más hondo entre la cultura como un producto complejo y difícil de entender, sólo apto para minorías ya iniciadas y el "entretenimiento" como un producto ligero y estereotipado destinado a las "masas".

Sin embargo, dentro de Canal 22 existe un espacio que pretende ser el medio camino entre la ópera y los cantantes que no cantan, entre las grandes obras y los performances; y esa es la Red Cultural Informativa que rema en esfuerzos por buscar y mostrar ese "algo" intermedio en un intento por transmitir al espectador la necesidad de adquirir herramientas más sólidas de reflexión a través de la presentación de notas informativas a propósito del quehacer cultural nacional e internacional.

Sin duda, muchos han sido los logros de esta Red Cultural Informativa a lo largo de estos 6 años, como parte funcional de la empresa Canal 22, éxitos que han cosechado reconocimientos no sólo en México sino en el extranjero; baste mencionar la credibilidad y el crecimiento de su auditorio a últimas fechas gracias a las coberturas que han realizado eficientemente en los estados del interior de la República como Guanajuato, Michoacán, Guadalajara, etc.; además de países en el extranjero como Venecia, Londres y Canadá.

Pero debemos recordar que cuando iniciaron las emisiones de este programa, también se inició la tarea del Canal 22 como empresa televisiva, tarea que ha constituido un gran reto para sus directivos; porque sí bien son gente de cultura con amplios conocimientos respecto a las artes, también es cierto que son personas que desconocen de igual manera la realidad del mundo televisivo.

Entiéndase esto como que en los inicios de esta producción se trabajó con carencias de infraestructura y con muy poco conocimiento de lo que, por lo menos, en el área de producción se requería. De hecho, todo fue realizado al vapor. Tal como se presentó en el capítulo anterior, la gente seleccionada fue gente cercana a la directiva que no estaba precisamente relacionada con el periodismo, mucho menos en televisión.

Esa forma de periodismo que suponía un medio nuevo también supuso una técnica informativa nueva que tuvo que pasar por las fases

del ensayo - error hasta llegar a lo que hoy conocemos como un noticiario televisivo con todas las de la ley. Mismo que ha venido acarreado los errores de sus integrantes iniciales convirtiéndose con el tiempo en una carga pesada para la obtención de buenos y rápidos resultados dentro del trabajo diario de esta producción. Y lo cierto es que aún cuando ya tenga tanto tiempo al aire, este programa, en particular, no ha recibido ningún premio o reconocimiento por su labor periodística. Esto es comparable con la labor del programa Hoy en la Cultura, que en su existencia obtuvo en 1995 el Premio Nacional de Periodismo.

Lo importante aquí es que surja la pregunta ¿porqué aún cuando ya cuentan con tres emisiones al día y con 6 años de existencia, aún hay gente que desconoce que existe esta Red Cultural Informativa?

Entre las respuestas que podemos emitir se encuentran que esta emisión tiene poca publicidad, que resulta poco o nada atractivo para el público, que los horarios de emisión no son los más adecuados; o será que lo que se maneja en imagen e información dentro de estos programas no constituyen una voz realmente atractiva al espectador. Todas estas quejas se dirigirían hacia la directiva del canal y la de los noticieros, pero sin duda, la primera respuesta es que son resultado de una producción deficiente .

La presente investigación ha recabado las voces de las personas que trabajan dentro y fuera de la producción con el fin de proporcionar una solución a los problemas que aquejan a este programa. Las soluciones pudieran parecer de sentido común, pero lo cierto es que se deben de tomar en cuenta las posibilidades reales de la directiva para solucionarlos. Lo que sí es un hecho es que lo que se proponga requerirá de una fuerte inversión, pero entiéndase esto como tal, como una inversión y no como un gasto; ya que entre otras cosas se requerirá de la adquisición de cierta infraestructura básica y urgente que a la larga proporcionará grandes avances a la empresa.

Este capítulo tratará de despejar las necesidades por áreas y al final presentará una situación global del programa, donde se propondrá una reingeniería en el organigrama de esta Red Cultural Informativa. La metodología utilizada responde al propósito de que se alcancen a percibir todas y cada una de las necesidades de las áreas que se encuentran involucradas en el proceso.

Primero se presentará el problema y después con letras cursivas se redactará la solución o soluciones propuestas.

La idea básica es que se realice una reestructuración en las áreas que conforman la actual producción, y por tanto, un cambio en el flujo de

trabajo de las mismas. En el capítulo anterior se mostró la situación actual de la Red Cultural Informativa de Canal 22, ahora se presenta una propuesta en la que se incluye la creación de nuevas áreas.

Problemas y soluciones

Dirección de Noticias

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, la directiva de noticias asiste a la reunión que se realiza periódicamente con la agencia de estudios de rating que ha contratado el canal para conocer los niveles y la calidad de la audiencia que acapara el canal. Uno de los problemas es que esta información es muy generalizada, es decir, que no se especializa en la situación de los noticieros, sino que es un estudio a nivel canal. Además, erróneamente estos resultados no son puestos a la vista de todo el personal; ni siquiera son comentados por los directivos a cada una de sus áreas, provocando un desconocimiento total por parte de los trabajadores de quién es el público al que llegan.

Por el interés de conocer con la mayor exactitud posible el tipo de auditorio que los recibe, la directiva de noticias debe considerar la contratación de alguna empresa de auditorías que lleve los estudios de rating de las emisiones de la Red Cultural Informativa a fin de determinar si la cantidad y calidad de los noticieros es la esperada por el auditorio o si es necesario realizar cambios oportunos que permitan estar en competencia con el resto de los programas de las otras empresas televisivas.

Este estudio deberá recibirse de forma periódica y ser accesible a todas las áreas de la producción a fin de que todos tengan conocimiento de los resultados de su trabajo. En este se debe especificar la cantidad y la calidad del auditorio que los ve a fin de que se puedan tomar las decisiones correctas respecto a los cambios en la producción, determinar si cada programa se adecúa al receptor a quien se destina, detectar fallas de transmisión y controlar la marcha y evolución de la política de contenido.

La directora de noticias se entera de los problemas que ocurren en la producción sólo cuando se encuentra presente y cuando los allegados a ella, es decir, el productor y el jefe de información, le informan de algunos percances que pudieran haber ocurrido durante la jornada de trabajo. También ocurre que está al tanto cuando el problema es muy grande y se tiene que informar de inmediato para lograr la autorización de llevar a cabo una posible solución.

Para mantenerse al tanto de lo que ocurre día con día y con la finalidad de prevenir percances y errores, la directora de noticias debe convocar a juntas periódicamente con el resto del personal, a fin de conocer a detalle las inquietudes y necesidades que nutren a la producción.

Muchas veces las personas que se consideran como representativas, es decir, los jefes y los coordinadores, no conocen a detalle las necesidades y carencias a las que se enfrenta el resto del personal, por lo que asistirá todo el personal al azar. Como es lógico, no todo el personal puede estar en la misma junta a la vez, por lo que se deberá programar su asistencia y avisarles con anticipación a fin de que preparen su participación en la junta.

De lo que se trata es de que asista alguien representativo de su área, sin que esto signifique que sea el jefe de departamento. Todos deben participar y expresar su propia experiencia a fin de atacar la mayoría de los problemas y también para mantener informado a toda la producción de los avances y proyectos que está registrando la empresa.

Son tres las emisiones que maneja esta Red Informativa, pero entre ellas no existen grandes diferencias en cuanto a las noticias de las que dan cuenta. Lo cierto es que el 90% de ellas son transmitidas en los dos programas vespertinos de un mismo día y, por si fuera poco, se repiten en la emisión matutina del día siguiente. Aún cuando la jerarquización de las notas es diferente en cada uno de ellos y respetan los espacios de cada una de las secciones propias de los noticieros, la mayoría de ellas se repiten, lo que demuestra que en realidad no es tanta la información que les llega, o será que ésta no es adecuadamente distribuida en los tres espacios.

Es importante delimitar si el número de emisiones en la Red Cultural Informativa del Canal responde a intereses de la carta de programación, o a las necesidades de los espectadores de mantenerse informados, o de la dirección de noticias de dar correcta salida a toda la información que les llega. Porque lo mejor de todo es que de resolverse los problemas de disposición de servicios técnicos, las emisiones no serían, en su esencia, la repetición de las notas que se manejan en la emisión principal, Nueve Treinta.

Lo ideal es que cada uno de los noticieros cuente con noticias frescas, de tal forma que cada uno de ellos tenga su oportunidad y su novedad; que como tales, les ganen las noticias al resto de los medios informativos, incluyendo a los periódicos. Por tanto, es

importante definir cuál es el problema, si la distribución de la información en los tres espacios o el exceso de los mismos.

Respecto a los horarios de emisión de cada programa de la Red Cultural Informativa pareciera que éstos se encuentran en horarios poco distribuidos estratégicamente, ya que, por ejemplo, el programa Al Aire, última presentación de esta Red Informativa tiene un horario nada específico y poco privilegiado, lo que redundaría en que no se cuente con un auditorio propio y definido.

La directiva debe realizar un estudio de mercado a fin de definir cuáles son los mejores horarios dentro de la carta de programación del canal para salir al aire. De preferencia que no quede mucho espacio de transmisión entre cada emisión y que a todas ellas se les especifique y respete un horario, de tal forma que sea posible definir el tipo y cantidad de público que ve cada programa.

De antemano, el horario de Al Aire es nada privilegiado, convirtiéndolo en una emisión inútil y, por tanto, un desperdicio de espacio. Una solución podría ser que Índice se quedara en ese horario, abriendo la programación del Canal 22, que se adelantara el horario de transmisión de Nueve Treinta y que el último espacio informativo, a lo más tarde, se transmitiera en un horario de las 22:00 horas. Por supuesto, hay que realizar estudios previos de audiencia y establecer la mejor solución en los horarios de transmisión.

Si se tiene en cuenta que se está hablando de tres espacios informativos a lo largo de todo el día, se debe entonces considerar que los empleados que participen en esta producción deben cubrir diferentes horarios, que programados adecuadamente, cubran todo el día. Sin embargo, los horarios de todo el personal de noticias no está bien definido y en muchas ocasiones se registra falta de personal suficiente para llevar a cabo ciertas tareas. Esto provoca que algunas decisiones sean tomadas sin previa autorización de la directiva o del productor debido a que ellos no se encuentran y tampoco se encuentra algún sustituto de ambos, provocando serios trastornos a la producción. Y al igual que ellos, muchos son los puestos de los que no se cuenta con un asistente o sustituto.

La directiva debe emplear asistentes de cada uno de los puestos más importantes que existen dentro de la producción y, por supuesto, que éstos cuenten con la misma capacidad de decisión que los jefes. Esto es con el fin de contar durante todo el día con el personal necesario para llevar a cabo de forma fluida la producción.

De no ser posible, se debe hacer una revisión de los horarios de todo el personal con el que actualmente se cuenta a fin de resolver los errores de disponibilidad de personal. Por ejemplo, el horario del productor y realizador se programaran conjuntamente, los del jefe de información junto con el de su asistente, y así sucesivamente. Por supuesto, no es necesario recordar que entre ambos debe existir comunicación plena de cada una de sus tareas realizadas durante su horario, así como los pendientes.

Por la misma indisponibilidad o por lo disparatado que están establecidos algunos horarios se da lugar a ciertos atrasos en el flujo de trabajo lo que ocasiona que, en algunos ratos, algunos empleados se encuentren sin hacer nada. También provoca que algunos errores que podrían ser eliminados, salgan al aire sin posibilidad alguna de enmendarlos. Esto es porque no se ha realizado una revisión adecuada de cada uno de los pasos dentro del flujo de trabajo.

Es importante establecer a cada empleado un horario determinado para cada una de sus tareas con el propósito de llevar a cabo un flujo de trabajo fluido, y dinámico, con el cual será posible realizar las revisiones adecuadas y tener la posibilidad de enmendar los errores a tiempo. Para ello se debe establecer horarios para la orden de edición, para que los guiones estén listos y completos, para la edición de las notas, para la redacción de las notas por parte de los reporteros, etc.

Todo ello permitirá mantener al personal ocupado adecuadamente durante su jornada laboral y concederá a la producción un trabajo exitoso.

