

192



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

TRANSMISION SIMULTANEA DE UN NOTICIARIO
POR RADIO Y TELEVISION
EL CASO DETRAS DE LA NOTICIA
PRIMERA ETAPA (1999-2000)

T E S I S
QUE PARA OPTAR POR EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :

PAOLA ROJAS HINOJOSA



MEXICO, D. F.

2002

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



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.

Transmisión simultánea de un noticiario por radio y televisión.

El caso Detrás de la Noticia. Primera etapa (1999-2000)

Introducción

1. Dos medios diferentes

- 1.1 El lenguaje de la radio**
 - 1.1.1 El lenguaje de la radio informativa**
- 1.2. El lenguaje de la televisión**
 - 1.2.1 El lenguaje de la televisión informativa**
- 1.3 Necesidades técnicas de la radio**
- 1.4 Necesidades técnicas de la televisión**
- 1.5 Televisión por cable**
- 1.6 Ventas y audiencia en radio y televisión**

2. Un caso viable: Detrás de la Noticia

- 2.1 Proyecto inicial: una agencia de noticias**
- 2.2 Alianza con Grupo ACIR**
- 2.3 Estructura del noticiario radiofónico**
- 2.4 Modificaciones a partir de la transmisión por televisión**

3. Dos nuevos aliados

- 3.1 Suplemento en el Universal**
- 3.2 Ingreso a la red con Starmedia**

4. Otros en el intento

- 4.1 Principales noticiarios en competencia con Detrás de la Noticia**
 - 4.1.1 Grupo Imagen**
 - 4.1.2 Multivisión**
 - 4.1.3 Monitor**
- 4.2 Comparativo de audiencia**
- 4.3 Más allá del rating**

Conclusiones

Recomendaciones

Introducción

Una de las principales funciones de los medios de comunicación es informar, y es esta precisamente la que otorga a los medios de difusión la denominación de "cuarto poder" debido a la enorme influencia que pueden ejercer en la opinión pública, al grado de convertirse en una herramienta básica para los personajes de la política de nuestros días. Por ello, la objetividad y veracidad de los noticiarios es muy importante; un informativo sin ética ni honestidad puede ser muy dañino para la sociedad.

Sin duda se trata de un tema apasionante, sin embargo, no es el objetivo de este trabajo adentrarse en el análisis editorial de un cierto noticiario, sino verificar hasta que punto es viable la transmisión simultánea de este a través de dos medios tan diferentes como lo son la radio y la televisión.

Esta investigación puede parecer inútil si se considera que existen ya varios ejemplos de noticiarios en nuestro país que realizan una transmisión por radio y televisión al mismo tiempo, quedando con ello demostrada la viabilidad de este empeño. Sin embargo, lo que se busca indagar es si ambas transmisiones cumplen su función y respetan el lenguaje de los dos medios en contraste. Mas aún, constatar si ambas propuestas tienen éxito y son bien recibidas por los radioescuchas y televidentes.

El proceso, la redacción, los signos utilizados en radio son muy diferentes a aquellos que se emplean en la televisión. Tanto los informativos de TV como aquellos de radio de mayor éxito, son producidos pensando específicamente en un medio, haciendo un uso óptimo de las posibilidades que dicho medio brinda, por lo que automáticamente surge la interrogante: ¿una transmisión simultánea para radio y televisión demerita la calidad del producto que recibe la audiencia? Muy probablemente tras esta investigación respondamos

que sí, puesto que se sacrifican algunas de las potencialidades de uno de los medios para dar cabida al otro.

Con este objetivo se eligió analizar Panorama Detrás de la Noticia, un noticiario que inició solamente como una emisión radiofónica y se incorporó recientemente a la transmisión por televisión. El que tenga poco tiempo de iniciada la difusión simultánea permite ver de manera más clara las diferencias entre el antes y el después, los errores de los primeros programas en este doble formato, la respuesta al cambio de parte de la audiencia y otros muchos datos interesantes. Por otro lado, resulta muy atractivo que se trate de un esfuerzo independiente que contrasta con otros muchos impulsados por corporaciones tan grandes como sus compromisos e intereses, lo que pone en duda su imparcialidad al investigar y difundir información.

Es innegable que tanto la radio como la televisión tienen en común el ser medios audiovisuales. Esta última característica de la televisión resulta evidente, pero en el caso de la radio cabe aclarar que se considera audiovisual debido a que a partir del sonido se crean imágenes mentales. Estas imágenes, aunque cercanas, son diferentes para cada uno de los escuchas de acuerdo a su experiencia previa y circunstancias. En realidad lo que comparten televisión y radio es el sonido, en el caso de la primera como una herramienta que se une a la imagen, en el caso de la segunda como su único recurso. Contar con el sonido como elemento único obliga a la radio a hacer un uso óptimo de él para crear la ambientación que será decodificada por el auditorio en audio e imágenes acústicas. Si los sonidos no se utilizan de manera acertada, el mensaje es poco claro; una pequeña distorsión en audio se magnifica al momento de dar origen a la imagen acústica. Cuando se habla de televisión el problema no es menor puesto que, si bien hay propiamente una imagen que es la misma para todo receptor, esta no debe contraponerse a la imagen acústica que genera el sonido que la acompaña. Se tiene, entonces, un audio "menos

libre" que debe coincidir con las imágenes e incluso reforzar en ellas el mensaje.

Las diferencias entre uno y otro medio son, pues, evidentes. Por ello, es de interés conocer el funcionamiento de una transmisión en la que se conjugan elementos diferentes para hacer posible la simultaneidad. Encontrar los puntos que tienen en común, o bien, que en un caso extremo se pueden poner en común, será uno de los objetivos de esta investigación. Además, la claridad en la explicación de cada uno de los pasos de la producción para una emisión puede ser útil e ilustrativa para la creación de nuevos proyectos.

1. Dos Medios Diferentes. Diferencias en el lenguaje de la radio y la televisión.

Al hablar de lenguaje de la radio y lenguaje de la televisión se hace en referencia al código específico que se ha creado para cada medio a partir de la difusión masiva. Dicho código se origina del intento de reflejar la realidad a través de un medio electrónico que produce necesariamente una transformación técnica. Los signos utilizados para establecer una comunicación entre un referente, el medio y el receptor llegan a ser diferentes para un medio auditivo y uno visual.

Todo lenguaje está constituido por signos, los cuales son “un elemento material que, mediante un proceso convencional, representan una idea para determinado grupo humano. Existen tres clases principales de signos:

- a) Señal, signo creado por el emisor para comunicar una idea y provocar una respuesta.
- b) Indicio, signo que sugiere una cosa, sin que haya intención de expresarse voluntariamente.
- c) Símbolo, signo donde la relación entre el significado y el significante no es directa, ya que hace uso de un referente no material”¹

El lenguaje de las noticias en radio y televisión tiene también variaciones. El estudioso de los medios masivos de difusión Manuel López considera que “la televisión muestra cómo es la noticia, la radio la dice y el periódico la explica.”² La diferencia entre mostrar, que sería la función de la televisión, y decir, que sería aquella de la

¹ Alonso, Jesús. Técnicas de información por radio y televisión. UNAM. 1ª edición. México. 1995. Pag. 57
² Yorke Ivor. Periodismo en televisión. Limusa. 1ª edición. México. 1994. Pag. 161

radio, se debe básicamente a que la primera cuenta con imagen. Sin embargo, otro aspecto que acentúa las diferencias entre la transmisión de noticias por uno y otro medio es el espacio. Los noticiarios de radio cuentan generalmente con mucho más tiempo que los de televisión, por lo que en este medio se abre la posibilidad de ahondar en la información, de dar paso al análisis, se permite la interactividad a través de llamadas de la audiencia, por ejemplo. Finalmente, otra diferencia notable en el lenguaje noticioso es que en radio el conductor debe ser muy descriptivo, mientras que en la televisión la imagen cumple mucho de esta función.

Tras poner el énfasis en las diferencias deben subrayarse las similitudes, que son muchas. La radio y la televisión son hermanas en la familia de la difusión. Las características semejantes de redacción incluyen la brevedad, la sencillez, la claridad y la importancia que se concede a lo que es de actualidad. En realidad, las noticias en ambos medios implican concreción, por lo que el lenguaje que se maneja es muy similar. Desde luego hay noticias que se cubren mejor a través de la televisión. Una ardua descripción de las consecuencias de un desastre natural no alcanzan la claridad que logran las imágenes de una ciudad devastada. Igualmente, hay noticias más aptas para la radio porque son extensas y menos visuales, por lo que es conveniente darles salida por un medio que permite realizar otras actividades al momento de estarlo escuchando.

1.1 El lenguaje de la radio.

El medio de comunicación más rápido es la radio. Este ritmo veloz en la producción y la transmisión deriva, necesariamente, en un lenguaje también rápido. Esto no quiere decir que en la radio tenga que hablarse a gran velocidad, sino que, para ser atractivo y no perder la atención del radioescucha, es conveniente que el lenguaje sea sencillo y que los textos que se leen o la conversación que se sostiene sean breves.

Como ya se dijo, la radio cuenta con el sonido como única herramienta. Este se caracteriza por tener tres cualidades que son el tono, la intensidad y el timbre. Dichas cualidades aunadas a variaciones en la duración, la distancia y la dirección del sonido permiten crear innumerables combinaciones que mantienen la innovación en la radio. Los sonidos transmitidos por este medio son signos icónico-sonoros. Alcanzan su iconocidad gracias a los códigos de analogía auditiva debido a que imitan una realidad sonora. Por ello para que el sonido logre su función requiere de la representación de ambientes conocidos.

El sonido “está constituido por los ruidos, la palabra, la música y el silencio.

a)El ruido. Conjunto de efectos especiales, que son agrupados en dos tipos: los ruidos propiamente dichos, elementos distractivos que se confunden con otros elementos, y los ruidos o sonidos icónicos, los que nos acercan al objeto que los produce o nos hacen reconocer el objeto o realidad sonora.

b)La palabra. Lenguaje articulado verbal, con un sistema de signos perteneciente a la lingüística y con ello a una composición fonológica, fonética, prosódica, morfosintáctica, etc. Lo que aquí nos interesa es otro elemento: el habla, el lenguaje coloquial. La palabra representa la realidad mediante imágenes acústicas, requiere la decodificación del escucha, le obliga a participar. Asimismo es significativo el ritmo del diálogo y en cuanto a la intensidad encontramos cuatro niveles de voz:

- normal – que es el de una conversación.
- índice- superior a lo normal, elevación que marque el signo gráfico.
- descenso- murmullo audible, voz baja, confidencial.
- elevación- es decir, el grito.

c) La música. Lenguaje armónico que evoca una imagen abstracta, una imagen que transmite ideas. No refleja una realidad concreta sino que crea sugestión de sentimientos o estados de ánimo.

Además de la armonía, en la música se encuentra el ritmo. La música es lo discursivo, su modo de significación es pansémico, admite tantos significados posibles como oyentes la perciban.

En el ámbito audiovisual, puede ser considerada en doble dimensión: diagética y extradiagética. La música diagética interviene en la obra audiovisual, es parte integrante de la acción. La extradiagética está fuera de la realidad representada en la imagen, sirve de fondo.

d) El silencio, el lapso en que no se produce sonido alguno, al menos que sea perceptible por el oído humano. Esta carencia produce la imagen del silencio. Esta no es un vacío o la nada, sino un mensaje sonoro o visual que resalta un hecho o elemento, por ejemplo, el latir del corazón. El silencio ofrece un registro de expresividad que va desde el lenguaje de la soledad hasta el intercambio comunicacional humano”²

1.1.1 El lenguaje de la radio informativa

En el lenguaje empleado específicamente en las noticias es muy importante destacar que debe ser sencillo para que pueda ser fácilmente comprendido por los muy diferentes tipos de audiencia. No solamente deben tratar de usarse palabras sencillas y de uso corriente, sino que la sencillez debe aplicarse igualmente a la estructura de la oración. Es preferible que esta conste de sujeto, verbo y complemento, en ese orden. Además, es de gran ayuda que no se coloque entre sujeto y verbo mucha información que haga difícil el entendimiento. Debe intentarse recordar siempre que quienes escuchan no tienen la posibilidad de preguntar aquello que no entienden en una primera instancia. Otra razón para tener lenguaje

²Alonso, Jesús. Técnicas de información por radio y televisión. UNAM. 1ª edición. México. 1995. Pag 46

sencillo es que la radio es un medio que normalmente es escuchado mientras se realizan otras actividades, por lo que no se cuenta con la atención de la audiencia en un cien por ciento.

Una parte elemental de los noticiarios en radio es la nota informativa la cual, no solo debe estar redactada con lenguaje sencillo como se dijo anteriormente, sino que además debe diferenciarse de aquellas que se redactan en la prensa escrita tanto en su duración como en su estructura. Su entrada tiene el propósito de llamar la atención del escucha e invitarlo a que se mantenga atento durante el resto de la nota, por lo que debe ser breve, sencilla y atractiva, a diferencia de la entrada de notas en periódicos que son un sumario del suceso y que responden a las cinco preguntas básicas del periodismo. Una entrada así de amplia y con tal cantidad de información resultaría de muy difícil comprensión para la radio. La entrada de la nota informativa para radio se parece, pues, a los encabezados de los diarios. El resto de la nota se escribe también con oraciones sencillas y pequeñas. Es importante incluir "audios" que ilustren de mejor manera la información que se está brindando como lo pueden ser testimonios, sonidos, etcétera, que se hallan captado al momento de cubrir el suceso. No contar con "audios" sería desaprovechar una de las más importantes ventajas que brinda la radio. Finalmente, es de gran ayuda que el remate deje ver que el reportero está cercano a terminar para que el resto del equipo esté prevenido y el conductor esté listo por si hubiera que plantear alguna pregunta.

Las noticias en la radio tienen normalmente un ritmo acelerado. La mayor parte de la información es leída por lo que es muy importante que quienes escriben cuiden, además de los aspectos regulares de la redacción, otros detalles que permiten realizar una mejor lectura en vivo. Uno de ellos sería escribir cada artículo en una hoja de papel separada de tamaño normal. Otro más es dejar suficiente espacio entre cada línea por si tuvieran que hacerse anotaciones o cambios en el

último momento. Es también de gran ayuda no cortar nunca un palabra al final de una línea y escribir las sílabas faltantes al comienzo de la siguiente, así como terminar una página con una oración completa hasta el punto. Hay quien, incluso, completa siempre un párrafo antes de comenzar la siguiente página. Con respecto a el uso de abreviaturas se recomienda solamente utilizar aquellas que son comunes y que pueden ser comprendidas por la mayoría de los radioescuchas. Una regla en la locución es leer el texto tal cual está escrito, por lo que el uso de abreviaturas puede prestarse a confusión. Debido a que la claridad es prioritaria, tampoco es recomendable utilizar muchas estadísticas; las cifras no se comprenden claramente por lo que es mejor emplear una aproximación y nunca una larga lista de números. Además, con la idea de tener una mejor lectura, es más conveniente escribir los datos estadísticos con palabras y no con números.

1.2 El lenguaje de la televisión.

En la televisión se enriquecen los elementos porque cuenta con un lenguaje mixto, es decir, está tanto la parte auditiva como la visual. Esta última está constituida por la imagen fija, la imagen en movimiento, la escritura, los escenarios naturales, el lenguaje artístico y, en general, todo aquello percibido por la vista, incluso lo que pasa desapercibido para el propio realizador y aparece en pantalla en forma accidental o inintencionada. La imagen auditiva, por su parte, cuenta con un lenguaje muy similar al de la radio. Lo que diferencia al audio de la radio con aquel de la televisión es que, en el último caso, el sonido se convierte en una herramienta complementaria, importantísima, pero no única. Este sonido, además, no es libre, sino que debe coincidir con la imagen para lograr juntos un mismo mensaje. El sonido es de gran ayuda debido a que contrarresta la limitaciones de la imagen, para la cual es muy difícil expresar lo

abstracto. Grandes y complicados efectos en la imagen no llegan a tener la fuerza y el impacto del sonido para crear ambientes.

La realidad, al ser captada por la lente, se transforma. Lo que se percibe no es propiamente lo real, sino solo signos que se estructuran en imágenes visuales y auditivas. Por ello es tan importante el código de la técnica. Más que percibir la realidad ésta se decodifica, se descifra, llegando a una nueva realidad producto de la técnica que, probablemente, coincida muy poco con lo inicialmente captado por la cámara.

Además del sonido y la imagen, la transformación que apenas se mencionó llega a ser considerada como un tercer elemento en el lenguaje televisivo puesto que brinda el sentido que el realizador quiere expresar, cambia al propio mensaje, por lo que no se trata solamente de una transformación técnica, es también retórica. Así, podrían enumerarse tres elementos del lenguaje audiovisual: el sonido, la imagen y la transformación técnico-retórica. “ El sonido está formado por las ondas sonoras que llegan al oído, lenguaje acústico. La imagen está integrada por las ondas luminosas que permiten percibir el mundo invisible. La transformación técnico-retórica ofrece el sentido que el autor quiere conjugar con los elementos.”³

La televisión y su lenguaje se encuentran, sin duda, en gran deuda con el cine, que le antecede y da las bases. Sin embargo, la utilización de técnicas tan diferentes en uno y otro medio tiene implicaciones en el resultado, en el mensaje final. Un ejemplo claro es que la narrativa tradicional del cine se modificó a partir de la aparición de la televisión, sobretodo, debido a la posibilidad que ofrece esta de transmitir en vivo. Según Umberto Eco, es precisamente la transmisión en vivo o “toma directa” la que da su lenguaje original a la televisión. “ En la forma directa, la televisión hallaría aquellas

³ idem pag. 65

características por las que puede distinguirse de otras formas de comunicación o de espectáculo, y en la enseñanza de la toma directa se podría localizar la deuda del nuevo cine para con la televisión.”⁴ Considera que antes de la televisión el cine se ceñía a una narración secuencial que seguía fielmente las leyes de la poética aristotélica, teniendo un principio, un desarrollo y un fin, y excluyendo todo aquello que sobrara en la secuencia narrativa o distrajera del desarrollo lineal de la acción. La televisión en vivo tiene este efecto debido a que “la toma directa manda a las ondas las imágenes de un acontecimiento en el preciso momento en que tiene lugar, y el director se halla, por una lado, obligado a realizar una narración capaz de ofrecer una exposición lógica y ordenada de cuanto ocurre, pero, por otro, debe también saber introducir en su narración todos aquellos acontecimientos imprevistos, aquellos factores imponderables y aleatorios que el desarrollo autónomo e incontrolable del hecho real propone.”⁵

Esa vida propia que tiene la transmisión directa parece, según las palabras de Eco, quedar fuera del control del realizador. Para el caso que nos ocupa, el de un noticiario, esto es muy claro. El productor de un informativo puede prever qué será aquello que constituirá una emisión, pero solo puede tratarse de un aproximado, puesto que no puede saber de antemano la duración, por ejemplo, de una entrevista.

1.2.1 El lenguaje de la televisión informativa.

Se ha hablado ya de las similitudes en el lenguaje de la radio y la televisión, mismas que se mantienen en el caso de los programas informativos. Basta echar un vistazo a lo dicho sobre lenguaje de la radio informativa y se tendrá una idea muy aproximada al lenguaje de la televisión informativa. Sin embargo, las diferencias persisten debido, una vez más, a que la televisión cuenta con imagen.

⁴ Eco Umberto. Apocalípticos e Integrados. Tusquets. 1ª edición. México. 1995. Pag. 308

⁵ idem pag 308

El equipo de producción de televisión debe sincronizar los elementos auditivos y visuales con una gran exactitud. Para ello normalmente se acude a un guión dividido en dos columnas: la izquierda contiene las indicaciones de video del programa; la derecha, que es más ancha, contiene los aspectos del audio. Con esta sincronización entre imágenes y sonidos se logra una mejor claridad de la noticia. El efecto contrario sucederá si la imagen no coincide con el sonido, en vez de reforzar e ilustrar la información, se provocará confusión en el televidente.

El periodista que encabeza un noticiario de televisión debe tener, además del olfato característico de su profesión, la capacidad para hacer coincidir las porciones de audio y video, la intuición visual para encontrar las imágenes adecuadas para una cierta información y, más aun, conocer el momento oportuno para colocarlas. Las ilustraciones a que acuda, sean fotografías, imágenes en movimiento, letreros o "supers", entre otros, deben aumentar el valor gráfico del programa y no limitarse a repetir el texto que lee el conductor. Generalmente la introducción de una noticia para poner en antecedente al televidente requiere del conductor en pantalla, para después empezar con las imágenes. Una imagen que no ha recibido una explicación previa es poco útil y puede provocar desconcierto. El tiempo que la imagen permanezca a cuadro es también muy importante y no debe exceder el lapso que necesita el público para entender. Si se mantiene más tiempo del necesario en pantalla el noticiario pierde ritmo y agilidad. Otro recurso es colocar la imagen congelada en un recuadro en la pantalla y tener al mismo tiempo al conductor a cuadro. En la actualidad es posible que dos imágenes simultáneas interactúen en vivo, lo cual es muy conveniente para realizar entrevistas, enlaces con corresponsales y reporteros, etcétera.

El texto que brinda el conductor debe estar, pues, apegado al contenido de las imágenes. Está de más que se describa aquello que con una

imagen está quedando muy claro al televidente. He aquí una de las grandes desventajas para la transmisión simultánea por radio y televisión: la audiencia radiofónica requiere de la descripción, mientras que ésta resulta reiterativa para el televidente que cuenta ya con la imagen.

1.3 Necesidades técnicas de la radio.

La radio es técnicamente considerada un medio de comunicación barato, sobretodo cuando se comparan sus costos de producción con los de la televisión. Esto no se puede generalizar debido a que existen programas o formatos de bajo costo y otros creativos o de contenido informativo que pueden resultar muy caros.

Con los avances técnicos de la actualidad la radio puede lograr una enorme calidad y tiene la posibilidad de almacenar audios y efectos de sonido, hacer grabaciones digitales, mejorar su capacidad productiva y, en el caso de los programas informativos, tener un mejor y más rápido acceso a las noticias. Debe tomarse en cuenta que el equipo radiofónico actual es muy efectivo pero requiere de una gran inversión: "digitalización de equipos de emisión y producción de sonido, empleo de ordenadores en las producciones, informatización de los archivos de música y palabra, el cable, el satélite, las Redes Digitales de Servicios Integrados (RDSI), etcétera.⁶

Uno de los elementos que permiten un mayor dinamismo a la radio es el que baste una llamada telefónica para enlazar a quien sea y tenerlo al aire. Con ello cualquier entrevista se vuelve de muy fácil acceso y puede manejarse con una línea celular desde cualquier punto. Toda persona con alguna información, duda o comentario puede formar parte del programa con el solo hecho de comunicarse al número de cabina.

⁶ Ortiz Miguel Angel, Jesús Marchamalo. Técnicas de comunicación en radio. Paidós. 1ª edición. España. 1994.

Pag. 28

Esta facilidad contrasta con lo complejos y caros que pueden llegar a ser los buenos reportajes, los programas creativos que usan muchos elementos de sonido para crear ambientes y desatar la imaginación y, más aun, las emisiones de información. Es muy barato difundir una noticia, basta un reportero enlazado vía telefónica, lo caro es generar esa noticia. Realizar una buena cobertura de todo cuanto sucede implica tener en gran número de reporteros, medios para transportarlos, corresponsales, redactores, productores, editores, investigadores, analistas que conozcan los acontecimientos y se adelanten a ellos para prever el estar listo en un punto donde se cree se desatará una noticia.

Todo lo que constituye a una emisión radiofónica se concentra en el estudio. "las operaciones de montaje, emisión, tratamiento o manipulación del sonido se realizan en un estudio. El estudio de radio se divide en dos zonas independientes , situadas una frente a la otra, ambas insonorizadas y separadas entre sí por un cristal. El locutorio es el lugar donde se encuentran instalados los micrófonos y desde donde hablan tanto el entrevistador como los invitados que acuden al programa. En el control, normalmente a cargo de uno o más especialistas de sonido, se encuentra en resto de los elementos técnicos indispensables para la emisión o el montaje."⁷ El número de personas dentro del control varía de acuerdo al tipo de programa y sus necesidades; en el caso de los programas informativos hay más gente entre productores y operadores porque la emisión es complicada, mientras que en programas musicales la división entre locutorio y control llega a desaparecer y es el propio locutor el que opera las máquinas.

Los diferentes elementos que opera un técnico durante la emisión conforman el control. En el puede haber magnetófonos de cinta abierta o bobina que se utilizan para grabar y reproducir un sonido.

⁷ idem pag. 35

Estos aparatos tienen la ventaja de que permiten manipular directamente la cinta para realizar trabajos de edición. Han sido sustituidos por computadoras en las que se graba directamente el sonido y se edita gracias a programas como protools, sin embargo, siguen siendo utilizados en un gran número de emisoras. Hay también en el control reproductores de discos compactos que presentan grandes ventajas con respecto a los acetatos como una mayor calidad en la reproducción y un más accesible mantenimiento. Algunas mesas de control contienen aún cartucheras, las cuales permiten lanzar con rapidez y precisión una serie de grabaciones muy cortas gracias a su sistema de grabación por impulsos que marca en la cinta el lugar exacto en que comienza y acaba cada corte grabado. Normalmente se requieren de dos o más cartucheras para al terminar la grabación de la primera, lanzar inmediatamente la segunda. Esto último se da sobretodo cuando los espacios publicitarios están grabados en cartuchos y tiene que entrar uno tras otro. Un uso más de los cartuchos es para elementos de producción breves como identificaciones de la emisora, cortinillas, salidas y entradas de corte comercial, etcétera. En realidad, los cartuchos han sido sustituidos por otros elementos como el minidisc o la misma computadora, pero continúa su uso en emisoras de América Latina y en el caso de México en muchas estaciones pequeñas de provincia. La consola de audio tiene, además, un reproductor de casetes, aunque éstos se utilizan lo menos posible debido a que el sonido tiene poca calidad y no permiten una fácil manipulación para editar. Se llegan a usar cuando no hay tiempo de transferir los sonidos conseguidos por un reportero para su nota. Mucho mejor que la cinta de casetes es el DAT, que es un reproductor digital de casetes que usa cintas más pequeñas que las tradicionales pero superiores en capacidad y calidad. El hecho de que sea digital permite realizar el número de copias que se desee sin que se modifique o altere el sonido. Finalmente, algunas mesas de control incluyen aparatos multipistas para mezclar el sonido proveniente de diferentes fuentes para combinar, por ejemplo, música, palabra y efectos almacenados en diferentes pistas, tecnología que es

cada vez más superada por las computadoras gracias a programas como protools, que permite editar con gran calidad y multiplica las posibilidades del sonido usando de mejor manera recursos para su manipulación como lo son la reverberación, el eco y el uso de filtros.

La operación de una mesa de control que tiene tantos elementos es algo complicado, sin embargo, en radio cada vez se gasta menos en operación. Hay muchas emisoras en las que durante periodos largos el sistema se opera de manera automática. Lo anterior es posible, sobretodo, en estaciones que son repetidoras, o bien, en las emisoras musicales, en las cuales todas las canciones se vacían en la memoria de la computadora en el orden que serán tocadas y basta que el locutor haga una pausa para realizar su intervención. Con ello el locutor se convierte en operador y se reduce el número de personal necesario. Esto tiene también sus inconvenientes, por ejemplo, una estación repetidora está programada para salir a corte comercial o cerrar el programa a una hora específica y si estos tiempos se retrasan por algo extraordinario la emisora operada automáticamente sale del aire sin más ni más. Elementos como la operación automática provocan modificaciones en la distribución física del estudio, pues ya no necesariamente se dividirá en locutorio y control.

Vale la pena mencionar que en México estos nombres de locutorio y control son poco utilizados y se denomina al lugar desde el cual se transmite en vivo cabina, y a aquel en donde se graban sonidos para su posterior manipulación y edición se le llama estudio. Normalmente cada estación de radio cuenta con su cabina. En cuanto al estudio, hay variaciones. Hay desde quienes llegan a utilizar la propia cabina para editar, hasta grupos de radio donde cada emisora cuenta con su estudio.

1.4 Necesidades técnicas de la televisión.

La televisión puede describirse de manera muy simple como la transmisión y recepción de imágenes en movimiento a distancia. Opera gracias a la transformación de radiaciones luminosas en corriente eléctrica que, tras ser transportadas en forma de señal, se convierten de corriente eléctrica en imágenes visibles gracias a un decodificador. Los elementos que intervienen en este proceso son, en orden:

Escena- cámara de TV – corriente eléctrica – codificación – antena transmisora – transporte – antena receptora – receptor – imagen.

Una explicación más detallada la brinda José Martínez en su libro Introducción a la técnica audiovisual : “Un sistema de televisión comienza por la imagen óptica de la escena a transmitir que es captada por el objetivo de la cámara y que es proyectada contra un mosaico fotosensible. Este desprenderá electrones en forma proporcional a la intensidad de luz recibida. La imagen óptica estará constituida por pequeñas áreas de luz y de sombra o elementos de imagen. La definición final será mayor cuanto más diminutos y numerosos sean estos elementos que conforman la imagen.

A partir de la imagen proyectada sobre el mosaico fotosensible se producirá, en el tubo de la cámara, la transformación de la imagen en impulsos eléctricos mediante la exploración de un haz de electrones proveniente del cañón de electrones.

Desde el cañón de electrones se lanza un chorro de electrones contra cada uno de los diminutos elementos de imagen que componen la cara posterior del mosaico fotosensible. El movimiento del haz es ordenado y repetitivo leyendo, en forma de líneas, de izquierda a derecha y de arriba abajo. Para la realización de este itinerario es guiado por las bobinas de reflexión.

De esta forma, las intensidades luminosas de la imagen óptica son analizadas, punto por punto, produciéndose una transformación en impulsos eléctricos que seguirán el camino marcado en la figura anterior hasta su decodificación en el televisor doméstico.”⁸

En el caso de la televisión hay también una mesa de control en la que se concentra el trabajo tanto durante la transmisión en vivo como durante la grabación y la edición. Al momento de asignar al reportero su fuente, generalmente se le asigna también una camarógrafo que toma las imágenes, un técnico que graba los sonidos y, si las tomas se realizan en interiores, un ayudante de iluminación. Este equipo puede variar mucho, un solo técnico puede encargarse tanto de audio como de iluminación, o bien, el camarógrafo es asignado solo y las tomas que suministra son explicadas por el conductor. Muchas veces no hay igual número de cámaras que de reporteros, por lo que las cámaras se asignan solo a aquellas informaciones cuya ilustración es muy importante y no puede extraerse de otra parte más que de la grabación en vivo. Existen, además, las unidades de un solo operador con un sistema electrónico que tiene cámara con grabadora integrada de audio y video, lo cual resulta sumamente práctico cuando son muchas las fuentes a cubrir y permite reducir gastos.

Para aquellas notas a las que no se asignó cámara, los departamentos de noticias cuentan con un stock en video que consta de materiales que ya han sido transmitidos como lo pueden ser imágenes de funcionarios públicos, deportistas destacados, actores, y en general, personajes de los cuales es fácil suponer que se hablará más de una vez en el noticiario. Este material almacenado y clasificado normalmente lleva al momento de ser transmitido la indicación de que se trata de una imagen de archivo. El almacenaje de imágenes requiere de un gran orden y puede resultar estorbo. En la actualidad muchas de los materiales de stock son sustituidos por imágenes bajadas del internet. La red cuenta con una cantidad tal de elementos

⁸ Martínez José. Introducción a la técnica audiovisual. Paidós. 3ª edición. España. 1992. Pag 28

utilizables en un informativo, que está empezando a cambiar de manera importante la forma de hacer noticias.