Productor y realizador

Ya determinada la imagen que se proyectará en cada uno de los espacios de noticias, y que además lo definirá, se procede a la producción de esta imagen. En el caso del noticiario de las 14:30, Índice, se determinó que fuera un noticiario con un solo conductor en donde se ocuparían los íbacks. En el caso de *Nueve Treinta* se ocuparían dos conductores, los fundadores, y con el uso de imágenes proyectadas a espaldas de los mismos. Por último, para *Al Aire* se decidió que fuera un solo conductor con una escultura a un costado jugando con la posición de ambos en diferentes encuadres.

Para el caso de Índice se propone que se utilicen íbacks temáticos que inclusive podrían ser tomados de las imágenes que se levantaron cuando se grabó la nota que se está anunciando. De

no contar con más tiempo en la sala de post ñ producción ni en la isla de edición no lineal, lugares en donde es posible llevar a cabo la producción adecuada de estas imágenes, se sugiere que se haga una pista donde estén editados de manera continua backs temáticos referentes a la danza, teatro, cine, literatura, etc.; y que al menos se escojan 5 diferentes de cada género, para tener una variación de imagen en el caso de que la información que se reporte en la emisión sea todo un bloque de noticias de un solo género. También se sugiere que estos backs sean cambiados por la producción periódicamente para evitar la monotonía en la imagen y en la percepción del espectador.

De lograrse la ampliación de los tiempos en los servicios de post ñ producción y edición no lineal se recomienda que se ocupen backs con el levantamiento de imagen de la nota. Tales podrían ser la fachada del lugar en que tuvo ocasión el acontecimiento o algún encuadre que sirva para incrustar al conductor. Por supuesto que para que esto se pueda realizar exitosamente es necesario avisar con anticipación a los reporteros a fin de que cuando acudan al acontecimiento prevengan la grabación de alguna toma que sirva para estos fines.

De reducirse el presupuesto o existir cambios que orillen nuevamente a la ocupación de los backs se sugiere que se tomen en cuenta las propuestas aquí expresadas.

Para Nueve Treinta se sugiere, que de seguir con la proyección de imágenes a espaldas de los conductores, éstos también sean temáticos y que su definición sea lo más amplia posible, es decir, que si su intención es colocarla ahí, que ésta sea una imagen definida y perceptible por el auditorio.

Todas las entrevistas en el estudio que se transmiten todos los viernes en el segundo bloque del noticiero Nueve Treinta se graban con anterioridad cualquier día de la semana. Lo cierto, es que se graban con el mismo vestuario de la emisión del día y esto provoca errores en la continuidad de la emisión de los viernes que es grabada. Los viernes es la única emisión que va grabada, el resto de la semana son en vivo.

Otro de los problemas es que la escenografía que utilizan es la misma al del resto de la semana lo que, en cierta forma, resulta monótono y poco atractivo.

El productor y realizador deben de estar al tanto de estos detalles de continuidad, sobre todo porque si el resto de los programas de la semana se transmiten en vivo, se debería de

continuar dando la imagen de que el noticiero del viernes también es en vivo. Por ello, se debe de cuidar el vestuario de los conductores, de tal manera que se planee con anterioridad que vestimenta van a ocupar y apartarla para la grabación de la emisión del viernes.

Respecto a las entrevistas en el estudio se debe pensar en utilizar otra escenografía que proyecte un ambiente más familiar, más cálido con el invitado. Se sugiere la simulación de una sala en donde platicuen, no tanto entrevisten al invitado. También se sugiere que para proyectar mayor familiaridad con el invitado, lo conductores se preparen con anterioridad en la investigación de la trayectoria del mismo, a fin de no cometer errores en la entrevista, como en algunas ocasiones ha sucedido.

Por último, se sugiere que de no cambiar el estilo de la entrevista, se piense en reducir su duración, ya que la mayoría de las veces resulta tediosa y orilla al espectador a cambiar de canal. Recordemos que la duración de estas entrevistas oscila entre 10 y 15 minutos.

Las notas de los reporteros son revisadas por el productor y el realizador hasta que salen al aire, con lo cual es imposible checar los errores de edición que pudieran haber ocurrido en el audio de las notas, en la calidad de la imagen u otros detalles.

El productor, o en su defecto el realizador deben revisar con tiempo cada una de las notas de los reporteros a fin de evitar, lo más posible, que ocurran errores al aire en cuanto a la emisión de las mismas, cuidando su calidad, previniendo en que momento es adecuado cortar la nota, etc. Es conveniente que esto suceda para que se tenga el control de cada una de las imágenes que se van a proyectar.

En varias ocasiones la producción ha decidido hacer cambios en los noticieros, entre los cuales se consideran la incursión de nuevas cortinillas, el cambio de escenografía, el cambio de conductores, de reporteros, etc. Sin embargo, éstos no son notificados a todo el personal, y peor aún se llevan a cabo en cualquier día sin tener ensayos previos de los mismos.

Esto ha ocasionado que se cometan muchos errores al aire. Y con justa razón, pues los cambios no son anunciados con anticipación a todo el personal e impiden familiarizarse con la nueva dinámica de grabación.

Desgraciadamente, estos errores proyectan una mala impresión de la producción.



Cuando la producción decida hacer cambios de escenografía o de imagen dentro de los espacios informativos, deben de avisar con anticipación a todo el personal que se llevarán a cabo, así como la fecha en que tendrán lugar y las consecuencias que esto traerá, ya que, como ya se mencionó anteriormente es importante mantener al tanto a todo el personal.

Pero lo más importante es que se hagan ensayos, es decir, que no se hagan al aire las pruebas, ya que esto ocasiona que se cometan muchos errores al aire, propios de los cambios imprevistos. Todo esto con el fin de evitar una mala imagen ante el público televidente.

Los ensayos deben tener lugar en horarios establecidos anteriormente por la directiva y el resto del personal a fin de no intervenir en las actividades diarias propias de cada área. Se propone incluso que estos ensayos se lieven a cabo, al menos durante una semana con anticipación.

Área de Producción

El mayor de los problemas al que se enfrenta esta área es la falta de un equipo tecnológico actualizado que le permita el registro adecuado de las cintas y de sus respectivas imágenes. Y es que desde el inicio de transmisiones de este programa se viene acarreado un mal registro de las cintas, lo que impide que se localicen las imágenes adecuadas y necesarias para el apoyo de alguna nota informativa con la rapidez que requiere el ritmo televisivo.

En parte esto se debe a que los primeros empleados de esta área no se encontraban capacitados adecuadamente para trabajar en producción y no realizaron desde sus primeros años un registro completo de las imágenes y cintas con las que cuenta el stock del área de noticias. Y por otra, por la falta de sistemas de cómputo actualizados y protegidos para el registro y búsqueda de las mismas.

Muchas son las cintas que no se encuentran en los registros de la computadora, casi obsoleta con la que se cuenta; en parte porque algunos fueron eliminados en su registro debido a las intromisiones de extraños, quienes desconociendo el manejo de la máquina borraron registros, etc. Y lo cierto es que ya no se ha hecho hasta la fecha un registro detallado de todas y cada una de las cintas que se encuentra en la videoteca. Y en otra, porque algunas cintas nunca han sido registradas por la creencia errónea de que no es necesario mantener un registro detallado.

Es imperiosa la necesidad de un equipo de cómputo actualizado con el cual sea posible el registro y consulta de las cintas. De

preferencia que se encuentre en red con las computadoras del área de redacción y de información para estar siempre al tanto ante cualquier cambio. Con las de redacción para tener acceso a cada uno de los textos que realizan y con base en ello buscar las imágenes de apoyo necesarias. Y con las de información para estar al tanto de cualquier cambio que pudiera existir en las cámaras u otro evento del día.

Debe capacitarse al personal de producción en computación para que conozcan el manejo adecuado de las máquinas a fin de que, de ser necesario, ellos puedan resolver problemas con la máquina. Asimismo, para que ellos la manejen de acuerdo a las necesidades de la producción, de tal forma que, cuando se requiera de la creación de alguna nueva tabla de registro, ellos puedan instalarla y manejarla adecuadamente prescindiendo de la ayuda del departamento de cómputo del canal.

Debe considerarse que los programas que se le instalen a estas computadoras permitan hacer cambios en cuanto a la información que contengan a fin de tener el registro verídico de las imágenes con las que cuentan las cintas. En esto se hace referencia a que se puedan hacer cambios para la ocasión en que las cintas requieran ser recicladas o que se amplíe la información que contienen las mismas. Además de contar con dispositivos de seguridad que impidan que cualquier persona extraña al área cambie o elimine los registros, tal y como ya ha pasado en ocasiones anteriores.

También es necesario que se organice a un equipo dentro del área de producción que revise por un periodo de tiempo establecido, quizás en 6 meses, el registro actualizado de las cintas con las que cuenta el área de noticias en su totalidad, reconociendo cuáles ya han sido recicladas y cuáles no, calificar bien cada una de ellas para realizar un archivo histórico confiable. Este equipo podría auxiliarse de los empleados de servicio social para agilizar esta actualización, ya que se asegura que de las casi 18,000 cintas con las que cuenta la producción, producto de su trabajo al aire por más de seis años, sólo el 30% se ocupa periódicamente.

Este registro es urgente y se debe realizar revisando cinta por cinta, asegurándose de la imagen específica que contiene. Con base en ello se podrán actualizar las órdenes de edición de todos los años que tienen al aire las emisiones de la Red Cultural Informativa.

Otro de los problemas es que el personal del área de videoteca no se encuentra debidamente capacitado para su trabajo y desconoce los

primeros registros de las cintas. Esto se debe a que los empleados designados a servir al área de noticias han sido cambiados últimamente y, por tanto, desconocen la dinámica de trabajo. También ocurre que como ni el departamento de noticias ni el de videoteca han realizado una calificación a detalle del material con el que se cuenta, en muchas ocasiones se prescinde de imágenes que en realidad sí existen en el acervo, pero de las cuales no se tiene conocimiento.

La propuesta consiste en que la computadora del área de producción esté en red con alguna otra computadora asignada al área de videoteca con el fin de agilizar la búsqueda y localización de las cintas que requiera el área de noticias. Esto se referiría exclusivamente al acervo de noticias, sin contar el resto del acervo del canal. Con esta posibilidad se reducirían o quizás se eliminarían los problemas que se viven a diario en videoteca ante la incompetencia de esa área. También porque permitirá que la información sea manejada por ambos departamentos que manejan a diario estas cintas y que son fuente de trabajo de todos los días.

Recordemos que el simple hecho de que las cintas se encuentren localizables redundará en una mayor velocidad y mejor calidad en la producción de las notas que salen al aire.

El bajo presupuesto con el que cuenta el canal para salir adelante ocasiona que sean muchas las limitaciones a las que se tiene que enfrentar para poder sacar adelante las distintas producciones nacionales que impulsa año con año. Y uno de los recursos que más ocupa son, por supuesto, las cintas de video en formato Betacam, mismas que son distribuidas a la videoteca, regularmente por grandes paquetes, cada semestre. Esta área se encargará de distribuir equitativamente el número de cintas a todas las producciones del canal.

Aún cuando, sin duda, el área de noticias es la que ocupa la mayor cantidad de cintas, éstas le son insuficientes, por lo que a mitad de año se tiene que recurrir al reciclaje de cintas para poder obtener levantamientos actualizados.

Esta selección de reciclaje está a cargo de la coordinadora de edición ya que ella es la encargada de distribuir las cintas a los reporteros y a la producción en general.

De entrada, el que se tengan que reciclar imágenes es un gran problema, ya que en eso se pierde mucho acervo histórico que sin duda tiene riqueza. Pero lo más grave aún es que sea una sola persona la encargada de decidir qué imágenes se reciclan y cuáles no. De hecho, se han presentado grandes problemas porque se ha

llegado a dar el caso en que se tiene el registro en la computadora de que existe una sola imagen de alguna persona y precisamente esa cinta ya fue reciclada porque se consideró que no era muy importante mantener ese registro videográfico.

Lo trascendental aquí es que en el período en que se deba tomar las decisiones de reciclar imágenes exista un grupo determinado que tenga el control de esto y que decida adecuadamente cuáles pueden ser eliminadas tomando en cuenta entre otras cosas: la cantidad de imágenes repetidas que se tiene de esa persona, objeto o lugar; la importancia de la imagen, la calidad y cantidad de la misma, la fecha del levantamiento, entre otras cosas. Este equipo podría estar integrado por la directora de noticias, el productor, el jefe de información y la coordinadora de producción.

En parte por ser un canal cultural, y en otra por tan sólo contar con 6 años de existencia y con poco presupuesto, el canal no cuenta con muchas imágenes que podrían considerarse como indispensables. Entre ellas se cuentan los aspectos de otras ciudades del mundo, estados de la República y de la misma Ciudad de México. Mayor aún es el problema cuando se programan notas internacionales sobre exposiciones, presentaciones de libro u otros asuntos; sucesos que son muy específicos y de los cuales no se puede obtener imagen concreta. La solución es el uso del Internet desde el cual se rescatan imágenes más cercanas a la realidad, aunque estáticas, pero lo cierto es que algunas de ellas vienen protegidas y no es posible bajarlas a color a una cinta de video desde donde sería posible manipularla mejor. Lo que se ha hecho es que la imagen que sale en el Internet se imprime en blanco y negro, pues la producción no cuenta con cartuchos de tintas a colores, y se graba la imagen del papel. Y a esto aunamos el problema de que dentro de la oficina sólo se cuenta con una computadora conectada a Internet, misma que es utilizada para todas las tareas de las áreas de producción e información, además de los intereses personales del resto del personal.

La computadora asignada al área de producción debe contar con Internet para tener acceso durante todo el día a esta red de información. De darse noticias internacionales se recurrirá a él para tener las imágenes más cercanas a la realidad y se intentará por todos los medios bajarla a imagen digital. Entre esos medios se enumera que la isla de edición no lineal, lugar desde donde se puede bajar la imagen a sistema digital, cuente con el programa adecuado para esta tarea y un antivirus que impidan que perjudique a la máquina y la información que ahí se almacene. Tratar que las

imágenes se utilicen lo más fieles posibles y de no existir otra opción, que la imagen se siga imprimiendo, pero en una impresora asignada sólo para esto y que contenga cartuchos a color.

En casos extremos será mejor que el productor decida que el conductor dé la nota a cuadro, evitando lo más posible incluir imágenes falsas.

En el proceso de registro del material dentro de cada una de las cintas ocupadas existe el gran error de registrarlo con el nombre del tema o de la persona que se está grabando, sin embargo, la calificación no se realiza a detalle, lo que en muchas ocasiones provoca confusión o errores en su acepción. Y en esto se considera tanto las cintas de stock, es decir, las cintas que contienen apoyos de imagen; como las cintas que ocupan diariamente los reporteros, ya que la calificación que hacen de sus imágenes es insuficiente.

Es importante exigir a los reporteros la calificación detallada y oportuna de cada una de las cintas que ocupan para el levantamiento de imagen de cada una de sus notas asignadas.

Y en cuanto al material de stock, el personal de producción debe calificar a detalle cada una de las imágenes transferidas de otras fuentes. En el caso de la copia de películas, por ejemplo, se debe anexar a la calificación, además del nombre de la película (en español, el nombre manejado comercialmente y en el idioma de origen), el nombre del director, el de cada uno de los actores que intervienen en la filmación y el año de rodaje. Esto permitirá a futuro, tener acceso a imágenes más reales. Porque sucede que se llega a necesitar imagen específica que pudiera estar incluida en alguna película y que por causa del incorrecto registro se abstenga de su utilización.

Lo mismo con el resto de los materiales de apoyo. De lo que se trata es de tener un registro detallado y verídico del material con el que se cuenta.

Todas las cintas ocupadas para levantamientos de imagen en los estados de la República o en el extranjero no son registradas a detalle en la computadora. El método de inscripción actual es la fotocopia de la tarjeta que incluye la cinta y archivarla en folders que se guardan en muebles, lo que ocasiona una búsqueda tardía de las imágenes necesarias como apoyo a otras notas informativas. De hecho, en gran medida, se desconoce con certeza el material con el que se cuenta.

Si el área de producción cuenta ya con una computadora actualizada y con un sistema de registro adecuado y confiable, se

deberá de hacer el registro detallado de cada una de estas cintas con base en los informes que los corresponsales deberán otorgar a esta área. Los informes deben incluir todos los datos que comúnmente contiene una orden de reportero, como son: Nombre del evento, lugar del mismo, fecha en que se cubrió, personas que estuvieron presentes, detalles del acontecimiento, entre otros.

La misma situación se presenta con las entrevistas en el estudio que se realizan con regularidad cada semana. Estas son sólo registradas en las órdenes de edición del día correspondiente para su transmisión, sin embargo, no se cuenta con un almacenamiento confiable de todas las entrevistas que se han realizado durante estos 6 años de transmisión, lo que ha ocasionado problemas en su búsqueda.

Cada ocasión que se programe una entrevista en el estudio se deberá dar parte al área de producción a fin de que anexe a la tabla, que incluyan en el nuevo sistema de la computadora, la fecha en que se realiza, el motivo de la entrevista, la cinta donde fue grabada inicialmente, la fecha de transmisión de la misma, así como el número de la cinta master donde quedó post ñ producida.

De esta forma, su futura búsqueda será ágil y confiable. De hecho será un registro histórico de todos los artistas que han visitado el estudio en alguna ocasión y que son motivo de orgullo de la producción, pues muchas de ellas han sido exclusivas de su momento.

Todos los días sale una orden de edición para cada noticiario, misma que es calificada durante todo el transcurso del día por la coordinadora de edición. En ella se anotan los números de cinta del levantamiento de imagen, de los apoyos de imagen utilizados en algunas notas, la pista en donde quedó editada con su respectivo time code y su duración, así como la descripción de si la nota salió al aire o fue pospuesta para otra emisión. Esta calificación en papel no se termina el mismo día en que sale al aire, sino que se finaliza al día siguiente, lo cual no puede representar mayor problema. Pero lo que sí ocasiona problema es que el registro completo de las mismas dentro de la computadora llega a tardar hasta tres meses. De hecho, muchos registros llevan dos años de atraso en su actualización; en parte por la poca disponibilidad que se tiene de la única computadora con la que cuenta el área de noticias para su registro y consulta y por otra, porque el horario de la coordinadora de edición, única persona encargada de hacer este registro, difícilmente coincide con el horario de disponibilidad de la máquina.

De contar con la computadora en red con el departamento de investigación e información, la orden de edición del día de cada

noticario quedará calificada completamente el mismo día, con lo cual se agilizarán los registros de las cintas y se evitarán atrasos en el registro del material de stock con el que cuenta el área de noticias.

Hay que recordar que se sugiere que el área de producción cuente con una computadora actualizada y con disponibilidad completa a fin de que estos registros se hagan día con día y con plena confiabilidad. De esta forma, todas las órdenes de edición se encontrarían almacenadas de forma adecuada, quizás en archivos históricos almacenados en diskettes, que podrían ser consultados adecuadamente cuando así se requiera.

Conductores

En muchas ocasiones, por la falta de tiempo, el guión no se checa a detalle antes de salir al aire, lo que provoca que ocurran errores de pronunciación, ya que probablemente los encargados del equipo de redacción no escribieron bien, o no tienen información suficiente de la nota. Esto redundaría en que los conductores puedan dar información incorrecta al aire y que en el caso de palabras o nombres extranjeros, la pronunciación no sea la adecuada.

En parte, el horario de los conductores limita esta situación, porque se les acepta presentarse con 30 minutos de anticipación a la hora de grabación, lo que ocasiona que no se pueda manejar información previa con cada uno de ellos, así como que no se lleve a cabo una adecuada revisión de los guiones y de las decisiones que se llevarán a cabo durante la grabación. Mucho menos, les permite revisar toda la información generada en torno a cada uno de los temas de los que se dará noticia en ese día.

Es muy importante que el productor o realizador revisen minuciosamente y con anterioridad cada una de las páginas del guión junto con los conductores, a fin de detallar cada uno de los procedimientos que se llevarán a cabo durante la grabación. Entre otras cosas es muy importante checar que todo esté bien escrito y arreglar los problemas ortográficos que pudieron escaparse al equipo de redacción, resolver dudas en la pronunciación de los nombres o palabras extranjeras, resolver dudas en cuanto a la información con la que cuentan de cada uno de los casos de los que se dará noticia en la emisión del día, etc.

Será también necesario extender el horario de disponibilidad de los conductores a por lo menos dos horas diarias anticipadas a la hora de grabación con el propósito de que cuenten con el tiempo

suficiente para revisar toda la información en torno a cada suceso cubierto por la Red Cultural Informativa y que esto conlleve a una emisión mucho más dinámica y entretenida, no tan ajustada a lo escrito por el área de redacción. También permitirá que se eliminen errores que hubiera saltado el área de redacción ante la posible falta de información suficiente de la circunstancia o el error en la información recibida.

Los conductores no conocen a detalle la información vertida en cada uno de los textos de los reporteros a propósito de los acontecimientos de los que se darán cuenta en la emisión del día, lo que provoca que, en ocasiones, se dé a cuadro información falsa o incompleta o que, en el peor de los casos, se redunde.

De ser posible, que los conductores tengan una copia de cada una de las notas de los reporteros a fin de evitar estos errores. Esto podría hacerse durante el tiempo en que se dedican a revisar el guión junto con el productor o director de cámaras.

De hecho, se debería pensar en anexar a los conductores un folder con la información obtenida de cada uno de los asuntos programados en el día y de los cuales hablarán durante la emisión o darán aviso de posible cobertura para los próximos días. Esta información deberá incluir la información original proporcionada a cada uno de los reporteros, la información adicional obtenida por el departamento de investigación y, de ser posible, la copia de cada uno de los textos de los reporteros.

Los conductores de la emisión de *Nueve Treinta* y *Al Aire* cuentan con un acuerdo con la empresa Palacio de Hierro donde se establece que la tienda departamental les proporcionará el vestuario necesario para cada una de las emisiones y los conductores se comprometen a hacer buen uso de las prendas y regresarlas al almacén tal y como se las enviaron, sin mancha alguna. De tener algún desperfecto, el conductor que utilizó la prenda se compromete a pagar los daños, ya sea arreglando el desperfecto o comprando la prenda a su valor comercial.

Lo malo es que el acuerdo no se ha establecido también con la conductora de la emisión de las 14:30 horas, lo que ocasiona que la imagen que ésta persona maneja sea muy variada, nada definida, provocando confusión en el público espectador porque no sabe como definir el estilo de esta conductora y, por tanto, del noticiero. Esto, por las distintas ocasiones en que se ha visto a la conductora en una emisión con saco sastré y en otra con playeras sport.

Gracias al acuerdo establecido a últimas fechas con la empresa Palacio de Hierro la imagen del conductor de la emisión de Al Aire se ha compuesto bastante en el sentido de que su estilo está ahora definido y su vestuario es múltiple, lo que mejora la impresión al aire. Sin embargo, la tarea no es tan sólo del conductor en definir un estilo, sino también de la directora de noticias y del productor quienes deben de cuidar a detalle la imagen que transmiten a través de cada programa y del conductor que han escogido.

De no lograrse una extensión en el acuerdo con Palacio de Hierro para la conductora de la emisión de las 14:30 horas, la directora de noticias y el productor deben de poner mucha atención en la imagen que ésta proyecta, de lo contrario, se le seguirán restando puntos a esta emisión. Lo que deben hacer es una revisión de su vestuario personal y elegir las prendas que convienen a la emisión.

Reporteros

Los reporteros con los que cuenta la producción tienen otras actividades profesionales, lo que limita mucho a la producción de la Red Cultural Informativa, ya que sus horarios de trabajo no son plenamente establecidos por la producción, sino por el reportero mediante una negociación donde éste establece sus horarios disponibles dentro de los cuales el área de producción deberá designar las notas que cubrirá. Esto provoca que, en ocasiones, el personal de servicio social cubra eventos importantes que no pueden ser cubiertos por reporteros empleados por la empresa o, en el peor de los casos, se tenga que cancelar la cobertura de otro acontecimiento, postergándolo si es posible.

Se deben de contratar reporteros que se encuentren disponibles en los horarios que la producción establezca. No se deben de llevar a cabo negociaciones con los mismos respecto a sus horarios, salvo en ocasiones muy especiales. Recordemos que son muy pocos los reporteros que esta empresa puede emplear y muchos deben ser los temas que requieren ser cubiertos por el programa; por tanto, los horarios de disponibilidad de los reporteros deben ser establecidos desde el momento de su contratación y programarse de acuerdo a las necesidades de la producción, a fin de que nunca se escatime en la cantidad de este tipo de personal al día.