Una de las etapas que presentan más variaciones en la televisión es la distribución de la señal puesto que puede ser transportada de diversas maneras. Las más comunes son la emisión por radiofrecuencia y la transmisión a través de un conductor, y en el caso de los programas grabados se acude a la cinta magnética. La emisión por radiofrecuencia consiste en convertir la señal de video en una frecuencia de radio que se lanza al aire gracias a una antena transmisora; el receptor de televisión, a manera de sintonizador, recibe la frecuencia del aire a través de una antena receptora y recupera la señal con imágenes en lo que se llama proceso de demodulación. La transmisión a través de un conductor es la más elemental e inmediata, en ella la cámara entrega la corriente eléctrica que se transporta intacta por un cable para ser recibida por un televisor que, en este caso, cumple la función de un monitor. Finalmente, en el caso de que las imágenes no reciban una transmisión inmediata de lo que la cámara está registrando, requieren de ser grabadas con un sistema magnético el cual es también una herencia de la radio que ya usaba la grabación magnética. Tanto la señal de video como la señal de audio, no son sino corrientes eléctricas. Funciona convirtiendo las variaciones de electricidad en variaciones de magnetismo para posteriormente recuperar las variaciones de magnetismo y convertirlas en variaciones de electricidad. Sus ventajas obvias son que permite alimentar los receptores en tiempo distinto al de la toma de imágenes, puede ser almacenado el material, puede ser transportado, pueden sacarse copias y, sobretodo, permite todo tipo de manipulación dentro del proceso llamado edición.

Una de las más grandes novedades en la transmisión de medios electrónicos es la fibra óptica, la cual "basada en el fenómeno de la luz de la reflexión total, y utilizando las propiedades del ángulo

límite, es posible transmitir un rayo luminoso mediante reflexiones sucesivas sobre las paredes de un elemento transparente en forma de cilindro de poco diámetro y gran longitud, que finalmente tiene la apariencia de un cable de gran flexibilidad capaz de curvarse sin perder por ello sus propiedades ópticas.”⁹ Para ponerlo en términos más sencillos, la transmisión por fibra óptica consiste en convertir una señal eléctrica digital en luz, conducir esta por efecto de reflexión total y regresar a la señal eléctrica digital. La fibra óptica presenta grandes ventajas como tener menor tamaño y peso, sufrir mucho menos interferencia y requerir de menos amplificadores intermedios para las transmisiones a larga distancia.

Otra nueva posibilidad es la transmisión por microondas la cual permite realizar enlaces entre las cámaras y la unidad móvil para los programas que se realizan en locación. Se utiliza cuando por movimiento de la cámara o por distancia es inconveniente el uso de cables. “La zona del espectro electromagnético de ondas de frecuencia superior a las destinadas para las emisiones domésticas de programas y que son superiores a los 1000 MHz reciben el nombre de microondas, y sus límites se extienden hasta los 100 000 MHz.”¹⁰ La microondas se maneja “para usos de modulación de la señal de televisión en sistemas de transmisión profesional a grandes distancias. Todo consiste en modular la señal mediante una portadora de frecuencia comprendida entre los límites citados y emitirla mediante una antena, del mismo modo que en las emisiones domésticas.”¹¹ Esto es muy utilizado en los programas informativos para realizar enlaces en vivo con las cámaras que se encuentran en diferentes puntos cubriendo la noticia. Sirve, incluso, para transmitir entre continentes vía satélite actuando como repetidora de la señal desde un punto con gran altura. La señal emitida con esta técnica tiene muy poca interferencia y buena recepción. El problema de las microondas es

⁹ L. Lorens Vicente. Fundamentos tecnológicos de video y televisión. Paidós. España. 1995 pag. 105

¹⁰ idem pag. 125

¹¹ idem pag. 125

que se propagan en línea recta y la señal se corta si hay algún obstáculo físico como una montaña por lo que la antena emisora tiene que estar alineada con la receptora en zonas donde la orografía lo permita. Ahora bien, en el caso de los satélites, debido a que estos se encuentran a gran altura, no hay obstáculos que interfieran en la señal por lo que las microondas son la mejor opción para la transmisión vía satélite.

1.5 La televisión por cable.

El caso que nos ocupa de transmisión simultánea por radio y televisión se difunde en este último medio a través del cable. Este sistema empezó a utilizarse como una opción para aquellos lugares que, por sus características geográficas, no podían recibir la señal directamente del aire. Sin embargo, su tecnología continuó desarrollándose hasta convertirse en una nueva posibilidad de difundir imágenes además de la técnica tradicional que difunde a través de radiofrecuencias.

La televisión por cable surge en Estados Unidos a finales de los años 40. En México el primer sistema de televisión por cable se instaló en Nogales, Sonora en 1954, y no sería solo el primero en este país sino en toda América Latina. Su función era solo retransmitir las señales de la televisión abierta pero se convirtió en el impulso para el surgimiento de muchos sistemas a nivel nacional. A esta concesión le siguieron otras en varias ciudades fronterizas. La vecindad con los Estados Unidos fue el principal factor para su temprano desarrollo. La influencia de este país es, desde entonces, enorme en los contenidos. Mucha de la oferta de los canales de cable está basada en programas de origen estadounidense, incluso en idioma original y sin subtítulo en español.

Para 1969 Televisa empezó a operar un sistema de televisión por cable en el Distrito Federal llamado Cablevisión. Es éste el que a la

fecha domina el mercado. La expansión de este sistema se dio durante la década de los 70.

Técnicamente, un paso muy importante fue la creación de la red de microondas que permitió llevar la señal a ciudades y regiones que nunca habían tenido esa facilidad. En 1985 se puso en marcha el sistema de satélites Morelos I y II, lo que facilitó la compra de señales de canales originados en todas partes del mundo.

En nuestro país la televisión por cable representa la opción más viable y barata para adquirir más canales de los que representa la televisión abierta. Se trata, sí, de televisión de paga, pero las tarifas son bajas y están al alcance de una gran parte de la población. Las condiciones económicas de México no han permitido que la televisión por cable llegue a la mayoría de los hogares como sucede en otros países, pero al menos está al alcance de un número considerable de televidentes, lo cual permite que se realicen inversiones en un tipo de televisión más plural y con mayores posibilidades, sobretodo, en cuanto a programas informativos.

La gran desventaja de la televisión por cable es que requiere de un soporte técnico para la conducción de la señal. Sin embargo, dicho soporte tiene a su vez la ventaja de que la señal no se ve afectada por cambios atmosféricos o electromagnéticos. El hecho de que no se utilice el aire para la difusión la aleja de las limitaciones que establece la normatividad internacional y de cada país con respecto al espectro de radio permitido para la transmisión de señales de televisión.

El operador de cable será quien reciba la transmisión vía satélite y la retransmita a través de la red de cable. Son pocas empresas las que adoptan esta nueva figura comercial y, en la mayoría de los casos, estaban vinculadas de antemano con medios de comunicación, sea televisión abierta o radiodifusión. Actualmente la televisión por cable

ha adquirido una importancia tal, que se producen programas específicos para este medio y se ha convertido en el mayor usuario de los satélites de comunicación.

1.6 Ventas y audiencia en radio y en televisión.

No es novedad el que los medios de comunicación dependan mayoritariamente de las ventas de publicidad para su sostenimiento. Pueden existir otras formas de ingresos como la venta de suscripciones en el caso de la televisión restringida, pero representan poco. Esa dependencia con las ventas de espacios publicitarios genera, en ocasiones, cierta influencia de parte del patrocinador hacia lo transmitido por el canal o la estación. “La relación establecida entre la agenda del medio y la publicidad y la producción es tal que los tres factores se condicionan mutuamente.”¹² Por agenda del medio se entiende aquella lista que incluye todos los acontecimientos como conferencias de prensa, marchas, declaraciones, etcétera que son susceptibles de convertirse en noticia, de los cuales se hará una selección final tras jerarquizar y distribuir las informaciones hasta llegar a lo que será el minutaje final para radio o televisión que se conoce como agenda temática, según el texto de Manuel López, o como orden de edición de acuerdo a los términos usados en el informativo que seguiremos, Detrás de la Noticia. De hecho, y para no confundir a quien ha escuchado un término distinto, esa primera fase de distribución del espacio-tiempo plasmada en un documento que sirve a manera de guión general suele llamarse de varias formas: pauta, planilla, planillo, lanzado, casado, reglilla, o simplemente, guión.

Se decía, pues, que hay una influencia y condicionamiento entre la publicidad y la distribución de la información. La publicidad lleva la delantera debido a que es la proveedora del financiamiento. Por ello, deben cuidarse ciertos aspectos para que la calidad de la emisión no

¹² López Manuel. Cómo se fabrican las noticias. Paidós. 1ª edición. España. 1995. Pag. 119

se vea afectada por la venta excesiva de espacios para anuncios. Es muy importante procurar que las noticias ocupen más espacio que la publicidad. Una emisión seria debe establecer desde su inicio el porcentaje máximo que asignará a publicidad. Este porcentaje suele variar de acuerdo a la temporada del año, por ejemplo, noviembre y diciembre normalmente significan enormes ventas para una emisora debido a que hay un gran interés de parte de las diferentes marcas comerciales de anunciarse para ser los elegidos por los consumidores durante la Navidad, fecha en la que cuentan con mayor solvencia al recibir su aguinaldo y en la que usualmente se gasta mucho dinero en regalos.

Otro aspecto importante a considerar es que las noticias deben diferenciarse fácilmente de los anuncios, para lo cual se acude a diversos elementos de producción, como la música, para identificar claramente el instante en el que se interrumpe la información para ir a una pausa comercial y cuando dicha pausa termina para volver a las noticias. La publicidad no tiene porque ser considerada un estorbo para quien produce un programa, por el contrario, puede convertirse en un elemento que ayuda a estructurar de mejor manera un noticiario si se coloca al final de los bloques sobre una misma información como división para diferenciar bloques temáticos. La pausa comercial representa también una ventaja para tener unos instantes para hacer cambios en el estudio, como pasar a un invitado o un colaborador a que tome su lugar sin que obstruya las cámaras.

Si la distribución de la publicidad no es cuidada, puede prestarse a malas interpretaciones o a crear una imagen poco seria del informativo. Un ejemplo es que, tras informar sobre el número de muertes anuales relacionadas con el tabaquismo, se anuncia una marca de cigarras. En este caso se está dejando en enorme desventaja al anunciante. Puede ser aun más grave si se relaciona con la política, como fue el caso de las campañas para las elecciones del dos de julio del 2000, en las que justo después de informar sobre las actividades

de un cierto candidato entraba la propaganda a favor de otro. Desgraciadamente esto es muy difícil de cuidar debido a que, en las mayoría de las ocasiones, existe una mínima comunicación entre el departamento de ventas y el de producción, por lo que aquel que tiene a cargo la distribución de la información no sabe de antemano quienes serán los anunciantes y como se pautarán.

Todo lo anterior puede aplicar tanto para la radio como para la televisión. Lo que en términos de ventas es diferente entre ambas son, básicamente, las tarifas. Es mucho más barato anunciarse en radio que hacerlo por televisión. Lo anterior resulta totalmente lógico si se considera que el alcance de la radio es menor, la escucha menos gente y por tanto el anuncio llega a menos consumidores y cuesta menos. Las diferencias en costos se disparan aún más cuando el noticiario de radio se transmite solamente a nivel local. Sin embargo, anunciarse en radio tiene la enorme ventaja de que secciona más a la audiencia. Un mismo programa de televisión es seguido por personas de diferentes edades, sectores sociales, regiones e intereses, mientras que un programa de radio tiene mejor definida a la audiencia a que se dirige. Esto es expresado de manera muy clara en una revista especializada en negocios: "A diferencia de su eterno rival, la televisión, la radio puede dirigirse y llegar a porciones de población muy específicos (por edad, sector social, geográfico, gustos, etc.) cuesta menos y el receptor de su señal puede ser tan portátil como un reloj de pulsera. Se calcula que al menos nueve de cada diez hogares en el país tienen un aparato receptor. Sus posibilidades de segmentación son muy amplias, lo que es de gran utilidad para anunciar a las empresas de autoservicio que necesitan promover multitud de productos diferentes, refiere Javier Villa, gerente de publicidad y promocionales de Grupo Gigante, uno de las mayores anunciantes."¹³ Desde la emisora en que se difunde empieza la definición del auditorio, lo cual se hace más claro conforme al perfil de cada programa. Para un anunciante cuyo producto está destinado a un sector muy específico de consumidores

¹³ Revista Expansión. Sept. 2001. No. 824. P.101

es mejor anunciarse en radio; pagará menos y estará causando impacto en el grupo de compradores que le interesa.

Pero anunciarse en radio no tiene sólo ventajas. El mayor inconveniente que presenta este medio es que no es tan fácil estructurar una campaña a nivel nacional. "En televisión sólo hay que negociar con una de las dos cadenas para hacer llegar el mensaje al poblado más distante, en tanto que en radio hay cientos de concesionarios con programación, cobertura y precios variados. Articular una estrategia de alcance nacional implica negociar con varias radiodifusoras en la capital del país, en las de los estados y en las poblaciones de interés. A pesar de que los grandes grupos tienen emisoras afiliadas y asociadas en diversos lugares, nunca son suficientes para articular una campaña para toda la República"¹⁴ Probablemente esta sea la razón por la cual sólo el 15% de la inversión publicitaria es captada por la radio.

¹⁴ Idem

UN CASO VIABLE: DETRÁS DE LA NOTICIA

2.1 Proyecto inicial: una agencia de noticias.

Las agencias de noticias mexicanas han sido desde siempre muy pobres en comparación con las agencias transnacionales, las cuales están presentes en este país desde la década de los 20 y han dominado desde entonces el mercado. Estas agencias se han convertido en monopolios que conciben a la información como mercancía. Destacan Associated Press (AP), United Press International (UPI), Reuters y Agence France Presse (AFP). Los medios informativos mexicanos dependen en gran medida de la información que estas agencias les brindan. Debido al idioma hay también una agencia española con un gran número de suscriptores en México: EFE.

La única agencia nacional de importancia es NOTIMEX que nació en 1968 debido a la necesidad del gobierno de ofrecer información a los medios internacionales sobre los juegos olímpicos. Esta agencia depende del Estado y ha sido uno de los instrumentos de difusión de las políticas gubernamentales. Ha habido otros intentos interesantes como INFORMEX, que inició sólo como una empresa dedicada a las ventas de publicidad pero representó una competencia importante para la agencia estatal. INFORMEX sufrió muchos cambios de administración. Su antecedente fue Servicios Informativos Mexicanos, redacción periodística radiofónica creada por Emilio Azcárraga Milmo. INFORMEX surgió como tal en 1960 y durante 25 años tuvo un buen desempeño llegando incluso a brindar servicios a algunos diarios nacionales. Están también Servicios de Información Excelsior, Lemus y Cisa como otros ejemplos de empresas dedicadas a la producción de noticias a nivel nacional. El panorama, sin embargo, es desolador. Una empresa mexicana fuerte y competitiva que genere noticias no existe a la fecha.

“Las agencias de noticias como compañías independientes, en particular las encabezadas por periodistas exitosos de noticieros, han surgido como alternativa. La primera fue Infored, de José Gutierrez Vivó, formalizada en 1998 en el contexto de la negociación para transmitir su programa Monitor en frecuencias de GRC (Grupo Radio Centro). Después Ricardo Rocha creó DDN.”¹⁵

Detrás de la Noticia es un nombre que antecedió al proyecto de la agencia de noticias independiente encabezada por el periodista Ricardo Rocha. Con este nombre se conoció a los programas informativos que él mismo tenía en radio y televisión dentro de Grupo Televisa. En la televisión se transmitía en horario nocturno los fines de semana por el canal 2, caracterizado por ser uno de los pocos espacios reservados en este medio para el análisis político y la crítica. En radio formó parte en sus diferentes etapas de la XEW 900 AM, Q 940 AM y WFM 96.9 en horarios diversos, aunque el matutino conducido siempre por Ricardo Rocha.

Al producir ambas emisiones empezó a constituirse un equipo de gente cada vez más allegada a Ricardo Rocha e identificada con su manera de hacer periodismo. Todo un equipo que se iría con él al momento de su salida de Televisa para constituir una agencia de noticias independiente.