Es importante exigirles que cuando las notas sean muy tarde regresen al canal muy temprano al día siguiente de tal forma que puedan programarse para su transmisión en la emisión de Índice. Lo mismo con los eventos que sucedan a temprana hora.

Como ellos tienen que estar al pendiente de la situación no pueden realizar una calificación detallada en el momento de lo que el camarógrafo tiene grabado en la cinta que se les asignó para el levantamiento del caso que les tocó cubrir. Esto redundaría en que el material de apoyo no está bien calificado, salvo con el nombre del acontecimiento y si acaso el nombre de los entrevistados, ocasionando que se arrastren problemas de registro y consulta de la imagen con las que cuenta el acervo del departamento de noticias.

Se debe obligar al reportero a realizar una calificación minuciosa de su cinta en el momento en que está chequeando su material para hacer la redacción de su nota. Se hace énfasis en que es necesario que califique con detalle incluyendo los siguientes datos en su cinta:

Nombre completo del evento, Lugar del evento, Disposición de los invitados (en el caso de la presentación de un libro o en alguna mesa redonda o conferencia), Orden de participación de los invitados incluyendo su nombre completo y cargo, Detalle de los aspectos grabados, Título de las obras y autor (en el caso de exposiciones), Nombre del reportero, Nombre del camarógrafo y Fecha.

De no considerar esto, entonces se sugiere que el reportero siempre cuente con un asistente que esté al pendiente de todo lo que se grabe y califique a detalle la grabación de la cinta en el momento. Para la asistencia podría considerarse a personal de servicio social.

Los reporteros cubren los acontecimientos que les fueron programados en diferentes horarios para ese día o el fin de semana. Su trabajo consiste en realizar el levantamiento de imagen, ya sea aspectos del hecho o la entrevista; revisar el material que levantaron y con base en ello redactar la nota informativa que saldrá al aire. Sin embargo, aún cuando en ocasiones llegan a incluir en sus textos especificaciones de imagen para cierto audio, no se involucran más en el proceso de edición de su nota, lo cual ha provocado ciertas indiferencias entre reporteros y editores porque estos últimos no llegan a cumplir las expectativas de los primeros en cuanto al mensaje que querían proyectar.

Los reporteros deben comprometerse más con la producción participando en la edición de sus notas y, conjuntamente con el editor, realizar la producción completa de la noticia. Con ello será posible que se transmita el mensaje que el reportero quiere dar desde un principio y se evitarán confusiones en el manejo de la información y errores en el uso del material de apoyo. De esta forma

el reportero se convertirá en el productor pleno de su nota, ya que se involucrará desde el levantamiento de imagen, su producción hasta su transmisión al aire.

De no ser posible esto, por los horarios de disponibilidad de los reporteros, se sugiere que le sea asignado un editor a cada reportero; sin entender en esto que debe existir igual número de editores y reporteros. Lo que debe entenderse es que debe propiciarse una comunicación estrecha entre ambos a fin de llevar al máximo la proyección del mensaje ideado inicialmente por el primero, y de transmitir la idea correcta en la circunstancia descrita por el conductor.

Otro de los problemas es que por la falta de revisión de los textos de los reporteros, en muchas ocasiones se ha incurrido en errores de ortografía en la redacción de nombres de personas que asistieron al suceso o que fueron entrevistados, así como de sus cargos. Algunos errores salen al aire y otros pueden ser corregidos en el momento, pero sin duda, esto ocasiona trastornos en el flujo de trabajo y confusión entre la gente que maneja la información.

Otro punto es que como no se sabe la calidad de la imagen que se levantó en el momento de hacer la entrevista, se desconoce cuál es el lugar adecuado para situar el super de la persona que aparece a cuadro, provocando que en ocasiones, éste último obstruya la figura del primero, transmitiendo una imagen poco estética.

Lo primero es obligar al reportero a cerciorarse de la correcta escritura del nombre del entrevistado, así como de su cargo. De surgir un error, éste puede ser resuelto mediante la revisión oportuna del texto por parte del productor y del jefe de información.

Además, los reporteros de acuerdo al encuadre utilizado en la entrevista, debe especificar en su texto una señalización donde sugieran la ubicación del super del entrevistado a modo de conseguir una imagen estética.

Uno de los grandes obstáculos a los que se enfrenta la producción de noticias en los llamados *ibomberazos* es la de localizar a los reporteros ante estas eventualidades, ya que ellos no cuentan con aparatos de localización tales como bipers, teléfonos celulares, etc. Esto atrasa la cobertura de las notas y ocasiona que se tenga que recurrir a gente de servicio social que muchas veces no está capacitado para hacer adecuadamente el levantamiento de las notas.

La mejor solución es que la empresa proporcione a los reporteros de radio localizadores de tal forma que siempre puedan

estar al pendiente de lo que ellos cubren y en contacto permanente ante cualquier eventualidad, ya sea por parte de la oficina o de ellos. Pero de no contar con el presupuesto suficiente para esto, entonces se debe de pensar en manejar una guardia por día de un reportero que pueda cubrir estas eventualidades. Entiéndase como guardia que el reportero tiene que estar durante todo el día en el canal apoyando en la producción.

Edición y Post-producción

Al momento de editar la nota es importante que en los inserts de los entrevistados se señale qué parte del mismo se encuentra ilustrado y en qué otra aparece el entrevistado a cuadro, porque en varias ocasiones al mandar al aire los supers, éstos no coinciden con la imagen; lo que muestra un error más de la producción. Esto sucede en gran medida porque las intervenciones de los entrevistados en la nota no aparecen escritos a detalle y en su totalidad en el texto del reportero, sino que únicamente se señala las tres primeras palabras de la frase en que empezará su intervención y las tres últimas palabras de la misma, con su correspondiente tiempo de grabación en la cinta.

El editor deberá marcar en el texto del reportero cuáles son los tiempos en donde la intervención del entrevistado queda ilustrada, con la intención de que la persona encargada de asistir en la cabina en los supers tenga la información detallada de los textos y pueda realizar una buena decisión en cuanto a cuál será el momento más oportuno para mandarlo al aire.

Cada editor sólo se auxilia de las imágenes de acervo del canal que le son enviadas por la coordinación de producción; sin embargo, ésta área no conoce a detalle cada una de las imágenes que contienen las cintas, de hecho, suponen las imágenes que mandan, más nunca se cercioran del material que proveen a cada editor. Esto sucede porque nunca se ha contado con un archivo detallado de imágenes con las que cuentan todas y cada una de las cintas de acervo del canal. Esto debe ser una tarea del área de videoteca del canal, sin embargo, se ha constatado que esta área no está interesada en hacerlo y que las autoridades no se lo exigen.

Por tanto, el área de noticias tiene que echar mano de asistentes de edición que se encuentren siempre acompañando a los editores en sus horarios de trabajo. Esta ayuda comprendería desde el apoyo en solicitud y búsqueda del material adecuado para ilustrar las notas que así lo requieran, hasta la calificación detallada de cada una de las

cintas que ocupan. Esta calificación será entregada a la coordinación de producción, quienes se encargarán de realizar el registro y archivo adecuado para que, en su momento, sea localizado y utilizado adecuadamente.

Estos asistentes de edición serán las personas de servicio social que se encuentren laborando en la empresa, mismos que serán instruidos adecuadamente y con anterioridad por parte del departamento de producción.

Área de Información

Los cables de noticias proporcionados por las agencias Notimex y EFE únicamente son revisados por la mañana, y salvo alguna eventualidad, se checan por la tarde con lo que se desaprovecha mucha información conocida como de última hora.

Por la misma definición de un noticiario es importante que el área de información esté al pendiente durante todo el día de las noticias que se generan a través de los cables informativos o por Internet, de tal forma que cuando sea necesario agregar o cambiar alguna nota ya establecida en la orden de edición, esto se pueda hacer.

El horario del jefe de información es solamente cubierto durante el turno matutino, ocupándose entre otras cosas de la selección de los hechos que se cubrirán en los próximos días y de la jerarquización de las notas para cada uno de los noticieros de la emisión del día, es decir, decide la orden de edición junto con la directora de noticias. Por tanto, su relación con los reporteros es muy esporádica en el sentido en que sólo los ve cuando ellos llegan a las oficinas a redactar sus notas. Esta persona no se encarga de darle una revisión a los textos de los reporteros para corroborar información, ni para corregir posibles errores de redacción o información.

El jefe de información, o en su defecto, algún asistente con el que cuente para cubrirlo en su ausencia, debe checar personalmente los textos de los reporteros con el fin de eliminar o completar la información que ahí se dé, revisando básicamente la redacción. Esto permitirá también que se realice una nota parcial, no tan enjuiciada por el humor del reportero o la posición subjetiva del mismo.

Es importante que él regule la política de comunicación de las emisiones de la Red Cultural Informativa para establecer una especie de editorial en el manejo de la información.

Redacción

Una de las áreas que acapara más papel es la de redacción, aún cuando se recurra al reciclado del mismo. Y quizás parezca normal, pero esto absorbe mucho presupuesto asignado al área de noticias. Porque aparte de los guiones que se imprimen para todo el equipo que participa en la grabación del programa; es decir, mínimo 10 copias y original, mismas que son repartidas a: la directora de noticias, productor, realizador, switcher, audio, editor asistente, asistente de dirección, generador de caracteres, floor manager y conductores; además se imprimen las notas de redacción y las secciones especiales como Itinerarios, encabezados, notas de los estados, etc. para que el área de producción pueda ir buscando los materiales de apoyo en tanto sale el guión.

Respecto al guión que se entrega al productor del programa y a la directora de noticias para su archivo personal, éstos nunca son revisados a detalle antes de la grabación del programa, mucho menos junto con los conductores; por tanto, éstos representan un desperdicio, un gasto inútil.

La propuesta principal es que se cuente con computadoras en red dentro del área de noticias, de tal forma que tanto la directora de los noticiarios, el productor, redacción y producción puedan checar desde sus máquinas lo que se escribió y trabajen sin necesidad de tener varias copias repetidas que a final de cuentas quedaran en la basura.

Asímismo, se sugiere que no se almacenen los guiones (en papel) de todo el año como se acostumbra, sino que se recurra al uso de diskettes, ya que estos ofrecen ventajas de almacenamiento y de búsqueda, además de que incrementan la velocidad de trabajo.

Que suceda lo mismo con el almacenamiento de las órdenes de edición que maneja el departamento de producción, para que su calificación pueda estar al día y se evite al máximo, archivarlas en papel.

Investigación

En primera instancia se sugiere la creación de este departamento ya que es importante que se cuente con un área donde se registre toda la información que llega a la producción y que la canalice de forma adecuada. Con ello se evitarán pérdidas de datos ya que se conocerá el origen de los mismos así como su paradero.

Por otra parte, este departamento también se debe de encargar de la búsqueda de material, tanto escrito como de video que sea

necesario para la producción. Es decir, que se encargue de ser el contacto entre las editoriales, por ejemplo, para conseguir los libros; con las empresas distribuidoras de cine para que envíen los trailers de las películas, etc. En pocas palabras, que se dedique a la búsqueda de la información necesaria para completar los requerimientos del área de información, redacción y producción.

Es vital que cuenten con una computadora conectada a Internet donde puedan consultar información relevante de México y el mundo de forma continua, obteniendo datos que podrían completar su acervo informativo, mismo que será proporcionado más tarde a los reporteros, al departamento de redacción y a los conductores.

Se pierde mucha información y material debido al paseo que se le da por la dirección de noticias, el área de información, de redacción y producción. Esto sucede, entre otras cosas a que todas estas áreas requieren mantenerse al tanto de lo que llega. Sin embargo, el problema es que la información que se recibe así como los materiales de apoyo son dirigidos a distintas personas y de distintas áreas, lo que hace más confuso definir quiénes son los encargados más adecuados para recibirlos y responsabilizarse de ellos hasta que se terminen de ocupar.

Con la aparición de esta área se podría controlar el acceso y distribución de los materiales, ya que se encargarían de registrar todas las cosas que reciban, desde los cables informativos, hasta las invitaciones e información vía fax, así como los materiales que llegan de apoyo. Entre los datos que manejarían se encuentran: el medio que lo proporcionó, qué tipo de material es, así como a quién fue entregado para su aprovechamiento. Con ello se evitaría el paseo de la información y se tendría mayor control sobre los materiales, a fin de evitar que éstos se pierdan.