El objetivo básico de toda agencia de noticias es generar información a través de investigación, cobertura de eventos, asistencia a conferencias de prensa, mítines, entre otros. Para lograr este objetivo se requiere de reporteros y redactores, con los cuales Detrás de la Noticia contaba de antemano. Lo que resultaba indispensable para arrancar con el trabajo eran los clientes que comprarán la producción de noticias para darle salida en algún medio. Negociar para Ricardo Rocha, quien contaba ya con una audiencia asegurada que lo seguiría en el medio que fuera y, más importante

¹⁵ idem. Pag 108.

aún, con una credibilidad difícil de lograr entre los periodistas de televisión, era cosa sencilla. Sin embargo, él no salió de Televisa con la idea de buscar un empleo para sí, sino con la intención de preservar a su equipo de colaboradores, lo que hacía las negociaciones con medios de difusión más difíciles.

A pesar de ello hubo muy pronto quien se interesó en convertirse en cliente de Detrás de la Noticia como agencia y en agosto de 1999, apenas un par de meses después de haberse separado de Televisa, se logró el primer acuerdo. Se trataba de Grupo ACIR, una importantísima cadena de radiodifusoras a nivel nacional. La firma de este contrato significó el combustible necesario para arrancar el motor. La primera salida para la información producida por Detrás de la Noticia fue a través de la radio en dos noticiarios, uno matutino conducido por Ricardo Rocha, y uno vespertino encabezado por Carlos Loret de Mola. Se produciría, además, un programa nocturno de análisis político con el mismo Ricardo Rocha, Rodolfo Guzmán y Ezra Shabot.

Cabe mencionar que mientras no se contó con consumidores de información para la agencia, los empleados que decidieron ser leales a Rocha y abandonaron junto con él Televisa siguieron cobrando su salario normal, proveniente del bolsillo de Ricardo. Él mismo explica que conformar un equipo como el de Detrás de la Noticia toma mucho tiempo, por lo que la mejor inversión de la agencia, que aun no generaba ingresos, estaba en la gente.

El propio Ricardo Rocha relata en entrevista cómo surgió el proyecto de la agencia Detrás de la Noticia: *“Se da a raíz de que me separo de Televisa, empresa con la que quedé en términos muy amistosos, pues tenía la convicción de desarrollar un proyecto independiente. Me siguió el equipo con el que he trabajado desde hace muchos años. En la agencia prevalecen las fórmulas que he aplicado desde siempre y que giran en tres columnas fundamentales. Éstas son ética: el*

compromiso con la verdad, con un periodismo de investigación y de denuncia. Estética: nos interesa que las cosas estén bien presentadas, que haya calidad en la producción. Eficiencia: que la agencia sea rentable y tenga autonomía, de acuerdo con una planeación administrativa y financiera adecuada para garantizar que éste sea un proyecto a largo plazo."

Uno de los primeros grandes retos, tras haber funcionado como noticiario de radio y televisión, era el funcionar como agencia. Hay grandes diferencias entre difundir información y generarla. La función de esta consiste en ocuparse de la cobertura de la información política, policiaca, deportiva, financiera, entre otras fuentes, pero su principal objetivo es suministrar información por escrito y fotografías a otros medios para su difusión. La primera de las funciones estaba plenamente dominada por el equipo, pero había que trabajar en la segunda. Al decir que la función de cubrir noticias de los diferentes ámbitos estaba ya dominada por quienes constituyen Detrás de la Noticia, se deja ver que se trataba de un noticiario grande e importante que no dependía del material de segunda mano conseguido a través de servicios asociados de transmisión televisiva, de agencias noticiosas internacionales o del seguimiento de otros programas informativos. La información obtenida en Detrás de la Noticia desde su etapa como programa de radio y televisión en Grupo Televisa era, en su mayoría, información exclusiva lograda por los propios reporteros.

Así describe Ricardo Rocha el funcionamiento de la agencia Detrás de la Noticia: *"La totalidad del proyecto periodístico se logra gracias a un cuerpo central de producción informativa, integrado por editorialistas, colaboradores, reporteros de primer nivel, redactores que utilizan con propiedad y muy claramente todas las posibilidades del lenguaje, además de un equipo técnico y un staff administrativo. De ahí se derivan submedios, con equipos especializados para radio, televisión, impresos e internet que traducen de la mejor manera la*

información que se genera del núcleo central. Esto permite mayor calidad porque son utilizadas al máximo las potencialidades de cada uno de los medios, y la información se maneja de distinta forma en cada submedio"

El material que una agencia genera es, sin embargo, diferente al que un programa o un periódico genera para sí mismo. La agencia envía información muy "plana", no se preocupa de que la redacción sea fácilmente comprensible y hasta agradable para quien la lee o escucha. Simplemente informa con oraciones llanas los acontecimientos. Un redactor dentro de un informativo, en cambio, tiene que lograr una redacción digerible para la audiencia, el televidente o el lector. Buscará para ello destacar lo más importante, usar algunos adjetivos para enfatizar, etcétera. Otra diferencia importante es que la información que brinda una agencia no tiene una línea, mientras que la que difunde un programa va de acuerdo al perfil del mismo.

Importantes ejemplos de agencias noticiosas a seguir eran, y son, la agencia Reuters, con sede en Londres y que desde 1851 ha sido la principal fuente de noticias del extranjero contando con personal de tiempo completo en más de setenta países. Se trata de una compañía de propiedad pública cuyos accionistas representan los intereses de la prensa. Otras más son la Associated Press AP, y la United Press International UPI, que son agencias estadounidenses que dan servicio a los medios electrónicos y las prensa escrita de todo el mundo. Estos ejemplos constituyen gigantes con muchos años de experiencia y grandes capitales. No ha sido el objetivo de Detrás de la Noticia competir con corporaciones de ese nivel, pero si convertirse a nivel nacional en una agencia líder que brinde información más precisa sobre México al resto de los países del mundo. Un ejemplo claro que deja ver este objetivo es la alianza lograda entre Detrás de la Noticia y la BBC de Londres, en la que la primera se convierte en una especie de corresponsal en México para la segunda, que a su vez

suministra información internacional a su socio mexicano. De este importante acuerdo se hablará con amplitud más adelante en este trabajo. Por lo pronto, es interesante la opinión que emite Ricardo Rocha sobre las novedades que puede ofrecer Detrás de la Noticia ante la existencia de enormes agencias transnacionales: *“DDN es diferente porque nosotros no tenemos compromisos con partidos políticos, solo tenemos el interés de informar al público lo que realmente está pasando en el país. Quienes expresan su opinión a través de este medio son editorialistas que tienen una visión muy diferente del panorama; cuentan con honorabilidad, imagen intelectual y un talento extraordinario para sacudir lo mismo las entrañas, que el corazón o el cerebro. Todos son colaboradores de un inmenso prestigio, y eso permite enriquecer la información que nosotros estamos generando.”*

2.2 Alianza con Grupo ACIR

Como ya se adelantaba, fue la radio la primer salida para la información generada por Detrás de la Noticia, el primer cliente que generó ingresos y que permitió un avance inicial a la agencia de noticias. La negociación se dio con Grupo ACIR una empresa que inició operaciones en 1965 con cuatro emisoras y que actualmente cuenta con la mayor penetración a nivel nacional y la preferencia de la audiencia en las ciudades donde tiene presencia. Grupo ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio) está constituido por siete estaciones en el Distrito Federal y 157 en toda la República entre emisoras propias, administradas y afiliadas. Su cobertura alcanza 76% del territorio nacional con una audiencia potencial de 50 millones de personas.

Grupo ACIR representó en sus inicios una novedad debido a que en los años sesenta existían cadenas que representaban a las emisoras de provincia exclusivamente para ventas nacionales y envío de novedades musicales. Francisco Ibarra López tuvo, en cambio, la idea

de crear un grupo que sirviera a las radiodifusoras de manera integral, dando los servicios de ventas a nivel nacional pero con la ventaja adicional de brindar servicios de ingeniería, contables, legales, de mercadotecnia y publicidad. Este hombre visionario con su idea de un servicio total para estaciones de radio es hoy el director y dueño del grupo radiofónico más importante del país.

Desde la década de los setenta Grupo ACIR desarrolló la idea de iniciar espacios informativos para transmitir en sus emisoras en la mañana, tarde y noche en espacios de treinta minutos; también cápsulas de cinco minutos transmitidas cada hora y noticias al corte de cada media hora. Formó desde entonces un cuerpo de reporteros y profesionales de la información para crear Radiocomunicación Humana, agencia noticiosa de servicios internos. A finales de los ochenta inició la transmisión de Informativo Panorama conducido por Guillermo Ochoa y Lourdes Guerrero.

Grupo Acir es pionero en el uso del satélite, el cual surge como una necesidad para lograr una integración de las estaciones de radio afiliadas o propias a lo largo de todo el país a través del satélite Morelos. A mediados de 1992 la empresa adquirió la primera unidad móvil de transmisión y recepción vía satélite, capaz de transmitir en forma autónoma desde cualquier punto sin necesidad de conectarse a ningún otro servicio. En 1995 contrató la utilización de un segmento de transpondedor del satélite Solidaridad y adquirió un telepuerto que permite la transmisión de bases de datos y programación radiofónica en general. El uso de este sistema tiene una gran importancia en el funcionamiento de las emisoras del grupo incluso en la actualidad.

Ricardo Rocha explica el porqué del arranque de Detrás de la Noticia en el medio de la radio: *“Empecé por radio porque el desarrollo estratégico de la agencia así nos lo planteaba. Sabía que era más barato y adapté el estudio, hice una inversión inicial muy fuerte, me alcanzó para instalar la infraestructura de radio, y poco a*

poco he ido incorporando cosas que no tenía previstas. Con los recursos que fue generando la propia empresa pude desarrollar el proyecto de televisión, pero tuve que esperar hasta tener capacidad de producir, a fin de evitar dependencias tecnológicas."

El haberse asociado particularmente con Grupo ACIR lo relata así: *"A la salida de todo el grupo nuestro de Televisa se planteó un problema porque había un buen número, siete ofertas de concesionarios; la mayoría, o prácticamente todos, tenían ya su propio sistema de información, entonces no aceptaban el esquema de asociación con la agencia porque en México no hay esa costumbre. Puedes comprar los servicios de una agencia extranjera y eso es muy normal, pero ¿porqué vas a comprar servicios de una agencia mexicana, sobretodo en el caso de radio y de televisión? No fue fácil. Todas estas ofertas pretendían que yo me fuera con ellos pero solo para integrarme a los equipos que ellos tenían. Como el concepto de la agencia es nuevo en México tuvimos que establecer muy claramente durante toda esta serie de negociaciones, que implicaron dos meses y medio, casi tres, que lo nuestro es una agencia que le da servicios a los concesionarios, es decir, que puede enviar información fragmentada o en su totalidad en determinados segmentos informativos producidos por la agencia. En el caso de nosotros, finalmente logramos un acuerdo con ACIR que era un grupo que tenía un peso mediano en la información, no como otros grupos que son pesos completos. Encontramos que podíamos convencerlos, así ocurrió tras una serie de pláticas, de que el esquema de la agencia se acoplaba muy bien a ellos porque si aceptaban la agencia, los servicios de la agencia, los criterios de la agencia, la conducción de los programas por parte de nosotros como agencia y la producción de los mismos y, sobretodo, los criterios de contenidos, esto lo podíamos reforzar en una alianza estratégica en donde en ciertas áreas, por ejemplo, la de reporteros y redactores no trabajáramos separados sino que trabajáramos juntos. Entonces, la responsabilidad de la producción de siete horas diarias que tenemos nosotros como agencia*

con Grupo ACIR es nuestra, la responsabilidad de la conducción también es nuestra, los criterios de contenidos son nuestros. La alianza estratégica consiste en que, en lugar de que tengamos doce reporteros uno y doce reporteros el otro, tenemos juntos veinticuatro reporteros. Con esto, los resultados son mejores para ambos teniendo un mayor número de reporteros, y agrego también el caso de los corresponsales colaborando para el proyecto. También gana ACIR porque, en el caso del noticiero con el que se quedó ACIR en su totalidad, que es el noticiero de Guillermo Ochoa, también ese espacio se enriquece con las aportaciones de los reporteros de la agencia cuyas notas pueden pasar ahí y son redactadas pensando en pasar ahí. Esto es a grandes rasgos la parte operativa “.

Producir para un grupo de radio realizando una fusión de esfuerzos al compartir reporteros pero teniendo en la agencia independiente la responsabilidad editorial no es un esquema común. Un panorama tan novedoso implica acuerdos comerciales igualmente novedosos en los que la negociación debe ser muy cuidada para que los intereses de las partes salgan bien librados. *“ En lo que hace a la parte comercial, durante el primer año, de hecho, hasta febrero de este año (2000), estuvimos operando con un fijo en ACIR porque el argumento de ACIR cuando negociamos con ellos en junio y julio del año pasado fue que no podían darnos un porcentaje porque hay una costumbre de los patrocinadores de los segmentos radiofónicos que establece que en octubre o noviembre de cada año se determinan los presupuestos publicitarios para radio y televisión para todo el año siguiente, de tal manera que cuando nosotros llegamos a negociar con ACIR, nos dijeron que si estábamos iniciando el 2 de agosto no tenían porque dar dinero que ya tenían en la bolsa a la agencia. Aunque se tratara de Detrás de la Noticia y de Ricardo Rocha no podían darnos un porcentaje sino un fijo. Fue muy difícil al principio porque era un fijo muy limitado, una cantidad fija por todos los servicios brindados por la agencia, desde producción hasta conducción. La cantidad, además de ser limitada, no estaba en función de los resultados. Establecimos*

un plazo de seis meses como prueba y a partir de febrero ya nos empezaron a dar un porcentaje sobre los ingresos que tiene ACIR vía los espacios que produce la agencia. Obviamente solamente entramos en esa parte del negocio, así que sobre todo lo que se venda en esos espacios ACIR nos da un porcentaje en el entendido de que Grupo ACIR vende, la agencia puede ayudar pero la responsabilidad de la venta es de ACIR. Tienen la obligación contractual de entregarnos un reporte mensual quince días después de cerrado el ejercicio del que se trate, por ejemplo, el día quince de julio nos reporta el mes de junio, nos da una relación de acuerdo al contrato donde indica lo que vendió, el total de sus tarifas y el porcentaje que nos corresponde."

A un año de distancia la relación entre grupo ACIR y la agencia Detrás de la Noticia es muy buena habiendo satisfacción en ambas partes. Si hubo momentos delicados en los que los dueños de la radiodifusora quisieron intervenir en los contenidos del programa, sobretodo en fechas cercanas a la elección del dos de julio. Fueron escuchados pero supieron respetar la autonomía editorial de la agencia. Los resultados entre la audiencia son muy buenos y con ello las ventas han sido muy altas por lo que el acuerdo comercial inicial pudiera modificarse. El éxito de la transmisión ha tenido como consecuencia su difusión en un mayor número de emisoras. Actualmente (octubre 2000) se escucha a través de las estaciones que se muestran en el anexo A

2.3 Estructura del noticiario radiofónico.

Un informativo de radio cuenta con un equipo constituido por reporteros, redactores, editores, lectores de noticias, personal técnico de producción, además de los encargados del manejo administrativo. En el caso de Detrás de la Noticia, muchas de las personas cubren más de una función. De acuerdo al proceso que sufre la información podría dividirse al equipo en dos grandes grupos: aquellos encargados

de generar la información o recopilar las noticias, y aquellos cuyo objetivo es seleccionarlás y presentarlas. Dentro del primer grupo estarían el jefe de información, los reporteros y corresponsales, una parte de los técnicos y los planificadores diarios . Al segundo grupo corresponderían los productores, los redactores, los lectores de noticias o conductores y el personal de producción y técnico en el estudio.

El proceso de cobertura de noticias se inicia con el jefe de información, que es quien asigna las fuentes a los reporteros y decide quien cubrirá los asuntos que surgen de último momento. La responsabilidad de cubrir un suceso recae directamente en él. Si algún acontecimiento importante se queda sin ser cubierto es una falla en su trabajo. Debe, por tanto, tener una intuición para saber mover las piezas en el momento adecuado. Es también parte de su labor el cuidar que el lenguaje y la redacción de los reporteros esté acorde con la línea editorial del noticiario y que cubran su fuente con objetividad. Pero nadie mejor que él mismo, Daniel Robles, jefe de información de Panorama Detrás de la Noticia, para describir sus responsabilidades y funciones.

Yo me encargo de organizar a todos los reporteros para que realicen la cobertura informativa en segmentos, por fuentes les llamamos nosotros, de tal manera que todo lo que se genere de información en el transcurso de un día lo tengamos cubierto por todos los frentes. Tengo a mi cargo veinte reporteros y aproximadamente unos quince corresponsales en todo el país. Estoy entrando como a las nueve de la mañana y salgo como a las once de la noche. Obviamente tengo algunos horarios para desayunar y comer.

¿Cómo es un día en tu trabajo?

Un día en mi trabajo es así: llego, empiezo a revisar los periódicos porque un día antes elaboro la orden de información para todos los

reporteros, la orden de trabajo (anexo B) en donde le asigno una tarea a cada uno de los veinte reporteros que están a mi cargo, especificando si necesitamos una nota de color, una nota normal o un reportaje, empezar a trabajar un reportaje de una extensión aproximada de tres o cuatro minutos pues en este caso se nos exige no pasarnos de tiempo. Dejo estructurada por la noche una primera orden de trabajo y en la mañana llego a revisar los periódicos para ver si hay alguna otra información a la que debemos darle seguimiento, alguna información especial e inmediatamente me comunico con los reporteros para ampliarles la orden de trabajo que ya se les leyó (vía telefónica) desde la noche anterior. Aproximadamente a las once de la noche ellos tienen la obligación de reportarse aquí a la jefatura de información para que una persona, que en este caso nos ayuda y es una asistente les lea la orden de trabajo que tienen. Eso es en la noche. En la mañana revisamos, hacemos los ajustes y nos vamos a desayunar. Regreso, empiezo a revisar la información que se está trabajando por parte de los reporteros y que estén mandando a tiempo para el noticiario de Guillermo Ochoa que empieza a la una y media, entonces hay que checar que están mandando los adelantos antes de la una o una con quince minutos. Los primeros adelantos, o por lo menos lo que nosotros llamamos las cabezas (anexo C), deben estar ya en la computadora, de tal manera que la gente que trabaja para Guillermo Ochoa pueda empezar a armarle su noticiero. A la una treinta que inicia el noticiero empezamos a ver si estamos funcionando bien, si los reporteros cubrieron las expectativas, cubrieron lo que les mandamos y de alguna manera también si necesitamos ajustar algunas cosas: que si se les fue la nota, que si no la agarraron bien, que si no cumplieron con alguna orden específica que le hayamos dado. Eso solo lo podemos comprobar escuchándolos al aire. Después, ya en la tarde nos ponemos a preparar el noticiario de Carlos Loret a partir de las cuatro y media. Nos sentamos a armarlo evaluando lo que tenemos hasta ese entonces de información, jerarquizamos y estructuramos, lo cual a mi como jefe de información

me sirve para elaborar la orden de trabajo del día siguiente. Se como a las cinco de la tarde qué traen los reporteros y como van sus reportajes.

¿Es responsabilidad tuya la información que difunden los reporteros, sus comentarios incluso?

No, es responsabilidad mía hacer una selección de que reportero tiene que cubrir una determinada nota. La forma en que ellos la presenten es responsabilidad de cada uno de ellos. Creo que desde el momento que se hace la selección del equipo, de los reporteros con los que cuentas, ahí asumes la responsabilidad de todo en conjunto, pero cada uno es responsable y tiene la confianza, en este caso mía y de Ricardo (Rocha) de la información que sale al aire, que esté debidamente comprobada, debidamente respaldada y sobretodo cuando es información muy delicada, que las fuentes estén debidamente certificadas, aunque no necesariamente las tengamos que revelar. Puede tratarse de información exclusiva que nos pasan algunos compañeros, o el mismo auditorio que nos llama y quiere darnos alguna exclusiva o algún material que considera que es importante. Nosotros lo valoramos, después investigamos sin revelar la fuente pero si nos hacemos responsables de la transmisión. Tenemos todas las pruebas para respaldarnos en caso de alguna eventualidad.

¿Cómo asignas las fuentes?

Una tarea sin duda de las más importantes para la jefatura de información es la distribución de fuentes. Tener a la gente más capacitada para cubrir determinados eventos. Por ejemplo, en el caso de lo político que se vino en estos días, teníamos que tener a la gente con más experiencia en el manejo de información política, con más trayectoria y, sobretodo, que tuvieran los elementos necesarios de antecedentes de otros años, de otras elecciones, para que pudieran tener un referente a la hora de transmitir su información. Es importante que el jefe de información sepa ubicar a los reporteros, que te puedan hacer una buena nota de color, que te puedan cubrir

una buena nota del presidente o de un candidato. Creo que ahí también está una labor muy importante del jefe de información. Debe saber describir y descubrir la capacidad de cada uno de sus reporteros para tenerlos en el momento y el lugar adecuado en el que se aproveche mejor su trabajo. Hay excelentes reporteros que te pueden cubrir una nota sin haber estado presentes en el evento. Hay reuniones privadísimas a las que no tenemos acceso los medios de comunicación, sin embargo, el reportero tiene otros contactos, se acerca a la gente que estuvo en la reunión y saca los datos prácticamente como si hubiera estado ahí dentro. Esos son los mejores reporteros para esas fuentes. Hay otros que te hacen una muy buena nota de color sobre un desfile, sobre un evento deportivo, o quizás hasta la presentación de un informe pero con detalles de crónica, que te hacen excelente y delicioso el escuchar la crónica, sobretodo para radio. También es importante saber a quién mandas a determinados eventos. La parte más bonita es cuando sabes que no te equivocaste.

¿De dónde y de qué carrera son egresados tus reporteros?

La mayoría son egresados de ciencias de la comunicación o periodismo. Solo hay un economista que cubre la fuente de economía y finanzas. Varios salieron de la UNAM, tanto de CU como de Acatlán, pero la gran mayoría viene de la escuela Carlos Septien.

Quienes cubren la noticia y tienen por ello un papel fundamental son los reporteros y corresponsales. Ellos reciben del jefe de información la orden de lo que tienen que cubrir a lo largo del día. Generalmente tienen una misma fuente asignada de fijo. Lo que les permite conocer a profundidad el área que cubren y volverse casi especialistas, además, tras un determinado tiempo de cubrir una misma fuente, logran importantes contactos dentro del ramo. La permanencia de un reportero en una misma fuente por largas temporadas es cuestionada por algunos, quienes sostienen que la cercanía que contraen puede

provocar que pierdan objetividad. Estas personas trabajan para un solo medio, tanto porque la carga de trabajo no permite más, como porque resultaría poco ético servir a más de uno. Sin embargo, hay algunos periodistas que trabajan para varios medios, sobretodo es el caso de los corresponsales. Esto se da porque no son colaboradores fijos y solo se solicita su trabajo cuando algo de importancia ocurre en su zona. El noticiario recibe también información de las estaciones sucursales de Grupo ACIR.

Los datos o acontecimientos susceptibles de ser noticia son muy diversos. Puede tratarse de exposiciones, discursos, conferencias de prensa, ferias comerciales, estadísticas oficiales, inauguraciones, clausuras, ceremonias, eventos tradicionales, sesiones en las cámaras de diputados y senadores, notas policíacas, entre otros. Además de estas noticias de rutina se hacen otras investigaciones a mayor profundidad que generalmente se convierten en reportajes.

Muchas veces la información no se busca, llega sola. Hay dependencias de gobierno, partidos políticos, despachos de relaciones públicas, compañías particulares y organizaciones no gubernamentales que envían material que les interesa que sea difundido. Otras veces un ciudadano cualquiera se entera o vive algún suceso destacado y se convierte en reportero al informar al noticiario lo sucedido.

De lo obtenido por los reporteros se hace una pequeña síntesis que estos envían a la jefatura de información. Esto se suma a todo el cúmulo de información obtenido por otras fuentes de lo cual el productor del noticiario hace una selección para conformar la orden de edición (anexo D), que es la estructura básica que seguirá el programa y que incluye tanto notas informativas como colaboraciones de los editorialistas, entrevistas, resúmenes de noticias y hasta los cortes comerciales. En ella se calcula el tiempo aproximado de duración de cada uno de los elementos y se distribuye a lo largo de las

horas que dure el noticiario. Estos tiempos varían, de hecho, la orden de edición se puede modificar mucho al momento de la transmisión en vivo. A pesar de esta flexibilidad es una guía importante para todos quienes siguen atentamente la transmisión como son redactores, productores y conductores. El productor, para poder relizar satisfactoriamente la labor de seleccionar y jerarquizar la información, debe estar muy bien informado para no dejar una sola noticia importante fuera del guión. En ocasiones, incluir informaciones imprevistas implica dejar fuera del aire materiales que se llevaron mucho tiempo de preparación. Pocas veces dichos materiales pueden utilizarse en una siguiente emisión puesto que la noticia deja de ser novedad y pierde vigencia, por lo que el periodista puede sentir una gran frustración; con el tiempo tendrá que comprender que así de imprevisible es el mundo de la información.

El productor, además de crear la orden de edición, tiene un papel fundamental al momento de la transmisión en vivo. Durante el programa tiene que contactar a los reporteros antes de que salgan al aire para dar su nota, llamar a los editorialistas o columnistas para que pasen su colaboración, buscar a los invitados, cuya entrevista concertó previamente, para tenerlos listos al instante de su intervención. Tiene también que ajustar los tiempos cuando cualquier colaboración dura más o menos de lo calculado. Él mismo da las indicaciones a los conductores de acuerdo a la nueva conformación que va adquiriendo el programa, les avisa cuando es momento de mandar a una pausa comercial, si hay alguna información o enlace urgente, y en general, todo el avance del noticiario.

En entrevista, Alfredo Díaz, productor de Panorama Detrás de la Noticia, describe sus funciones: *Mi función es coordinar la producción del programa, el noticiario de la mañana y básicamente consiste en estar pendiente de las noticias, ver que notas cubrieron los reporteros, seleccionar las notas van a pasar en el noticiario de la mañana, definir cuales entrevistas son las que se van a manejar en el*

programa, definir cuantos comentaristas, en que horarios y con que comentarios, así como estar pendiente de que el programa operativamente salga bien, con sus bloques comerciales tal como debe de ser.

¿Puedes describir un día de trabajo tuyo?

Un día de trabajo es levantarme a las cuatro y cuarto de la mañana, llegar en promedio al estudio a las cinco de la mañana a revisar al guión para ver si hay algún cambio de última hora, como el de hoy que hubo el temblor en la madrugada, reviso también que estén en el guión las notas que se pidieron, las entrevistas que se consiguieron, los comentaristas que se propusieron, ver si están bien acomodados los bloques comerciales, me meto a las órdenes de trabajo de los reporteros para ver qué es lo que van a cubrir para valorar si por ahí pueden salir notas buenas para el programa del día siguiente, le doy una revisada al internet en la página de infosel para ver que información trae, a ver si no se nos fue alguna información que sea de importancia para el programa de la mañana, llegan los periódicos antes de las seis de la mañana, reviso dos o tres para ver si no se nos está yendo nada, si hay notas o si hay una entrevista que valga la pena buscar. A partir de las seis y hasta las diez voy llevando el ritmo del programa para que pase todo el material que tiene que entrar, eliminar lo que ya no quepa, colocar cosas nuevas y que entren todos los bloques comerciales. Después de las diez me voy a desayunar y más tarde retomo los periódicos, sigo revisando información, busco temas que sean interesantes para debates o entrevistas de los días subsiguientes. Tengo a la una de la tarde la grabación del programa Detrás del Dos Mil, que se graba a la una o a las dos de la tarde de acuerdo a la disponibilidad de sus conductores. Antes de irme pido un adelanto de información del trabajo que ya hicieron los reporteros durante el día, le doy una revisada, veo con mi asistente que es lo que voy a buscar de entrevistas para el día siguiente con Ricardo. Hago otro corte de información a las cinco de la tarde, reviso otro paquete de adelantos, vuelvo a hablar con mi asistente y vemos si lo que

buscamos ya lo obtuvimos, si hay que modificar algunas entrevistas o si de lo nuevo que surgió hasta las cinco de la tarde hay que buscar otras cosas para en la mañana. A las ocho hago otro corte con los redactores de turno, me mandan el borrador del guión como se propuso, me llega por fax hasta la casa, lo reviso, hablo con gente de redacción, llegamos a un acuerdo de cómo debe de quedar el guión. Todavía le doy una última revisada a las diez treinta con los noticieros de televisa y televisión azteca y por ahí de las once de la noche apago la luz para dormir y estar despierto una vez más al día siguiente a las cuatro quince de la mañana.

El caso de Panorama Detrás de la Noticia tiene una cierta diferencia en la transmisión debido a la alianza con Grupo ACIR. Resulta que casi la totalidad de la emisión se realiza desde el estudio de la agencia en Insurgentes sur, pero parte de lo que se escucha al aire se genera desde las instalaciones del grupo radiofónico en las Lomas de Chapultepec. Desde el estudio se transmite el contenido del programa como lo son las notas, las entrevistas, los resúmenes, etcétera. Esa señal se envía a Grupo ACIR donde se le añaden los comerciales y algunos elementos de producción como las identificaciones de la emisora y las salidas y regresos de corte. En realidad no es que se añadan, puesto que esto implicaría una edición y estamos hablando de un programa en vivo, lo que sucede es que ambas señales, la generada en el estudio de la agencia y la generada en Grupo ACIR, se unen gracias a la fibra óptica y constituyen juntas una misma señal que es enviada al satélite desde el telepuerto de la emisora que está en sus instalaciones de las Lomas de Chapultepec. Para llevar una exacta coordinación de ambas señales tiene que mantenerse un contacto a lo largo de toda la emisión. Una persona que colabora estrechamente con el productor durante la transmisión en vivo sostiene una comunicación vía telefónica desde la agencia hasta grupo ACIR que dura las mismas horas que el programa para lograr la conjunción

exitosa de ambas señales. Esta persona es Rosana Villamar, quien describe sus funciones:

Todo en este equipo es como un relojito. Cada uno forma parte de lo que se hace en el noticiario. Soy productora. En la mañana llego y checo las notas que ya grabaron previamente los reporteros en cuanto se va dando la noticia. ¿Para qué? Para que si no los encontramos a ellos durante el programa, es más seguro tener una grabación. Esto, además, te permite saber qué dicen cada uno de sus audios, prever las declaraciones que hacen ciertos funcionarios, corregir las palabras que digan mal y estar enterados de lo que van a decir ellos al aire. Esto es muy importante. Posteriormente empiezo a dar los conteos para hacer el enlace, porque esta agencia está conectada a la matriz que es grupo ACIR que tienen, obviamente, la planta de transmisión. Hay que estar muy coordinados en cuanto a respetar los tiempos ya que es una emisora que transmite a 186 estaciones en el país de las cuales el noticiario maneja, me parece, 56. En algunas plazas de la república ya no hay operadores, entonces la transmisión se corta de manera automática a determinada hora y nosotros tenemos que llevar un muy estricto control de los tiempos. Ayudo también a Alfredo en lo que necesite, que es el productor en jefe.

¿Cuáles son tus actividades relacionadas con el noticiario fuera del horario de transmisión?

Por supuesto estar pendiente de todo lo que sucede en cuanto a noticias, que incluye todo lo que al ser humano le puede interesar, no solamente política sino todo lo que pasa alrededor del mundo. Produzco, además, otro noticiario en la tarde, pero independientemente de eso, nunca puedes desconectarte de lo que es el mundo de la información.

Además de estas dos señales mencionadas hay una tercera generada desde las instalaciones del periódico Reforma, se trata del reporte

infosel que contiene toda la información financiera, los movimientos de la bolsa, el tipo de cambio, etcétera.