Hasta la fecha, la orden de edición es elaborada por la directora de noticias y por el jefe de información. A ellos es a quienes se les entrega toda la información recibida y quiénes la jerarquizan y distribuyen de acuerdo al formato del programa. No obstante, el material pueden recibirlo de diferentes departamentos, de acuerdo al que haya sido enviado, por supuesto, por el conducto de la secretaria. Esto provoca confusión y evita que muchos materiales sean programados a tiempo o que en el peor de los casos, nunca se utilicen.

El jefe del departamento de investigación estará al tanto de lo que día con día llega a la oficina de noticias y ese mismo registro constituirá su intervención en la reunión que se realice día con día para decidir las órdenes de edición de los tres noticiarios.

Consiguientemente, intervendrá en las decisiones de la directiva respecto a la oportunidad de las noticias, así como del posible resguardo de información que será utilizada en su mejor momento.

Por tanto, la persona asignada a este puesto deberá ser una persona muy preparada en las artes y comprometida a mantenerse al día de toda la información que se genera no sólo dentro de su oficina, sino fuera de ella.

Relaciones Públicas

Dentro de esta área se contempla a un mensajero de base, que por cierto no existe actualmente; a la persona encargada de realizar los trámites para el pago oportuno a los trabajadores free-lance y, por último a la secretaria. En muchas ocasiones se recurre al personal de servicio social para que recoja las cintas editadas de los acotencimientos cubiertos por la agencia informativa Notimex, los materiales de apoyo ocupados en las secciones de cine o en alguna nota especial o reportaje. Lo mismo para regresarlos a las empresas que proporcionaron el material y las cuales no cuentan con los medios para recogerlos.

Es indispensable la contratación de un mensajero que resuelva los problemas de adquisición de materiales de apoyo proporcionado por otras empresas, así como para los trámites financieros propios de la producción.

Lo menos es que después de que algunas empresas prestaron el material, se les regrese oportunamente y en óptimas condiciones. Esto también permitiría que las oficinas de producción del área de noticias y en la videoteca no se tenga más material del indispensable y propio, además de que redundaría en más espacio libre.

Para lograr esto será indispensable diferenciar entre los mensajeros o mensajero que se contrate y los choferes particulares de los jefes de área.

La secretaria se dedica a realizar algunos registros de materiales de apoyo que llegan, pero no de todos; y tampoco se entera de a dónde van a parar. Su tarea es mantener al tanto a la directora de la información que llega a su nombre y entregárselo personalmente. Después, la directora se lo regresa clasificado para que lo entregue al área de información o a la de producción.

Este paseo provoca que muchos materiales e información se pierda, ya que no todo es registrado desde su ingreso al canal, y mucho menos se tiene un control real de a quiénes se entrega y con una explicación detallada de con qué fin se está entregando.

De ahí la necesidad de crear el departamento de investigación, estableciendo que la secretaria únicamente se encargará de los asuntos personales y de las citas laborales que tenga la directora de noticias, así como del productor y de los jefes de cada área.

Por supuesto, esto no significará que se mantendrá ajena al flujo de trabajo de la producción, ni a las situaciones imprevistas que pudieran surgir. Por el contrario, esta persona estará al tanto de todo, pero no se le deberá considerar como una persona responsable al 100% de alguna de las tareas que debe cumplir otra área de noticias.

Continuará encargándose, junto con la persona de logística, de los trámites financieros y de recursos, tanto humanos como materiales, que aquejen a la producción. Entre ellos se cuentan solicitar la papelería e infraestructura básica para las oficinas, realizar todos los trámites de reservación y viáticos de los reporteros corresponsales enviados a estados de la República o del extranjero por motivo de la cobertura de algún evento relevante; realizar las cartas de inicio y término de servicio social, así como de todos los trámites que requiera la dirección de noticias para la realización de algún programa y que no sea propiamente asunto de otra área.

También debe contar con un registro actualizado de los números telefónicos y direcciones de los principales contactos de la directiva, mismo que será compartido con el departamento de investigación. Para ello, la secretaria deberá contar con una computadora personal.

Equipo técnico

El personal técnico (staff) es el mismo para todas las producciones del canal, lo que ocasiona que cuando se realizan dos grabaciones al mismo tiempo, ya sea en los mismos estudios del canal o fuera de éste, no se cuenta con personal de respaldo.

Debe contarse con personal de reserva capacitado para cubrir esos huecos imprevisibles por parte del área de noticias. De no existir la posibilidad de más contrataciones, por lo menos se debe capacitar al área de ingeniería para operar de acuerdo a la dinámica de trabajo de los noticieros y evitar los errores al aire que se cometen cuando se trabaja con gente improvisada.

Se entenderá, por tanto, que al área de ingeniería se le considerará como el respaldo de los operadores asignados. Lo malo de esta decisión es que se perjudicará el trabajo en su área y con ello se observarán atrasos en áreas que son complementarias al área de noticias.

En el área de operación de caracteres, es decir, en donde se cargan y repaginan los ísupersí, sólo se cuenta con dos personas para todo el día, es decir, una para el turno matutino y otra para el vespertino, cubriendo las necesidades de todas las producciones que se realicen, tales como promocionales, opera, noticias y alguno que otro programa especial.

Se propone prevenir la falta de operadores ante posibles incapacidades u otras eventualidades, ya que esto pone en apuros al área de noticias. Se debe de capacitar con anterioridad al personal sustituto que manejará la máquina para evitar los equívocos y atrasos en el flujo de trabajo, ya que el desconocimiento de operación de la máquina provoca que no se realice una producción visual atractiva, sino mediocre.

Al referirse que deben de estar capacitados en la operación de la máquina también lleva implícito que conozcan la forma de trabajo del noticiario, su formato o esquema en cuanto a los efectos que se manejan al incluir un ísuperí al aire.

Como ya se había mencionado anteriormente, la empresa sólo cuenta con 7 sistemas portátiles para todas sus producciones, lo que ocasiona que el área de noticias cuente con un número muy limitado de cámaras al día, obstaculizando la cobertura de circunstancias culturales de relevancia; más aún cuando suceden los llamados íbomberazosí donde se tiene que recurrir a la cancelación de otro u otros asuntos para poder cubrir éste otro que goza de mayor relevancia. Entre los bomberazos deben considerarse los percances que pudiera sufrir algún servicio de sistema portátil en el ejercicio o la existencia de algún evento de mayor importancia que se anunciara en último momento.

El área de noticias cuenta generalmente con 2 cámaras o 1 cámara y media al día para la cobertura de notas; excepto los jueves, en la que con mayor frecuencia se asignan tres cámaras por la cantidad de trabajos que se generan especialmente en ese día. El horario de disponibilidad de las cámaras es de 9:00 a 21:30 horas; excedido ese horario se debe pedir permiso y avisar con anterioridad al encargado de los sistemas portátiles; de lo contrario, la cobertura puede cancelarse.

Con todo esto la media en la cobertura de notas al día oscila entre 9 a 12 asuntos contando entre ellos los dos hechos que cubre Notimex con sus propias cámaras.

Debe existir un sistema portátil de guardia para estos bomberazos. Porque aún cuando sabemos que esto no ocurre a diario éste se podría ocupar para hacer levantamiento de imagen de aspectos de la Ciudad que tanta falta hacen en el acervo videográfico

del canal; o para la realización de algún reportaje especial. Es decir, que esta cámara estuviera más a disposición del área de noticias que de otras producciones y que se ocupara exclusivamente para estos casos.

Por otra parte, es urgente la asignación de más sistemas portátiles al día para el área de noticias. La sugerencia es que se aumente a tres cámaras por día con disponibilidad de horario completo. De ser así, se estima que la información que se cubriría aumentaría en un 80 % tomando en cuenta la selección hecha con anterioridad por parte de la dirección de noticias. Recordemos que estamos hablando de una Red Cultural Informativa que cuenta con tres espacios noticiosos que, desgraciadamente, por esta causa, entre otras, recurre a la repetición de notas en sus emisiones.

Otro de los problemas a los que se enfrenta la producción de noticias es que el canal no cuenta con personal actualizado en el área técnica, redundando en poca competitividad con el resto de las empresas televisivas. Y es que aún cuando a lo largo de la historia del canal se ha constatado que con recursos arcaicos se pueden lograr buenos resultados, lo cierto es que el personal trabaja con las mismas técnicas de hace 6 años. Por ejemplo, la labor de los camarógrafos se ha centrado en realizar tomas con movimientos básicos, pero no intentan realizar efectos desde la grabación misma del caso ocasionando una imagen muy plana, nada llamativa e indiferente para el espectador.

Es urgente la capacitación periódica del personal técnico con el fin de que puedan explotar las posibilidades de sus instrumentarias de trabajo y lograr una vanguardia en el ámbito televisivo. Porque aún cuando la experiencia diaria les proporciona a los operadores mayores posibilidades en su trabajo, lo cierto es que el conocimiento e instrucción en las innovaciones les permitirían realizar un trabajo de mayor calidad y de vanguardia.

Al respecto debemos de considerar que la empresa se debe sentir comprometida en este aspecto porque no es sólo un beneficio para sus trabajadores, sino también para la empresa, porque esto permitirá que las producciones sean competitivas con el resto de las empresas televisivas.

El mantenimiento de las máquinas de trabajo, considérese computadoras, fotocopadoras, máquinas de edición, de post - producción, se realiza de forma periódica, pero entre semana en los días de trabajo, ocasionando con ello un retraso en los procesos de trabajo y errores en la producción.

Se solicita al área de producción del canal que este mantenimiento se haga los fines de semana o que se avise con anticipación al personal para evitar demoras en el trabajo. Ya que si se toma en cuenta que el área de noticias cuenta con horarios muy limitados en edición, lo cierto es que el mantenimiento de estas máquinas ocasiona retrasos en la producción.

Si esto no es posible, entonces se sugiere que cuando se realice mantenimiento, por ejemplo, a una de las máquinas de edición, entonces se tenga acceso a otra máquina, quizás alguna de las asignadas al área de videoteca, de tal manera que los horarios de trabajo no se vean interrumpidos y se pueda seguir trabajando.

Tal y como se mencionaba en el capítulo anterior, los horarios asignados al área de noticias en la sala de post producción y la isla de edición no lineal no son los adecuados para la producción de la Red Cultural Informativa, ya que como mencionábamos, el horario asignado cubre únicamente el turno vespertino, provocando que la producción visual en el noticiero Índice, sea muy limitada.

Considerando que este programa ocupa la mayor infraestructura productiva y nominal del canal se debe de proporcionar mayor tiempo de acceso a estas áreas de trabajo. En el caso de la sala de post producción debería considerarse la ampliación del horario a fin de que se pudieran cubrir los dos turnos; de ser así las posibilidades de edición de las notas y de las secciones especiales de todos los noticieros tendrían una mejor presentación.

El canal cuenta con dos salas de post producción y lo mejor sería que se asignara una sala exclusivamente para el área de noticias y dejar la otra para el trabajo del área de Promocionales y de otros programas del canal.

Demasiadas han sido las ocasiones en que debió incluirse una nota importante dentro del noticiero de las 14:30 horas y de la cual tuvo que prescindirse una imagen ya que no se contaba con estos servicios. La solución ha sido que el conductor dé a cuadro la nota, pero sin duda esto muestra una vez más que la producción de los noticieros se ve limitada por la falta de recursos.

Respecto a la isla de edición no lineal, la mejor opción sería que el canal adquiriera una máquina más de edición no lineal, con el fin de que el trabajo del área de Promocionales no se vea afectado por el cambio de horario pero, de no ser así se sugiere que igualmente se amplíe el horario con el fin de lograr la producción constante de materiales de apoyo visual para los noticieros, tales como cortinillas,

backs, etc. Sabemos que las posibilidades visuales de esta técnica de edición son infinitas y permitirían ampliar las posibilidades de atraer la atención del espectador.

El staff muchas veces desconoce la importancia del acontecimiento que está cubriendo y por lo mismo le ponen poca atención al mismo y no se esfuerzan por hacer lo mejor posible su trabajo. Sucede que la mayor parte del tiempo, los camarógrafos no están enterados del asunto que cubren, sólo se presentan en el lugar y hacen su trabajo.

Deberá existir mayor interés por parte del personal técnico por el trabajo que están realizando, asumiendo que están dentro de un canal cultural y que de acuerdo al interés que le pongan a su trabajo será lo que proyecten.

También se aconseja a los reporteros que platicuen con los camarógrafos de camino a la locación sobre la importancia de la nota a fin de que con anterioridad se pongan de acuerdo de lo que quieren obtener en imágenes del evento.

El canal no cuenta con un departamento de escenógrafos propio, lo que ocasiona que cada una de las producciones debe idear o contratar los servicios de otras personas para la realización de sus escenografías, de acuerdo a las capacidades presupuestales asignadas a la producción.

Lo mejor sería que el canal pudiera contar con un área especializada en escenografías y que además tuviera algún espacio donde pudiera ir almacenando la utilería que fuera desechada por las producciones anteriores. Esto le daría la posibilidad de tener ciertos recursos que en algún momento dado le servirían para armar otras escenografías.

*Lo cierto es que como el presupuesto es muy limitado los noticieros no pueden echar mano de otro tipo de ideas que requieran de una escenografía más elaborada y, por tanto, los recursos tengan que ser tan simples como sillas que ni siquiera se alcanzan a observar a detalle, alguna escultura, la proyección de diapositivas en paredes o el uso de *ibacksí*, es decir, que se recurre más a las posibilidades de los efectos en ingeniería que a objetos comunes que quizás darían más vida al espacio desde donde se están dando las noticias.*

En todas las áreas se han manejado horarios indistintos para cada uno de sus miembros. Se sugiere un cambio de horarios para cada uno de los empleados, de tal forma que cubran todo el día tratando que en ningún momento ninguna área quede desatendida como suele suceder hasta la fecha. De tal forma, que de no encontrarse el titular del puesto,

sí se encuentre un asistente o sustituto del mismo que represente sus funciones en su ausencia.

Por otro lado, debe existir en todas las áreas una promoción de puestos, entendiéndose en esto la posibilidad de crecer dentro de la producción, además de acrecentar el interés en el programa para sacarlo adelante. Esto se dice porque se ha visto que la gente que se encuentra ahí, tiene años trabajando en el mismo puesto desde su inicio y se ha provocado un desinterés generalizado hacia la producción.

Aún cuando ya se hayan logrado beneficios, la dependencia a un canal con pocos recursos y mucha burocracia limita a la producción en todos los aspectos. Esto lo vemos en la falta de infraestructura básica con la que debería contar la Red Cultural Informativa de Canal 22 como lo son computadoras actualizadas y suficientes para cada una de las áreas.

Flujograma propuesto

1. Registrar la información, tales como: fax, invitaciones, cables informativos, boletines de prensa, notas de reporteros, material de video y/o de audio de apoyo, etc. dentro del área de investigación.
2. Revisar y depurar la información anterior. En esta revisión intervienen: la directora de noticias, el productor, el jefe de información y el jefe de investigación. En caso de no ser requerida alguna información, ésta se guardará en el departamento de investigación hasta que sea requerida.
3. Clasificar dicha información
4. Elaborar la orden de edición de las tres emisiones del día además de delimitar asuntos que tendrán lugar en los próximos días.
5. Distribuir el material entre las tres áreas básicas: producción, información y redacción, cada una de ellas trabajará por separado.
6. Confirmar la cobertura de los eventos del siguiente día dispuestos por la directiva en la depuración del paso 2. Esta tarea es realizada por el departamento de información. Mientras que el departamento de producción registra el material proporcionado para decidir si es necesario copiarlo o grabarlo.
7. Registrar los eventos conformando así, poco a poco, y durante todo el día la orden de cámara y la orden de reportero del día siguiente.
8. Trabajar conjuntamente con el departamento de investigación a fin de obtener lo más posible de información acerca del evento que se cubrirá, tales como: antecedentes del artista, características de la

- exposición o, en su caso, proporcionar a los reporteros los libros o catálogos referentes a su nota informativa.
9. Buscar información actualizada y verídica relacionada con los eventos que están próximos a cubrirse consiguiendo el préstamo de material de apoyo a galerías, distribuidoras de cine, editoriales, disqueras, etc.; inclusive, a otros estados de la República para la cobertura nacional. Esto es responsabilidad del departamento de investigación.
 10. Distribuir la cantidad suficiente de cintas a los reporteros para la cobertura de las notas del día siguiente.
 11. Asignar a cada reportero la cobertura de un número determinado de notas, de acuerdo a su especialidad o disponibilidad de horario. De faltar reporteros, si es posible se pospondrá la cobertura si no se le asignará a otro reportero.
 12. Dar el llamado a los reporteros de las notas que cubrirán al día siguiente. Esto puede hacerse personalmente, dejando recado en sus máquinas contestadoras o por medio de e-mails.
 13. Trasladar a los reporteros a la cobertura de sucesos para hacer lo que se conoce como levantamiento de imagení.
 14. Revisar y seleccionar el material en video y escrito obtenido en el trabajo de los reporteros. De ser un material no útil o de baja calidad, se desecha.
 15. Redactar la nota informativa o reportaje.
 16. Revisar, ya sea por parte del jefe de información o por el productor, la redacción e información vertida en el texto informativo elaborado por el reportero. En caso de tener errores se le exigirá al reportero corregir la nota.
 17. Solicitar material de apoyo al departamento de producción, en caso necesario.
 18. Buscar material audiovisual de apoyo para la edición de las notas de redacción contando con el apoyo del departamento de investigación para su búsqueda en el Internet o la solicitud de material.
 19. Editar cada una de las notas de reportero y de redacción, así como secciones especiales del día.
 20. Supervisar cada una de las notas editadas por parte del productor o realizador a fin de constatar que tanto video y audio se encuentren dentro de los estándares de calidad básicos para su transmisión en el programa.
 21. Decidir cuáles notas informativas serán transmitidas en la emisión del día y cuáles se dejarán para emisiones posteriores, ya sea del día o

días próximos. En esta decisión deben intervenir de menos, el productor y el jefe de información.

- 22.** Cargar y repaginar los ísupersí de los entrevistados que intervienen en todas las notas que se incluirán en la emisión.
- 23.** Calificar a detalle cada una de las notas informativas editadas e incluidas en la emisión de cada uno de los espacios informativos del día. En el registro se incluirá el número de cinta donde quedó editada la nota y el número de la cinta master de transmisión, hasta lograr el registro completo de la orden de edición.
- 24.** Elaborar el folder de información que se entregará a los conductores, mismo que será revisado detalladamente por ellos mismos, antes de la grabación del programa.
- 25.** Preparar la disposición del guión con base en la información proporcionada por el departamento de investigación. De esto se encarga el departamento de redacción.
- 26.** Revisar el guión con la intervención de: el productor, el realizador y los conductores.
- 27.** Realizar la grabación del programa, ya sea en vivo o pre-grabado (en el caso de *Al Aire*).

FLUJOGRAMA PROPUESTO

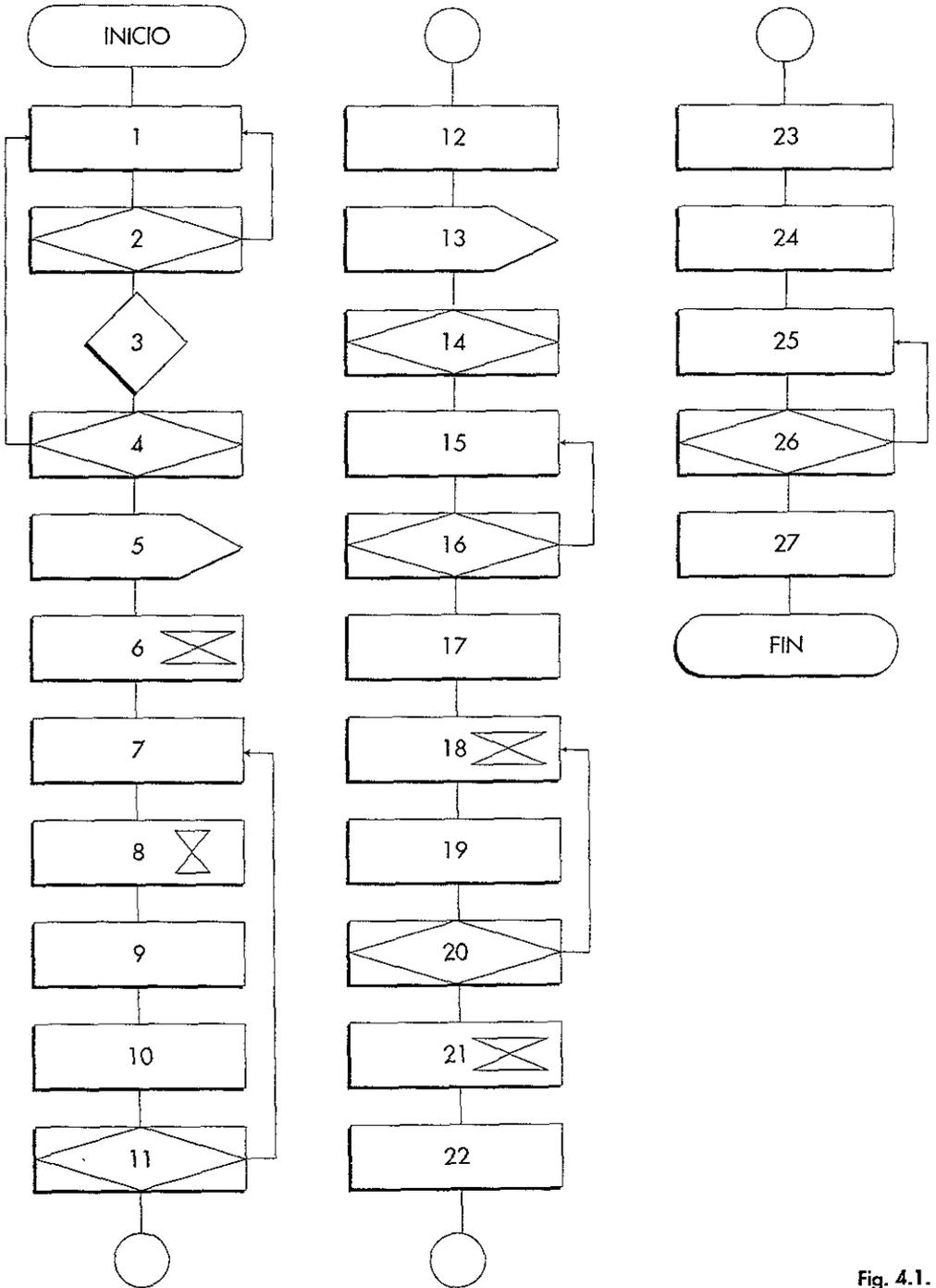


Fig. 4.1.