Hay ocasiones en que los centros comunes de trabajo dejan de serlo porque gran parte de la producción se traslada hacia otra región donde están ocurriendo sucesos de gran importancia. Esto requiere de una organización muy detallada y solo es posible gracias a que grupo ACIR cuenta con emisoras a lo largo de toda la República Mexicana, desde las cuales puede realizarse la transmisión. Un ejemplo se dio durante las elecciones en el estado de Coahuila, en las que se trasladaron conductores, reporteros y productores que sumaron sus esfuerzos a los de los colaboradores locales como sería el caso del corresponsal en la entidad para lograr una amplia cobertura de la votación. Lo mismo puede suceder en juntas cumbre en el extranjero, giras importantes, convenciones, entre otros eventos.

Otra de las grandes cabezas de un programa informativo es el jefe de redacción y todo su equipo. Su función ha evolucionado a lo largo de los años para adaptarse a los estilos tan cambiantes de los noticieros y a la utilización del equipo moderno, el cual requiere de nuevos conocimientos. Ellos recopilan las noticias y las redactan de acuerdo al estilo y la línea editorial de la emisión. Deben tener la capacidad de ser muy breves para poder resumir en unas cuantas palabras una amplísima nota. Durante la transmisión en vivo trabajan a grandes velocidades porque mucha de la información se genera durante el programa y nada puede quedar fuera.

El jefe de redacción del noticiero Luis Figueroa habla de su trabajo: *Lo que nosotros hacemos es organizar la información. Recibimos el trabajo que realizan los reporteros que a su vez recibieron la indicación de una orden de trabajo. Ellos salen a hacer su cobertura y se comunican con nosotros a la redacción para pasarnos sus adelantos de información; nosotros a partir de dicha información elaboramos una orden de edición que es la secuencia que llevará al*

noticiero, colocamos las notas, las jerarquizamos, vemos cuáles son más importantes, cuáles si van y cuáles no. Recibimos en promedio al día unas noventa notas y, obviamente, no todas alcanzan a entrar en un programa, por ello hay que ir las seleccionando. Una vez seleccionadas nos corresponde hacer el guión, redactar lo que se llama el teaser, redactar las entradas de las notas y eso es básicamente lo que hacemos en la jefatura de redacción. En síntesis organizamos la información, conformamos las órdenes de edición y redactamos guiones ya para salir al aire.

¿Cómo describirías el lenguaje que utilizan tú y tu equipo?

En el caso de nosotros que colaboramos con Ricardo Rocha y que ya llevamos tanto tiempo con él, sabemos que él quiere las menos palabras posibles, ser lo más directo que se pueda, con intención; él insiste mucho en que escribamos como hablamos, que evitemos utilizar palabras que no utiliza el común de la gente y que probablemente su uso solo confunde. Escribir, pues, como hablamos, ser muy directos, pero escribir con intención de manera que las frases que armemos o redactemos no sean nada más planas para que la persona que las escuche logre una comprensión. Resumo así: lenguaje directo, sencillo y muy preciso.

¿Es difícil redactar a la gran velocidad que requiere la transmisión en vivo?

Té vas acostumbrando, a veces si es un poco tenso. Por ejemplo escuchas una entrevista e inmediatamente tienes que destacar lo más importante para meterlo en el siguiente resumen. Ese tipo de cosas te va obligando a ser más rápido cada vez, a controlar mejor el stress y la presión que se genera en estos medios. Si tienes que desarrollar cierta velocidad y cierta capacidad que se logra a través de la experiencia de muchos años.

¿Cuántas personas constituyen el equipo de redacción?

Somos cinco personas distribuidas en diferentes horarios y turnos. Hay quienes elaboran las órdenes, hay quienes redactan, hay quienes toman los adelantos que dan los reporteros, necesitamos gente para todo, incluso alguien que reparta los guiones a los conductores y productores durante la transmisión en vivo. Es todo un equipo que tiene que trabajar con gran coordinación porque son como eslabones y si uno falla se afectan todos los demás y no sale el guión al final.

En Detrás de la Noticia los redactores escriben las cabezas de cada una de las notas que darán los reporteros (anexo E), las entradas para los colaboradores (anexo F), las presentaciones para las entrevistas con algunas preguntas sugeridas para el conductor (anexo G) y las síntesis de información. Estas últimas pueden ser de dos tipos, por un lado están los resúmenes con una delimitación como el panorama de la metrópoli, el panorama de los estados, el panorama nacional, entre otros. Por otro lado están los resúmenes que se leen cada hora y que contienen lo más relevante de la información (anexo H) aunada a las declaraciones que los entrevistados hayan revelado a lo largo de la hora que le precedió (anexo I). Cada uno de estos elementos se presenta por separado en una hoja blanca tamaño carta para facilitar el manejo para el conductor. Hay otros trabajos realizados por la redacción que tienen un mayor peso como son los editoriales, los cuales normalmente son realizados bajo la supervisión de Ricardo Rocha (anexo J). Finalmente, una fuente fresca de información lo representan las llamadas del público, siendo al mismo tiempo un instrumento para la interactividad y la integración.

El trabajo realizado por la redacción es recibido para ser utilizado durante la transmisión en vivo por los conductores, quienes lo toman como una guía pero pueden hacer modificaciones de acuerdo a su propio lenguaje. El conductor es también quien hace un chequeo final de los textos al instante de leerlos en vivo, teniendo muchas veces un mínimo de tiempo para esta tarea. Quien conduce un noticiero encabeza a lo largo del programa a los colaboradores que lo

constituyen, tiene sobre sí la responsabilidad de que la emisión sea ágil, de improvisar continuamente, de equilibrar el material para que no pierda su ritmo y hasta de editorializar porque cada una de sus expresiones contiene una opinión.

Carlos Loret de Mola es, además de reportero y encargado de la sección financiera y de negocios, conductor del noticiario de la tarde. Cabe destacar que cuenta con solo 23 años de edad y comparte un esfuerzo que en la mañana está encabezado por Ricardo Rocha y a mediodía por Guillermo Ochoa, dos grandes del periodismo. *¿Cómo pudo alguien tan joven llegar a tener esa responsabilidad? Yo empecé como conductor los fines de semana primero compartiendo el micrófono con Edith Gómez y José Luis Armenta y después en la mañana con Daniel Robles, un horario muy pesado de las cinco treinta a las nueve de la mañana. Nos desempeñábamos los conductores del fin de semana como reporteros entre semana y en ese sentido a mi siempre me ha parecido una gran virtud que los conductores no dejen de ser reporteros porque se enteran de manera directa de lo que está pasando en las noticias, lo pulsan y no solamente lo oyen a través de otros reporteros o en los periódicos y en ese sentido tienes una opinión muchísimo más amplia de lo que está sucediendo, haces los contactos, tienes acceso a información exclusiva que luego le puedes comentar a tu auditorio. Entonces, ser reportero y al mismo tiempo conductor me parece que es una enorme ventaja que nadie debe desperdiciar. Comencé como reportero y me dieron un buen día la oportunidad de ser conductor en la tarde. La tomé en fines de semana aunque implicó un gran sacrificio porque, obviamente, no había descanso: de lunes a viernes reportero y los fines de semana reportero y conductor. Después me pasaron al horario de la mañana que era muy pesado pero afortunadamente nos fue muy bien. Más tarde me fui al horario de la tarde todos los días y actualmente estoy conduciendo el noticiario vespertino. Él habla así de su función: La labor del conductor consiste en llegar mas o menos tres horas antes de entrar al aire. Lo primero que haces es*

revisar qué noticias tienes con base en lo que han informado los reporteros, los cables de las agencias noticiosas, etcétera y uno tiene en el escritorio alrededor de cien noticias diferentes. Una vez leídas todas se procede a decidir cuales son las más importantes ¿qué es lo que más trasciende a la vida nacional? ¿qué es lo que más le pega a la gente? Entonces, se seleccionan como las noticias más importantes para abrir el noticiero, para saltar de la radio y agarrar de la camisa a tu escucha y no soltarlo, buscar que no te suelte y que no pierda el interés. A partir de ahí siguen todas las noticias colaterales. Normalmente hay cuatro o cinco temas importantes durante el día, por ejemplo, hoy (9 de agosto del 2000) está el caso de Oscar Espinosa, está lo del aborto, está lo del registro Nacional de Vehículos Renave y está la reunión de los partidos. Son los cuatro temas que dominan el panorama y sobre ellos giran a nivel nacional las noticias; a nivel internacional está lo de Augusto Pinochet. Se tienen que abarcar los temas que uno considera que son los más importantes. Tras la selección de las noticias que van a entrar ya sabes lo que tienes tú, pero tienes que checar qué es lo que tienen los demás por lo que se revisa el monitoreo de otras estaciones de radio, ves los periódicos y ya con todo esa carga de información sales al aire y empiezas a dar las noticias y es mucho más fácil porque ya se tiene conocimiento de causa de lo que está sucediendo. Con tanto apoyo ya ni el guión hace falta, se numeran del uno al veinte las noticias que se van a meter y las entrevistas, entrevistas que no solamente reafirmen lo que ha sucedido sino que avancen, den una reacción, etcétera.

Ante la pregunta de ¿qué es lo que se requiere para ser un conductor de noticias? Carlos Loret de Mola responde: *Suerte, ante todo mucha suerte. Mucha tranquilidad. Si bien como reportero estás metido en el ajo, metido en el problema, como conductor tienes que mantenerte un poco más con la macrovisión de las noticias, no dejarte embargar por algún asunto particular sino tener la suficiente frialdad y el*

suficiente conocimiento como para aislarte por un momento, ver las cosas desde arriba y decidir donde está lo importante.

Ya con una visión de cada uno de los elementos que constituyen un equipo para la realización de un noticiario se llega a una mejor comprensión del funcionamiento y las necesidades de un programa de este tipo. Sin embargo, este es solo un ejemplo y en otros equipos pueden darse distribuciones del trabajo diferentes. Lo que no varía es que para el buen funcionamiento del grupo debe haber un cumplimiento de parte de cada uno de los colaboradores. Como se ve, el trabajo en noticias es esforzado, la mayoría de los trabajadores al describir su jornada laboral muestran que es un empeño arduo, además, hay que considerar que no hay descanso nunca pues tanto en días feriados como fines de semana hay información que se está generando y no se puede dejar de estar atento. Un grupo de producción de noticias trabaja 365 días al año y para que los miembros puedan tener descanso hay que hacer muchos ajustes, por lo que no se da con regularidad.

2.4 Modificaciones a partir de la transmisión por televisión.

A unos meses del arranque del noticiario Panorama Detrás de la Noticia en radio tras la negociación con Grupo ACIR, el segundo cliente fuerte surgió para la agencia. Se trató de PCTV, un grupo muy importante de televisión por cable en la República Mexicana. PCTV representa a un grupo de concesionarios que desde 1988 decidió formar una empresa independiente que les suministrara las mejores señales a un costo negociado para ellos debido a que se empezaban a comprar señales extranjeras cuya negociación era muy difícil realizar individualmente con cada pequeño empresario de la televisión por cable, además de que los costos serían de ese modo muy elevados. Así se funda Productora y Comercializadora de Televisión S.A. de C.V., la cual ha logrado desde su constitución hasta la actualidad la

contratación de más de treinta señales internacionales. PCTV agrupa desde hace diez años al 98 por ciento de los sistemas de cable de nuestro país y tiene la mayor oferta de televisión por cable en toda Latinoamérica con 36 canales que transmiten las 24 horas todos los días del año a más de 400 estados en toda la república mexicana. Esta agrupación tiene más de 1 450 000 suscriptores, lo que da una idea de su penetración e importancia.

Las señales de PCTV se difunden por medio de los satélites Solidaridad 1 y Satmex 5. La empresa cuenta con lo más avanzado tecnológicamente en equipos de televisión como unidades móviles de producción y postproducción con instalaciones propias para transmitir o grabar hasta ocho señales de video , tres estudios desde donde se realizan los programas producidos por la empresa, salas de subtítulo, generadores de animación de segunda y tercera dimensiones para la elaboración de cortinillas e identificación de canales, salas de producción y postproducción digital, compresores digitales de señales, sistemas portátiles de transmisión vía satélite que sirven de apoyo para captar imágenes en la Ciudad de México o cualquier lugar de la República y permiten hacer enlaces o transmisiones en vivo de los distintos eventos, salas de postproducción en las cuales se edita cualquier formato de video con equalización y mezcla de audios e imagen y salas de master en las que se conectan las diferentes salas de edición con las de subtítulo y animación, se hacen copios de todos los formatos y se monitorean todas las señales a través de un circuito cerrado de televisión. La más reciente adquisición de equipo en PCTV para el área de postproducción incluye sistemas AVID de edición no lineal que constituye lo más avanzado para la edición de programas y equipos Trinity para la creación de escenografías virtuales.

Siguiendo estos pasos es que opera PCTV: rentan los satélites mexicanos para transportar las señales de televisión a todos los sistemas socios del país, representan a los sistemas de cable socios

para lograr la contratación y negociación de las señales con mejores costos y condiciones y comercializar las señales para ofrecer a los suscriptores un mejor precio. La comercialización en PCTV se realiza a través de infomerciales, publireportajes, spots o anuncios combinados para ofrecer a los anunciantes muy diferentes opciones, además, entre los diferentes canales que cuenta el grupo está muy bien definida la audiencia por lo que esta especialización permite llegar al público objetivo con un desperdicio mínimo del mensaje puesto que solo se anunciarán ante quienes le interesan como consumidores. El solo hecho de que la publicidad se difunda por una sistema de cable ya determina una cierta condición socioeconómica por lo que el mensaje no se diluye entre quienes no tiene el poder adquisitivo para responder a él.

Ante el crecimiento y consolidación de PCTV empezó no solo a importarse señales sino a producir canales para el grupo. Actualmente son seis los canales de producción propia: TVC, Cinema Platino, Platino Plus, CMC; VTV Casa Club y el canal de la programación. Es en esta parte del negocio que se logra la negociación con Detrás de la Noticia. Esta agrupación decidió transmitir el mismo noticiero que se tenía en radio con ciertas adaptaciones para su inclusión en televisión a través de TVC, un canal con una fuerte penetración en todos los estados con excepción del Distrito Federal. Incluye en su programación emisiones de orientación familiar, telenovelas y series para toda la familia. Esto dentro de una barra dirigida básicamente a la mujer. Por otro lado, cuenta con noticieros mañana, tarde y noche, así como programas de opinión y análisis. Finalmente, hay una barra de entretenimiento que incluye programas de espectáculos, diversión para los niños y películas del cine internacional.

A partir de marzo del 2000 surgió el enorme reto de transmitir en forma simultánea para dos medios con necesidades diferentes. Cabe mencionar que todo el gran equipo con que técnicamente cuenta PCTV no es utilizado por la agencia para la producción del noticiero

puesto que cuenta con sus propios recursos. Esa fecha significó un aumento en el equipo para tener camarógrafos, productores de televisión y editores de televisión. Implicó también modificaciones para quienes ya colaboraban en radio y tuvieron que adaptar su trabajo a los dos medios. El número de reporteros no varió, sólo que en esa nueva etapa serían acompañados por un camarógrafo y tendrían que coordinarse con él. El encargado de asignar qué camarógrafo acompaña a qué reportero sería el propio jefe de información, quien ya tenía de antemano el contacto estrecho con los reporteros y les notificaba de las fuentes que tenían que cubrir. Para la gente de producción de radio significó tener una muy estrecha comunicación con los productores de televisión para ir avisando del orden que sigue la emisión, los cambios en la orden de edición, la salida a cortes comerciales y su duración y, en general, cada uno de los pasos que se dan en radio para que sean seguidos por la televisión.

Todo el equipo de producción de televisión está encabezado por Antonio Martínez, productor general, quien describe así su labor:

Como productor de televisión de Panorama Detrás de la Noticia me encargo de meter gráficas e ilustraciones a lo que se transmite por radio. Mi función es coordinar desde temprano las imágenes, las ediciones, los gráficos y todo aquello con lo que se pueda ilustrar las noticias que se dan al aire. Llevo también la dirección de cámaras y le doy el estilo al programa.

¿Es más difícil producir un noticiario como este que uno que se transmite únicamente por televisión?

Es más difícil en dos sentidos, tanto en la técnica como en la producción. En lo que toca a producción, estamos nosotros siguiendo a radio y el radio es otro lenguaje en el sentido de producción, el radio está basado en el sonido, en los efectos, en la música, en la palabra y en la descripción. En las notas para radio el estilo del reporte es más descriptivo, el estilo de los conductores debe serlo también. En cambio, en televisión se deja mucho a la imagen, se hace

referencia a las imágenes y una imagen dice más que mil palabras. Aquí estamos siguiendo el radio y estamos cuidando de ilustrar lo que se dice sin caer en la obviedad, por ello es un poco más difícil estar siguiendo. Aparte estamos físicamente separados de la gente de audio y la comunicación para tratar de seguirlos y empatarlos se vuelve muy complicada.

En lo que respecta a la televisión, a los noticiarios transmitidos únicamente por este medio, en ese caso van juntos audio y video, es una sola vía, una sola videocassetera con sonido, mientras que en el caso de Panorama Detrás de la Noticia son dos máquinas diferentes técnicamente: una grabadora de audio y una videocassetera. Sincronizar esos dos sistemas es lo difícil.

¿Consideras que empobrece a la imagen en televisión el que la pauta esté dada por el radio?

Yo creo que en un principio si. Cuando iniciamos esta transmisión mucha gente nos decía que el programa estaba mal sincronizado o desfasado: iba por un lado la imagen y por otro lado el video y los reporteros no estaban en sincronía con lo que decía el audio. Después de verlo dos o tres veces la gente se percató que es un programa de radio y que estas fallas se deben a que se está siguiendo a la televisión y comprenden mejor esta propuesta visual, esta propuesta de producción de jugar con las imágenes en freeze cuando una persona hace una declaración y se están siguiendo por radio las palabras pero el video no puede sincronizarse por la cuestión técnica, se soluciona esto dejando la imagen congelada. Hay entonces un juego, una propuesta de producción que ya la gente acepta.

¿Cuántas personas están a tu cargo?

Tenemos quince personas entre camarógrafos, editores, switchers, operadores digitales y técnicos.

¿Cómo es un día de trabajo en tu caso?

Es llegar a las cinco de la mañana a preparar el noticiero, a revisar los últimos detalles de la edición del día anterior. Se llega también a checar la cuestión técnica porque aquí necesitamos muchas manos. Enfasamos las cámaras y las máquinas de video, checamos los detalles del sonido, verificamos que estén funcionando bien los micrófonos, vemos que la iluminación esté bien, checamos que la escenografía no se halla movido porque como en el estudio mismo se encuentra la gente de redacción y edición, hay movimiento todo el día. Durante la transmisión en vivo de seis a diez de la mañana llevo la dirección de cámaras, así que estoy aquí sentado las cuatro horas. Terminando el noticiero voy a desayunar y regreso a empezar a organizar el programa del día siguiente, preparo la música, voy dejando en la computadora gráficas, etcétera. A la una o dos de la tarde asesoro técnicamente durante la grabación de Detrás del dos Mil, que se transmite únicamente por radio en ACIR, ya que mi función no se limita a la televisión. Verifico también la transmisión por radio del noticiario vespertino conducido por Carlos Loret de Mola. Debo también saber en donde están las cámaras, si se requieren imágenes de algún lugar como una secretaria. La distribución de las cámaras tiene que hacerse con un gran cuidado porque tenemos limitaciones técnicas en cuanto a personal de cámaras. Además, no tenemos microondas por lo que tenemos que estar correteando la imagen. Termino la jornada de trabajo alrededor de las ocho de la noche.

¿Cómo se ha modificado el trabajo de la producción en la televisión a partir del surgimiento de nuevas tecnologías como internet?

Ha cambiado muchísimo. Con los avances tecnológicos tenemos ya la posibilidad de recurrir a internet tanto en audio como en video. Cada día está mejor la calidad de los materiales que nos ofrece internet. Recurrimos, por ejemplo, cuando necesitamos una fotografía, antes teníamos que acudir a una enciclopedia o ir a comprar una estampita de la papelería que son muy limitadas y muy feitas, lo mejor era una buena enciclopedia con una buena fotografía

o pintura, un buen dibujo de época y una enciclopedia te cuesta ochocientos pesos, por lo menos. Ahora es cuestión de ingresar a internet y ahí encuentras todo, lo bajas de la red, lo metes a video y ya tienes tu ilustración. Muchas imágenes, sonidos históricos los tomamos de la red para producir, por ejemplo, las efemérides. La red te facilita mucho el trabajo en ese sentido. También si se entrevista a alguna personalidad y no se tiene una fotografía reciente debido a las mismas limitaciones técnicas, como al gobernador de Baja California, abres la página del estado y encuentras la foto del gobernador para ilustrar la entrevista que se hace vía telefónica. Es también una importante fuente de información inmediata.

La alianza con PCTV para la transmisión por televisión trajo problemas con compromisos contraídos especialmente para la emisión radiofónica. El más significativo ha sido el de la British Broadcasting Corporation, la BBC de Londres. Con esta empresa de comunicación se tenía el acuerdo de recibir noticias internacionales todos los días junto con otros materiales como una cápsula de ciencia y tecnología. Esto a cambio de reportar la información más relevante ocurrida en México, convirtiéndose la agencia en una especie de corresponsal en nuestro país. El intercambio funcionaba muy bien hasta que Ricardo Rocha solicitó a la BBC de Londres le permitiera ilustrar las notas internacionales que se recibían para el programa todos los días debido a la nueva inclusión a la televisión, petición a la que la empresa británica respondió que no. La razón es que ellos tienen una clara división entre radio y televisión y no podían permitir que lo que se produce para radio tenga una doble función. La opción era rehacer la negociación con el área de televisión de la BBC bajo nuevos estatutos. A la fecha la discusión continua y se está buscando una nueva agencia para realizar el convenio. Parece que Reuters es la candidata.

A pesar de que existe un equipo de producción de televisión independiente al de radio la entrada del programa al nuevo medio

significó un ajuste en el trabajo de quienes realizaban ya de un cierto modo para ser solamente escuchado. La coordinación entre ambos equipos es una responsabilidad nueva y algunas de las ventajas de la radio han tenido que cederse ante los requerimientos de la imagen. Pero qué mejor que los propios afectados para hablar de estos cambios.

¿Cómo se ha modificado tu trabajo a partir de la transmisión por televisión?

Rossana Villamar: Ha sido muy interesante. Para empezar, hay que hacer doble conteo. No hay modificación a gran escala, lo único que tienes que hacer es tener más coordinación para que el reloj funcione. Estar unidos, ya no solamente con el productor en jefe y el operador de radio, sino con el productor de televisión y toda la gente que forma parte de su staff. Tenemos ahora que cuidar la imagen pero defendiendo muchísimo lo que es el audio. Luego por quedarnos mirando a "la cajita" nos olvidamos de la gente que no ve lo que está oyendo. Como productora de radio hay que cuidar mucho que no nos vayamos solamente con la imagen, defender el derecho de los radioescuchas.

Alfredo Vega: Básicamente ha cambiado en que deben estar ajustados los bloques de televisión con los que maneja radio. Ha cambiado en función de que dependo muchísimo de las imágenes; hay noticias que a mi juicio son interesantes o que pueden valer la pena y que no se pueden pasar al aire porque me dicen que si no va ilustrado con imágenes para televisión no puedo manejar la información. A mi, personalmente, nunca me ha envuelto el embrujo de la televisión, siempre he sido una persona de radio, llevo veinte años haciendo radio, periodismo radiofónico. Así pues, cuando entró aquí el asunto de la televisión no te diría que me emocionó mucho, pero sí me di cuenta que me modificó parte del esquema porque hay notas que yo no puedo manejar si no traen imágenes. Ingresar a la televisión

afectó los contenidos del radio. Un ejemplo son las cápsulas que envía la BBC, a mi juicio muy interesantes, sobre tecnología y ciencia y desde que entró la televisión yo no puedo manejarlas porque no tengo las imágenes.

Carlos Loret de Mola: La televisión es mucho más rígida que la radio porque te apoyas de las imágenes. No tienes que ser tan descriptivo, no tienes que ser tan específico porque entonces te vuelves redundante ya que la gente de todas maneras lo está viendo ya. En ese sentido la televisión, yo creo que equivocadamente ha buscado un excesivo control sobre sus conductores, no tienes libertad, todo lo que quieres decir lo tienes que leer porque no vaya a ser que te atores, no vaya a ser que titubes. Eso parece que se ve mal en televisión aunque, a mi gusto, es normal pues esa es la manera en que conversamos los mexicanos. Es horrible ver a un robotito que te está diciendo cosas con sentimiento y que en el fondo las está leyendo. Las cosas que te salen de dentro no las puedes leer, tienen que salir de dentro y en el momento en que las expresas tienes que ser transparente con tus sentimientos y el teleprompter en ese sentido se vuelve un verdadero obstáculo. Ahora, cuando transmites simultáneamente por radio y televisión tienes un problema gravísimo porque tienes que encontrar el punto exacto en el que no eres redundante para los de tele que están viendo las imágenes, pero tampoco te quedas fuera de toda descripción para los de radio que si no les explicas el color, los motivos, el clima, la circunstancia, etcétera, les das un trabajo incompleto porque ellos no están viendo las imágenes y no están entendiendo las noticias. Encontrar ese punto medio es francamente difícil y yo siento que hay transmisiones simultáneas que, por un lado se van demasiado a la televisión y hay otras que se quedan demasiado en la radio y quienes estamos experimentando en este ejercicio de transmitir por las dos vías aun no encontramos el punto medio: hacemos cosas que son muy de radio y de pronto hacemos cosas que son muy de televisión. No hemos encontrado el punto medio, si es que existe, porque por algo son dos medios diferentes.

Para la gente de radio resulta muy ofensivo que no les expliques las cosas porque es como si estuvieran escuchando un monólogo sin sentido y creo que ahí todavía se tiene que trabajar muchísimo.

Más allá de las ventajas o desventajas que cada uno de los colaboradores encuentre en la simultaneidad de la transmisión, antes de tomar la determinación de tener una emisión con esas características los directivos de Panorama Detrás de la Noticia sabían a lo que se estaban enfrentando. Ricardo Rocha habla al respecto: *“El programa pasa simultáneamente por radio y televisión por lo que tiene un equipo de producción de radio y otro aparte de televisión, para que no pierda su dinámica de radio y no haya quejas de un cliente que se llama ACIR de que por estar haciendo televisión ya no estamos haciendo radio optamos por un esquema en el cual un equipo de televisión se cuelga, digamos que tiene derecho a espiar al equipo de radio, hay sus pequeños detalles y, por supuesto, una comunicación muy fluida pero esos ya son detalles. Diremos, a grandes rasgos, que tienen derecho a espiar a este equipo de radio para hacer su producción en televisión. Esto implica un esfuerzo adicional muy grande, una inversión que requirió el equipo de televisión. Para poder ilustrar estamos ahora en una primera etapa, va llegar el resto del equipo en esta semana o la otra lo cual implicará nuevos costos porque no es solamente la compra del equipo sino también camarógrafos, editores, productores, unidades para transportarse, etcétera. Todo esto es costo para la agencia. Lo que hace PCTV, que es en este caso el concesionario, es darnos un porcentaje de los ingresos que se obtengan por concepto de publicidad en los espacios realizados por Detrás de la Noticia.”*

Al preguntar a Ricardo Rocha si PCTV aceptó desde un principio que la transmisión por televisión fuera una adaptación o seguimiento de lo que había en radio esto fue lo que respondió: *“ Sí aceptaron. Desde el contrato está que, como el interés de ellos era por este segmento de la mañana, nuestro compromiso por un lado con ACIR era no dejar*

de hacer un programa de radio y con PCTV que el programa, a pesar de que estaba organizado originalmente con la dinámica de radio, iba a tener la suficiente ilustración, ahorita andamos en un sesenta por ciento de ilustración y estaremos en más en breve tiempo, con los suficientes apoyos visuales para que la gente que lo ve por televisión no vea un programa de radio que pasa por televisión. Eso también por ética en la agencia lo estamos haciendo.

A pesar de tratarse de un negocio, la agencia está dirigida por un periodista más que por un empresario, quien a pesar de ser licenciado en administración de empresas, tiene como prioridad el informar y el acreditarse por encima de lograr enormes y seguros ingresos. Lo anterior es importante entenderlo para comprender el porqué de algunas de las decisiones tomadas al interior de Detrás de la Noticia: *“ Nosotros ponemos toda la producción a nuestro riesgo y solventamos los gastos sin tener inicialmente ingresos. Aquí intervienen otros factores ya que a nosotros estratégicamente como agencia nos interesaba mucho estar en televisión antes de las elecciones del dos de julio. Por ello decidimos correr el riesgo de, aún sin saber cual iba a ser el resultado, hacer la inversión y empezar a salir en televisión para acreditar la agencia. Entramos apenas un mes antes de las elecciones justo a tiempo para empezar a acreditarnos frente a una nueva clientela televisiva. Muchos de ellos nos conocían por la televisión abierta pero no nos habían visto por los sistemas de cable como agencia independiente. El riesgo se corre esperando que, al igual que ocurre en radio, ya haya una acreditación, una presencia del programa, un posicionamiento del mismo y ya haya anunciantes que digan: yo destino mi presupuesto porque quiero estar anunciado dentro de este segmento. Esperamos que el año que entra sea ya más beneficioso para la empresa.*

Algo elemental es que la versión televisiva de Panorama Detrás de la Noticia implica un enorme reto en términos de producción debido a que no es una emisión libre por televisión, sino que está sujeta a la

transmisión de radio por lo que las ilustraciones, cortinillas y elementos de producción en general tienen que seguir el ritmo que va pautando la emisión radiofónica. Por ejemplo, las notas de los reporteros entran al aire vía telefónica, lo cual es muy apropiado para radio, pero para la televisión se optó por iniciar la nota con el conductor a cuadro dando pie al reportero, después el mismo conductor en una toma abierta en la que se inserta una fotografía del reportero que está al aire para más adelante pasar a imágenes que ilustran la información de la que está hablando. Cuando el reportero incluye un audio con, por ejemplo, alguna declaración, se debe tener a cuadro una imagen de la persona que realiza la declaración con un super que indique el nombre y cargo; ahora que, como las imágenes con que se ilustra no coinciden con el sonido que se escucha, la imagen debe congelarse mientras esté la persona hablando. En caso contrario veríamos a quien declara moviendo los labios diciendo una cosa mientras escuchamos otra.

Todo este problema no existiría en un noticiero solamente transmitido en televisión, puesto que se haría un enlace con el reportero en vivo desde el lugar de los hechos y todo sería coincidente. En caso de tratarse de una información captada con anterioridad, el enlace del reportero no es en vivo sino que es grabado, pero el proceso sería el mismo. Ahora, el problema de Panorama Detrás de la Noticia es que no existe una cámara para cada reportero, solo hay tres portátiles que captan imágenes de lo más importante. Todo aquello que puede cubrirse con material de stock no requiere del envío de un camarógrafo, simplemente se preparará la fotografía de quien se hable en la nota y se incluirá al momento que pase al aire.