ORGANIGRAMA PROPUESTO

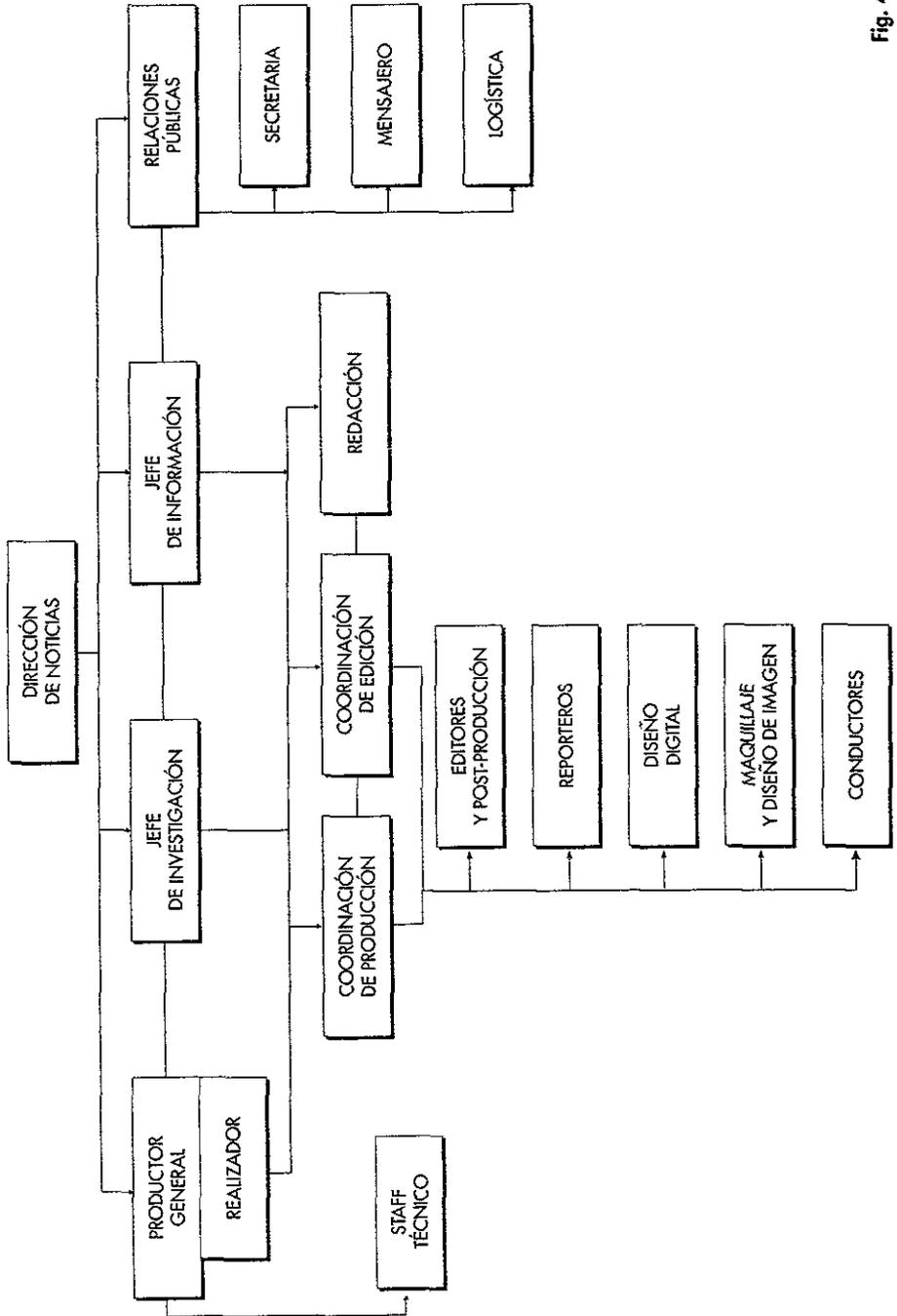


Fig. 4.2..

CONCLUSIONES

La pantalla representa la promesa de generar fenómenos como el del arraigo y el de la apertura, democratiza la información y el entretenimiento, promete romper las fronteras culturales y nos ofrece el acceso al patrimonio de la humanidad.

El fenómeno "tele" es mucho más que la suma de sus partes. La palabra televisiva se impone, porque la televisión es en sí un aparatoso vehículo de poder, de ahí la trascendental función de administrar la selección de información que se transmite a través de ella. Administración que abarca desde la concepción de un programa, su estilo, su estructura hasta su salida al aire.

Sólo en contadas excepciones se ha logrado producir programas culturales que tengan niveles de audiencia importantes. Por regla general, la cultura ha sido en la televisión, sinónimo de aburrimiento y tedio por la falta de imaginación en el diseño y producción, por la precariedad de recursos y por la inercia productiva de un medio en el que el "tiempo es oro". Sin duda, este es el mayor de los retos al que se enfrenta esta empresa, tratar de romper ese abismo entre la "cultura" como un producto complejo y difícil de entender, sólo apto para minorías ya iniciadas y el "entretenimiento" como un producto ligero y estereotipado destinado a las "masas" aspirando a constituirse en vanguardia dentro la producción televisiva en el campo cultural.

Su objetivo debe ubicarse en hacer de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. una televisión rentable, competitiva, moderna; que ofrezca entretenimiento e información oportuna, porque la televisión estatal puede ser tan comercial y competitiva como cualquier otra.

Por principio, al Canal 22 le falta vincularse de manera mucho más estrecha con su audiencia, porque un canal de televisión no existe nada más al salir al aire; existe cuando la gente lo ve, y no sólo eso, sino también cuando la gente le cree, lo sigue, lo define y lo entiende, cuando se apropia y se identifica con él; mientras, sólo existe en la pantalla.

Ante la desaparición de uno de los más importantes noticieros culturales como el de Canal 11, que además representaba la única competencia formal de esta producción, a los noticiarios de la Red Cultural Informativa les quedan sólo dos opciones, la del crecimiento y permanencia dentro del gusto del público o la desaparición eminente de

un esfuerzo mediano por atraer la atención hacia el quehacer cultural de México y del mundo de forma constante.

Sin duda la importancia de la existencia de una competencia marca el nivel de mejoras que, por una parte, la producción está dispuesta a realizar por el interés de sobresalir y, por la otra, aquella que el público determina como punto de referencia para determinar cuáles programas cubren sus expectativas y cuáles no.

Los riesgos a los que se enfrentará con la llegada del nuevo milenio, además de la inminente necesidad de actualización tecnológica, son lograr una mejor proyección y competencia frente a los cientos de canales de televisión que operan, no sólo en México sino en el mundo entero; orientando al público a través de la noticia a ver, leer o asistir al acontecimiento.

Para empezar, uno de los pasos más importantes que debe formalizar es establecer una televisión nacional, pero no tanto por el alcance de su señal, sino por la participación de los estados con los que habrá de establecerse un diálogo permanente para que ellos contribuyan a la programación de los noticiarios. Y en esto se hace referencia no sólo a la cobertura de eventos especiales que se realicen periódicamente en la región sino también a la cobertura de eventos de manera permanente y constante, sólo así será posible establecer un contacto estrecho con los estados de la República y se logrará una incursión a nivel nacional.

Para lograr esto la participación en este tipo de medio debe ser de personas preparadas para ello, que sepan manejarlo con eficiencia, que sepan conducirlo adecuadamente, y que tengan la ética, que actúen con base en principios derivados de una visión humanística, con todos sus derechos y obligaciones. Quizás sea muy drástica la sugerencia de que todo el equipo que labora en la producción deba ser cambiado, pero lo cierto es que debe capacitarse a éstos para que desarrollen su trabajo lo mejor posible, adecuado al ritmo televisivo.

El mayor problema que aqueja a esta producción es la falta de comunicación entre el personal, provocando doble trabajo, desvíos de información, atraso en el trabajo y, por tanto, una producción deficiente de los noticiarios. Quizás esto se aminoraría si se implementara un sistema de promoción de puestos de la empresa, de tal forma que el personal sienta interés en mejorar en su área y sienta atracción por aprender nuevas cosas que le permitan inmiscuirse más al ritmo de la producción de programas.

Puede ser comprensible que el hecho de haberse asignado repentinamente la producción de los noticiarios a esta directiva haya

obligado a reunir a un equipo de trabajo improvisado en la materia de producción televisiva, pero los años que ya tienen al aire no perdonan el hecho de que los mismos continúen en el mismo nivel de preparación provocando los constantes errores en información y producción de imagen.

Es urgente la reorganización de esta dirección del Canal 22, voz principal del mismo, ya que de esta producción depende en mucho el crecimiento y aceptación del mismo dentro de un auditorio que está poco acostumbrado a ver producciones culturales.

ANEXO 1

Dirección de Noticias

ORDEN DE EDICIÓN
Al Aire 11:30 PM

Programa No. 335 Orden No. 1036

Viernes, 4 Dic 98

| Cond. Nota | Género | T.N. | T.A. | Grab. Hora | Reportero Editor |
|---|------------------|-------|-------|------------|------------------|
| 1 Entrada y Teaser | | 01:30 | 01:30 | | |
| 2 ^{***} C/P Declaratoria de la UNESCO Zona Arqueológica de Paquimé y Ciudad de Tlacotalpan como Patrimonio de la | Fomento Cultural | 02:00 | 03:30 | HOY 12:00 | José |
| 3 Entrevista Fernando Castro Flórez sobre su curso-taller para curadores de arte contemporáneo y la escatología en las bellas | Artes Plásticas | 02:00 | 05:30 | HOY 17:00 | Griselda |
| 4 Entrevista Jesús González Dávila sobre el libro Aroma de Café | Literatura | 01:30 | 07:00 | HOY 14:00 | José |
| 5 Expo. Las paredes oyen de Elena Somonte | Artes Plásticas | 01:30 | 08:30 | HOY 16:00 | Emilio |
| 6 Pizarrazzo inicial Rito Terminal. Opera Prima 1998 de Oscar Urrutia Lazo | Cine | 01:30 | 10:00 | AYER | Huemanzan |
| 7 Expo. Chambras: Dibujos y Collages | Artes Plásticas | 01:30 | 11:30 | AYER | Griselda |
| 8 Corte/avance/artelera | | 00:40 | 12:10 | | |
| CORTE COMERCIAL | | | | | |
| 9 P/L Pancho Villa, de Friederich Katz | | 02:00 | 14:10 | HOY | Rosy |
| 10 Mayra Montero/FIL | | 01:30 | 15:40 | HOY | Rosy |
| 11 Fernando del Paso/FIL | | 01:30 | 17:10 | HOY | Rosy |
| 12 Expo. Bajo el sol negro de Annette Lemieux y Expo. Últimas cosas de Milzgos de la Torre | Artes Visuales | 01:30 | 18:40 | MIE | Lorena |
| 13 Entrevista Gerardo Sifuentes sobre Radiotekhnika Cantina: y entrega del Premio Kalpa UAM-AMCYF de Ciencia Ficción 1998 | Literatura | 01:30 | 20:10 | HOY 18:00 | Emilio |
| 14 Entrevista José Deigadillo Hernández sobre sus próximos proyectos | Artes Plásticas | 01:30 | 21:40 | HOY 15:00 | Griselda |
| 15 Expo. Shoot! de Beatriz Ezban | Artes Plásticas | 01:30 | 23:10 | HOY 17:00 | Griselda |
| 15a NR MUESTRA CINE "ABRIL" / JUDITH | | | | | |
| 16 Salida y créditos | | 01:30 | 24:40 | | |
| 24 40 | | | | | |
| NOTAS DE RESPALDO | | | | | |
| 24 40 | | | | | |
| 18 Expo. Actitudes humanas de Guillermina Dulche | Artes Plásticas | 01:30 | 26:10 | HOY 15:00 | Elena |
| 18 Expo. Fin de año | Artes Plásticas | 01:30 | 27:40 | HOY 13:00 | Elena |

EDITORES Y REPORTEROS FAVOR DE AJUSTARSE A LOS TIEMPOS PROGRAMADOS

NOTA: ESTA ORDEN ESTÁ SUJETA A CAMBIOS EN LA COBERTURA DE INFORMACIÓN. LA CANCELACIÓN DE LAS NOTAS PAUTADAS SE HARÁ TOMANDO EN CUENTA SU IMPORTANCIA Y DURACIÓN EN LA GRABACIÓN DEL NOTICARIO; DICHAS NOTAS SE PROGRAMARÁN AL DÍA SIGUIENTE

ANEXO 2

22 Televisión Metropolitana, S.A. de C.V

Dirección de Noticias

Programación de Cámaras

Orden No 1905

Ing. Carlos Martínez Arriaga

Director de Mantenimiento

Presente

Cámara: Fecha Envío: Lunes, 15 Jun 98

Llamado: 10 0

1 Fecha Servicio: Martes, 16 Jun 98

Termino: 21 30

Hora: 10:00 Nota: C/P Joan Brossa: Poemas-objeto

Lugar: Museo de Arte Carrillo Gil

Dirección: Ave. Revolución 1608, San Angel Inn, 550 1254, 550 3983

Observaciones: 10:30 entrevista con la curadora 11 00 conferencia de prensa

Roberto Edición:
Sale con Cámara

Hora: 12 00 Nota: Entrevista Jose Antonio McGregor. Futuro de las Culturas Populares en Mexico

Lugar: CNCA Dir. Gral de Culturas Populares

Dirección: Av. Revolución 1877, 4o. piso, San Angel, 6160128

Observaciones: 6a. Piso

Gelia Edición:
Llega Directo a la Locación

Hora: 14:00 Nota: Futuro de la Unidad Cultural del Bosque. entrevista Mario Espinoza

Lugar: INBA Coord. Nat de Teatro

Dirección: Unidad Artística y Cult del Bosque Módulo A 1er. Reforma y Campo Marte. Col Chapultepec Polanco, Chapultepec Polanco, 280 48 66 y 2991

Observaciones:

Gelia Edición:
Continúa con Cámara

Hora: 18:30 Nota: Entrevista Historia de la mirada. breve recuento del arte y su publico Amelias Arenas y Mess Redondas

Lugar: Museo Rufino Tamayo

Dirección: Paseo de la Reforma y Gandhi, Chapultepec, 286 5839 286 35 72

Observaciones: 18:30 entrevista 14 00 Mess Redondas.

Griselda Edición:
Sale con Cámara

Norma Betancourt
Coordinadora de Producción

c.c.p. Lic. Ernesto Velázquez / Subdirector de Política Cultural
c.c.p. Lic. Diana Constable / Directora de Producción
c.c.p. Lic. Margarita Flores / Gerente de Realización
c.c.p. Mano Lozano / Jefe de Sistemas Portátiles

ANEXO 3



Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.
 Dirección de Noticias
 Programación de Servicios

Registro No 7575

Gelia

Cámara: 3
Llega Directo a la Locación

Fecha :
 Hora Edición

Martes, 8 Sep 98

Hora Nota
 19:00

Nota: Eduardo Matos Moctezuma ingresa a la Academia Mexicana de la Historia como miembro de número

Persona: **Mauncio Avila** Medios INAH

Lugar: **Academia Mexicana de la Historia**

Dirección: **Plaza Carlos Pacheco No. 21 + las estaciones Balderas y Juárez Cuauhtémoc, Mexico, D.F., 6070** Colonia: **Juárez** ☎ **521 9653**

Grabacion: **Aspectos y entrevistas**

Patos u Observaciones:

Material de
 Apoyo:

Entrevistas:

Participantes:

| | |
|-------------------------|------------------------|
| Eduardo Matos | Arqueólogo, Director d |
| El personal interesante | que llegue |

ANEXO 4

AL AIRE

LUNES 19 DE JULIO DE 1999

HOJA 9

A CUADRO.

"UN DULCE OLOR A MUERTE" DE GABRIEL RETES ES LA CINTA PARTICIPANTE EN EL FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MOSCÚ A REALIZARSE DESDE HOY HASTA EL 29 DEL PRESENTE MES... ESTA MAÑANA SE DIERON A CONOCER LOS DETALLES

VCR C/P UN DULCE OLOR A MUERTE DE GABRIEL RETES SOBRE SU COMPETENCIA EN EL XXI FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE MOSCÚ/HUEMANZIN

ANEXO 5

NUEVE TREINTA

LUNES 19 JULIO 1999

HOJA

MIRIAM A CUADRO.

VCR. ILUSTRAR

NOTA DE REDACCION

A VEINTE AÑOS DE LA REVOLUCION SANDINISTA EN NICARAGUA , SERGIO RAMÍREZ HACE UN RECUENTO HISTÓRICO,DE LA ESPERANZA A LA INSTITUCIONALIZACIÓN DE UNA GENERACIÓN EN. "ADIÓS MUCHACHOS"... "EL MEJOR Y EL PEOR DE LOS TIEMPOS" DICE SERGIO RAMÍREZ SOBRE ESTAS DOS DECADAS DE LUCHAS Y DESENCANTOS, DESDE LA IRRUPCION DE LA GUERRILLA SANDINISTA A MANAGUA, HASTA LA PERDIDA DE LAS ELECCIONES EN 1999 ESTE LIBRO REUNE A UN TIEMPO LOS ACONTECIMIENTOS HISTORICOS Y LA VIVENCIA PERSONAL. LO QUE CONVIERTE A SERGIO RAMÍREZ EN MÁS QUE UN CRONISTA AUTORIZADO O DISIDENTE. AUNQUE SEA AMBAS COSAS. DESDE SU INGRESO A LA CLANDESTINIDAD HASTA SU ASCENSO COMO VICEPRESIDENTE SERGIO RAMÍREZ VE A LA DISTANCIA UNA LA ÚLTIMA REVOLUCION TRIUNFANTE EN EL SIGLO XX Y SU DESENCANTO .. RAMÍREZ PUBLICA ESTE LIBRO JUSTO CUANDO, SEGÚN SUS PROPIAS PALABRAS "EL OLVIDO HA CAIDO SOBRE LA REVOLUCIÓN", PORQUE NADIE LE GUSTA HABLAR DEL FRACASO. "ADIÓS MUCHACHOS" TÍTULO Y CLARA ALUSIÓN AL TANGO. ES ESA MIRADA QUE SE ASOMA A UN ESPEJO CORROÍDO POR LOS AÑOS Y RESCATA UNA IMAGEN SIN COMPLACENCIA QUE DEJA EN EL AIRE LA PREGUNTA ¿QUE HABRÍA SIDO DE NICARAGUA SINO SE DERROCA A LA DINASTÍA SOMOCISTA. QUÉ HABRÍA SIDO DEL PROPIO SERGIO RAMÍREZ SI SU VIDA NO HUBIERA SIDO PARTE DEL MOVIMIENTO SANDINISTA?

SUPER "ADIÓS MUCHACHOS" DE SERGIO RAMÍREZ, ED. AGUILAR

BIBLIOGRAFÍA



- Ángel, Benito *et al*, *La ventana electrónica*, México, Eufesa, 1983, Col. Comunicación.
- Baena, Guillermina, *Instrumentos de investigación*, 13a ed., México, Editores Mexicanos Unidos, 1986, p. 134.
- Bauche Alcalde, Manuel *et al*, *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, t. 2, México, RMC Comunicación, 1999, p. 425.
- Carrandi Ortiz, Gabino, *Testimonio de la Televisión Mexicana*, México, Diana, 1986, p. 230.
- Cervantes de Collado, Cristina y Maximiliano Maza Pérez, *Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*, México, Alhambra Mexicana, 1994, p. 403.
- Documento del Canal 22 redactado por la Dirección de Noticias, México, 1999.
- Eco, Umberto, *Cómo se hace una tesis*, 14a. ed., México, Gedisa, 1991, p. 267.
- Fang, Irving, *Noticias por televisión*, Buenos Aires, Marymar, 1977, p. 493.
- Giuseppe, Richeri, *La televisión entre servicio público y negocio*, México, Gustavo Gili, Col. Mass Media, 1983.
- González, Ana María, *Entre mass media te veas*, México, CNCA, 1994, p. 217.
- González, Fernando *et al*, *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, t. 1, México, RMC Comunicación, 1998, p. 589.
- González Reyna, Susana, *Manual de redacción e investigación documental*. 4a. ed., México, Trillas, 1991, p. 204.
- González Treviño, Jorge E., *Televisión. Teoría y práctica*, México, Alhambra Mexicana, México, 1989.
- Hernández Carbajal, Roberto, *La televisión cultural a través de Canal 22, a partir de la creación del CNCA*, México, UNAM, FCPyS.
- Hernández Sánchez, Sonia Jacqueline, *Análisis de las técnicas y procesos de la información. El caso de Al Despertar*, México, UNAM, FCPyS, 1995, p. 121.
- Hersh, Carl, *Producción televisiva. El contexto latinoamericano*, 2a. ed., México, Trillas, 1998, p. 181.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, México, Gustavo Gili, 1987, p. 300.
- Mejía Prieto, Jorge, *Historia de la radio y la televisión en México*, México, Editores asociados, 1972.
- Memoria de la Subsecretaría de Radiodifusión, 1970-1976, México.
- Memoria de TRM, 1979-1982. Documento inédito.
- Miro Vázquez, Juan José, *La televisión y el poder político en México*, México, Diana, 1997, p. 267.
- Navarro Benítez, Raúl, *Y televisión... ¿quién eres?*, México, UAM, 1991, p. 223.
- Oficio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes con acta de folio 270-83.
- Pardinas, Felipe, *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, 28a. ed., México, Siglo XXI, 1985, p. 242.

- Quijada Soto, Miguel Ángel, *La televisión, análisis y práctica de la producción de programas*, México, Trillas, 1986.
- Rojas Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdés, 1987, p. 286.
- Tostado Spans, Verónica, *Manual de producción de video*, México, Alhambra Mexicana, 1996, p. 288.
- Velázquez Correa, Jacaranda, *De la cultura al poder*, México, UNAM, FCPyS, 1994, p. 187.

Consulta hemerográfica

- Alemán Velasco, Miguel, "El Estado y la televisión" en *Nueva Política*, México, vol. 1, núm. 3, julio-Septiembre, 1976. p. 195.
- Álvarez, Ethel, "Canal 11 estrena barra" en *Reforma*, México, 21 de septiembre, 1998, p. 8E.
- Audiffred, Myriam, "Cambia su imagen el Canal 11" en *Reforma*, México, 19 de septiembre, 1998, p. 4C.
- Audiffred, Myriam, "Firman convenio de intercambio cultural" en *Reforma*, México, 24 de octubre, 1997, p. 3C.
- "Carta abierta de la comunidad cultural de México al presidente Carlos Salinas" en *El Universal*, México, 25 de enero, 1991.
- Diario Oficial de la Federación*, 7 diciembre, 1990, pp. 53-55.
- Delgado, Mónica, "Premian en Europa a Canal 22" en *Reforma*, México, 5 de octubre, 1997, p. 2C.
- Garcilazo, Silvia, "Impulso a la producción de televisión cultural" en *El Nacional*, México, 27 de mayo, 1998, p. 54.
- Garda, Juan Carlos, "Resaltan obligación educativa en TV cultural" en *Reforma*, México, 27 de mayo, 1998, p. 1C.
- Hernández Pérez, Norma Angélica, "Canal 22, cultura que sí se reconoce" en *Revista Expresiones*, México, Febrero, 1998, pp. 17-18.
- Leal, Alejandra, "El Canal 22 mostrará que cultura no es sinónimo de aburrimiento: Flores Oléa" en *Unomásuno*, México, 15 de mayo, 1991.
- León Diez, Héctor, "Canal 22, ILCE, FONCA y la Fundación Mac Arthur impulsan la producción televisiva independiente" en *La Crónica*, México, 27 de mayo, 1998, p. 14B.
- López, Luis Enrique, "Televisión (mucho) más de lo mismo" en *Reforma*, México, 9 de febrero, 1998, p. 1C.
- Ochoa Sandy, Gerardo, "José María Pérez Gay también invitará a Vuelta. El Canal 22 será de todos o de nadie" en *Proceso*, México, Número 825, 24 agosto 1992.
- Orozco, Guillermo, "Televisión. El espectáculo continúa" en *Reforma*, México, 9 de febrero, 1998, p. 3C.
- Ponce, Armando y Héctor Rivera, "Televisa elimina de un día para otro su canal cultural" en *Proceso*, México, núm. 734, 26 de noviembre, 1990, pp. 47-49.

- Ravelo, Renato, "La TV cultural apuesta por las mayorías de mañana" en *La Jornada*, México, 27 de mayo, 1998, p. 27.
- Rivera, María, "Desentrañar la verdad, función de los medios, señala Gordon" en *La Jornada*, México, 2 de junio, 1998, p. 6.
- Sánchez Ruiz, Enrique E., "Historia mínima de la televisión mexicana" en *Revista Mexicana de Comunicación*, México, Fundación Manuel Buendía, Año 3, núm. 18, Julio-Agosto, 1991, pp. 29-36.
- Solís Leere, Beatriz, "Canal 22 una nueva propuesta" en *Revista Intermedios*, núm. 2, junio, 1992, p. 67.
- Torres, Salvador, "Servir a la comunidad cultural, propósito de Canal 22, dice José María Pérez Gay" en *Unomásuno*, México, 18 de junio, 1992, p. 30.
- Torres, Víctor, "Impugnan a la representante del Consejo de Planeación del Canal 22" en *Unomásuno*, México, 26 de junio, 1991, pp. 3 y 31.
- Vázquez, Juan y Miriam Pineda, José María Pérez Gay, "El mercado televisivo existe" en *Reforma*, México, 21 de febrero, 1998, p. 1C.
- Velázquez Robles, César, "José María Pérez Gay en entrevista" en *Revista Intermedios*, Febrero-Marzo-Abril, 1993, p. 54.

Entrevistas

- Guadalupe Alonso, Directora de noticias de Canal 22, 8 de abril de 1999.
- Javier García Rivera, Productor de noticias Canal 22, 4 de mayo de 1998.
- José Gordon, Jefe de información de la Red Cultural Informativa de Canal 22, 14 de abril de 1999.
- Luis de la Hidalga Breso, Productor de noticias Canal 22, 12 de abril de 1999.
- Norma Betancourt, Coordinadora general de producción de la Red Cultural Informativa de Canal 22, 21 de mayo de 1999.