Con respecto a la negociación comercial entre la agencia y PCTV habla el dirigente de la primera, Ricardo Rocha: *“ En términos muy similares a lo acordado con Grupo ACIR está la negociación con PCTV. Tenemos el entendido de que nosotros cargamos con todos los*

costos de producción de televisión con la libertad editorial en los contenidos y ellos ponen el canal. El pago se fija en base a un porcentaje de las ventas

3. Dos nuevos aliados.

Las novedades han sido constantes en el trabajo de la agencia. Ricardo Rocha comenta sobre dos nuevas iniciativas: *“Surgió la propuesta para hacer el suplemento en El Universal. Vi que podíamos encarar ese reto y lo llevamos al cabo; luego nos dimos cuenta de que era fundamental desarrollar nuestro propio intranet para tener una comunicación interna entre las diferentes áreas. Cuando llegó la propuesta de Starmedia, la analizamos y decidimos hace seis meses asociarnos para hacer nuestra página. Se requirieron tres o cuatro meses para el diseño del web site, pero creo que valió la pena; ahora nuestra responsabilidad es llenarlo con información de calidad.”*

3.1 Suplemento en el Universal.

Uno de los periódicos más serios y con mayor tiraje de México es El Universal. El gran diario de México ha sabido ganarse a lo largo de los años una buena reputación y es reconocido como un periódico objetivo y crítico, en contraste con las muchas publicaciones que tienen una clara tendencia oficialista.

La relación entre Detrás de la Noticia y El Universal está dada de manera natural al compartir muchos lineamientos de selección de información. Por otro lado, algunos editorialistas del diario son colaboradores del noticiero como Carlos Ramírez y Jorge Zepeda Patterson. Este último participa, además, como directivo del Universal. De él fue que surgió la propuesta de incluir el trabajo de investigación realizado para el programa de radio y televisión en el periódico de alguna manera. Se encontraron dos formas de hacerlo, una era a través de un suplemento en los domingos para los

suscriptores que incluiría lo más destacado en investigaciones, entrevistas y reportajes de la semana, así como las opiniones de los editorialistas de la agencia y una que otra novedad, es decir, información realizada especialmente para el suplemento. La segunda de las posibilidades de inclusión del trabajo de la agencia fue a través de una columna política publicada cada lunes en todos los ejemplares escrita por Ricardo Rocha. Esta columna coincide con la editorial que presenta Rocha en su programa cada lunes y en la que opina sobre lo más importante acontecido en los días recientes. Editoriales en el programa hay todos los días y aparecen a las siete y diez de la mañana después de un resumen general bajo el nombre de nota del día. Así pues, la nota del día del lunes en la emisión televisiva y radiofónica coincide con la columna publicada en el Universal el mismo día bajo la firma de Ricardo Rocha.

Para la realización de este trabajo se constituyó un nuevo equipo conformado por un redactor, un editor y un diseñador. El redactor se encuentra a diario en el estudio donde se realiza el noticiero durante su transmisión para transcribir las entrevistas que Ricardo Rocha le indica. Los otros trabajos que se incluyen son seleccionados por Rodolfo Guzmán que es el jefe editorial de Detrás de la Noticia junto con el mismo Ricardo Rocha.

Es este último quien habla sobre los lineamientos para el suplemento:

“ En el caso de impresos, de El Universal, opera el mismo sentido ético que aplicamos al resto de los medios. Si tu lo ves, no es un suplemento que sea la versión escrita de lo que hicimos durante la semana, ni siquiera se pasan las entrevistas tal cual se realizaron, es decir, hay un equipo especializado que piensa gráficamente, que está diseñando gráficamente y hay contenidos especialmente realizados para el suplemento. Hay ciertos elementos como, por ejemplo, un reportaje llamado el gran negocio de la caridad en el que los

documentos que obtuvimos se prestan perfectamente para plantearse gráficamente ahí. Damos también un manejo especial a los temas, hay muchos de ellos que no pasamos en radio como una sección de personalidades que hemos entrevistado a lo largo de muchos años en Para gente grande y otros programas y que se ponen ahí a manera de homenaje para las figuras entrevistadas. Esto no lo metemos en radio, son contenidos espaciales para la revista que pensamos que le puede dar ese equilibrio para que no contenga solamente problemas políticos sino que pueda tener otros aderezos. Se hace también una selección de lo mejor de las colaboraciones de nuestros editorialistas y hay una sección de lo que opinan ellos sobre diferentes asuntos. El tratamiento es siempre distinto. A veces, hemos llegado a manejar material que no manejábamos como tal durante la semana sino que surgen pensado especialmente para la revista, así como colaboraciones de nuestros reporteros destinadas solo a la publicación gráfica. Un texto que nunca apareció ni en radio ni en televisión y sí en la revista fue el recuento de los secuestros en Morelos y en Guerrero, pero al presentar el tema en el suplemento usamos alguna de las entrevistas que hemos tenido en la semana. La ética de la empresa es esa, que no podemos pensar que somos todólogos y que somos tan buenos que una sola producción nos de para todos. Cada equipo se enfoca en el lenguaje del medio que es su especialidad y hace la traducción del esfuerzo central de toda la agencia para cada uno de los lenguajes.

Con respecto al acuerdo comercial entre la agencia y el diario, Ricardo Rocha dice:

En lo que hace a los ingresos, El Universal hace el esfuerzo por vender esos anuncios y de ahí deriva un porcentaje de utilidades en función de costos de producción de uno y de otro. Es similar al que tenemos con otros medios, El universal nos da todo lo que es el papel y nos inserta en sus suscriptores. Nos pidieron al principio que los ayudáramos puesto que realizaron una investigación de mercado y vieron que había una apetencia por este producto y determinaron que

si había un interés de los lectores por recibir un suplemento con el nombre Detrás de la Noticia con tales y cuales características. Se decidió, entonces, que El Universal aportara todo lo que es la parte de papel, impresión, etcétera y nosotros aportáramos toda la parte del contenido con un compromiso ético de destinar un equipo de gente que se dedica especialmente, tanto a la parte del diseño, como a la elaboración de los contenidos que lleva el suplemento. Las ganancias de la agencia son porcentuales en función de los anuncios que lleva el suplemento.

Además del suplemento que aparece los domingos para los suscriptores se mencionaba que cada lunes y a partir del mismo acuerdo del que se desprendió el suplemento se publica una columna de Ricardo Rocha en todos los diarios. En relación a esta columna esto es lo que Rocha comentó:

Eso es totalmente independiente, es una cosa que se determinó porque querían que hubiera algo especial para el periódico. En el caso del suplemento nos pidieron que primero ayudáramos a incentivar el número de suscriptores del Universal que son 34,000, o eran esa cifra cuando empezamos. Ahora esperamos que esa cifra se haya incrementado un poquito, o un "muchito", en función del gancho del suplemento. Sale solamente para suscriptores, probablemente más adelante salga en todo el periódico normal que se vende en la calle. Pero ya el salir para los suscriptores es muy atractivo para nosotros porque estás hablando de 34,000 números que superan el tiraje de muchas de revistas de nuestro país.

Hasta el momento el resultado de los impresos ha sido muy favorable. Es bien sabido que de todos los medios de comunicación es la prensa la que pudiere generar más interés entre los miembros del gremio periodístico y de la política, probablemente por su permanencia o por la facilidad de su consulta. Lo importante es que las publicaciones se han convertido en una ventana muy importante para la agencia y han tenido un muy buen recibimiento de parte de los

lectores. Los directivos de El Universal están complacidos con estos resultados y se empieza a hablar de la posibilidad de incluir el suplemento en todos los diarios tirados en domingo.

3.2 Ingreso a la red con Starmedia

El más reciente medio de comunicación es el internet, que ha venido a modificar de manera sustantiva el trabajo del resto de los medios y ha acercado a todos los individuos a una mayor pluralidad en la información. El primer informativo radiofónico que ingresó a la red fue Monitor el 6 de julio de 1997.

La red no está aún suficientemente regulada y hasta el momento no se han dado grandes monopolios como sucede en otros medios por lo que la competencia resulta muy interesante y se abren posibilidades para emprendedores que, con menos recursos e influencias de los que requiere otros medios electrónicos, tienen una ventana para abastecer de información a otros sectores de la población.

Starmedia es una empresa de las consideradas pioneras en México en lo que se refiere a internet. Esta operada, como sucede con muchos de los sitios en el mundo, desde los Estados Unidos, específicamente desde Nueva York. Está destinada a usuarios de toda Latinoamérica por lo que maneja dos idiomas: portugués y español. Starmedia tiene oficinas en México y es con los trabajadores de esta sede que se realiza el trabajo en conjunto con Detrás de la Noticia.

Los tiempos para todos los portales de internet empiezan a ser difíciles en estos días, tras el boom que significaron durante su lanzamiento en el que se hicieron ricos los primeros visionarios que ingresaron al negocio con poca inversión pero con gran ventaja con respecto a sus competidores debido a que supieron adelantarse. Son muchos los analistas que han previsto que el 2000 sería un año de

pérdidas para muchos portales que podrían incluso llevarlos a la quiebra.

Ante este panorama de difícil sobrevivencia, Starmedia ha cumplido con las previsiones de los analistas y ha sufrido importantes pérdidas. De acuerdo al periódico El Financiero publicado el 9 de marzo del 2000, Starmedia Network registró pérdidas por 44 millones de dólares en el segundo trimestre del año. Estas cifras de pérdida resultaron superiores a las del mismo periodo pero de 1999 en que llegaron a 22.1 millones de dólares. A pesar de este aumento resultaron ser menores a lo que habían pronosticado los estudiosos de la materia.

En contraste con estos datos se tiene que los ingresos subieron de 3.9 millones de dólares en el segundo trimestre de 1999 a 13.8 millones en el mismo periodo pero del año 2000. Esto implica un aumento en el ingreso de 225 por ciento entre dos periodos a un año de diferencia. Acortando esa distancia, del primero al segundo trimestre del 2000 el aumento en los ingresos representó un 37 por ciento. Esto último deja ver que la empresa ha generado ingresos de manera creciente aunque tenga gastos que la siguen teniendo en el nivel de pérdidas.

Lo importante en este caso y que va más allá de la situación financiera de Starmedia es el aumento o no del número de usuarios a partir de la incorporación de Detrás de la Noticia al portal. De ello debe resaltarse que Starmedia contó en el mes de junio del 2000 con 12 millones de visitantes exclusivos durante junio pasado, lo que representa la mayor audiencia en línea en el mundo de habla hispana y portuguesa para un mes.

Esta importante alza en los usuarios coincide con los últimos días de campaña antes de las elecciones del dos de julio, en los que a través de internet la gente tuvo la posibilidad de entrevistar a cada uno de los candidatos quienes se encontraban en el estudio de Panorama Detrás de la Noticia.

Con respecto al acuerdo comercial con Starmedia Ricardo Rocha comenta: *Manejamos con ellos esquemas similares a lo que hacemos con los otros medios. Vamos a porcentajes de las ventas de publicidad que se generen. El problema central era que entendieran el concepto de la agencia, como no era fácil comprenderlo, decidimos ir a porcentajes en algo que llaman en Estados Unidos joint venture, donde tu aportas una cosa y yo apporto otra y determinamos un porcentaje. En este caso ellos aportan el sitio en internet, la difusión del mismo y el prestigio con el que ya cuenta y nosotros aportamos información, tanto generada para otros medios como generada especialmente para la red y su lenguaje. Hay un aspecto muy importante, nosotros por ética hemos decidido que la página en internet no es un refrito del programa que estamos transmitiendo en radio. Tenemos un equipo especializado de gente muy joven que todo el tiempo está pensando en internet y el lenguaje de internet. No es, entonces, una transcripción de lo que pasa en radio, pero si consultando la página se puede escuchar el programa idéntico en real audio. Esto no se puede hacer diariamente, lo hicimos durante las elecciones del 2 de julio y la idea es que, en cuanto se resuelvan los últimos detalles técnicos, estemos ya permanentemente. Por lo pronto, la idea de la página es que tenga un lenguaje de internet y se estén seleccionando las notas con criterio de internet y se redacten desde esa misma perspectiva. Starmedia pone la tecnología y nosotros estamos poniendo los contenidos.*

Para tener acceso a los contenidos de Detrás de la Noticia en Starmedia hay que acceder en internet la dirección www.starmedia.com y hacer click en el ícono de México (anexo K), de ahí se selecciona Ricardo Rocha y aparece la página de la agencia (anexo L). Cualquier figura en la que se haga click presentará los contenidos que indica, por ejemplo, el editorial de la semana que se lee los lunes al aire y se publica en el periódico El Universal. (anexo

M). La audiencia solfa pedir continuamente una transcripción de dicho editorial por lo que se decidió incluirlo en la página web.

4. Otros en el intento

Los noticiarios transmitidos a través de medios electrónicos surgieron casi con el nacimiento de los medios mismos. En los Estados Unidos hubo programas informativos desde los años 20. Los procesos electorales eran un importante motivo para producir este tipo de programas, pero las guerras mundiales de la primer mitad de este siglo provocaron que la información tuviera un papel preponderante en la radio.

El primer noticiario en México data también de los años 20. Constantino de Tárnava se convirtió en pionero de este género al leer ante el micrófono de manera textual la información del periódico El Porvenir para la audiencia de Monterrey. En la Ciudad de México el primer noticiario radiofónico corrió a cargo de Felix Fulgencio Palavicini. Su nombre fue Radio Mundial e inició transmisiones en 1930. Ese mismo año surgieron el Noticiario Carta Blanca y otro auspiciado por el diario Excelsior.

Los primeros años para los noticiarios implicaron dificultades para sus realizadores. Se enfrentaban a carencias técnicas y tenían problemas con sus fuentes de información. Los periódicos estaban celosos de la competencia y colaboraban poco para hacer el trabajo más fácil. Excepto, lógicamente, en los casos en que el diario era el dueño del noticiario.

Fue con la Segunda Guerra Mundial que los periódicos mexicanos no pudieron ya competir contra la rapidez de la información radiofónica. La urgencia de estar enterado inmediatamente de cada acontecimiento colocó a la radio en un primer plano. Pero este protagonismo le duraría poco. En la década de los 50 nació la televisión y con ello la radio tuvo que conformarse con un papel secundario en la difusión de información.

Fue hasta la década de los 80 que la radio resurgió con gran fuerza debido a diversos fenómenos. Técnicamente, a partir de aquellos años tuvieron las estaciones de Frecuencia Modulada un boom, por lo que la calidad del audio y la recepción eran mejores. Socialmente, el temblor de 1985 demostró lo flexible que es la radio para informar de manera rápida sobre acontecimientos imprevistos. No hay que trasladarse al lugar de los hechos con una cámara y miles de cables como en la televisión. Tampoco hay que esperar al día siguiente para estar enterado como en los periódicos. Solo la radio puede cumplir con esa función durante momentos tan difíciles. Finalmente, la radio informativa retomó mucha de su importancia debido a razones políticas gracias a su pluralidad. En radio las opciones son muy variadas y la comunicación es más abierta. Escapa a los controles que padece la televisión. En este último medio los canales son menos y los intereses de los dueños de dichos medios son más, por lo que la apertura en la información es dudosa. Entre las semejanzas que tiene la televisión de hoy con aquella de los 50 se encuentra "la persistencia del proyecto privado televisivo, que al igual que en el ayer, busca hoy hacer de la pantalla chica un rubro ante todo lucrativo e influyente en lo político."¹⁶ Procesos electorales tan polémicos como los que México ha tenido desde 1988 a la fecha requieren de medios de difusión que estén abiertos a todas las propuestas políticas. Esto la radio lo logró antes y mejor que la televisión.

Al frente de los noticiarios suele haber un nombre conocido, un conductor que es considerado líder de opinión, y en esta persona puede estar la clave para ganar o perder preferencias. Es por ello que las radiodifusoras les pagan sueldos muy altos a sus periodistas titulares. Un ejemplo es la contratación de Raúl Peimbert de parte de Multivisión. Este conductor firmó un contrato por cinco años de 2.5 millones de dólares más prestaciones especiales. Expertos calculan

¹⁶ Alva, Alma Rosa. La Televisión del 2000 en su cincuentenario. Revista Mexicana de Comunicación. Año 13. Número 68. Marzo-abril 2001. México.

que los sueldos de estas personas van desde 60,000 hasta 800,000 pesos mensuales.

Los noticiarios que encabezan las preferencias de acuerdo a los reportado por IBOPE correspondiente al año 2000 son los conducidos por los siguientes periodistas:

José Gutiérrez Vivó, con un rating de 20.54

Ricardo Rocha, con 11.54

Oscar Mario Beteta, con 9.98

Eduardo Ruiz Healy, con 7.57

Pedro Ferriz de Con, con 6.02

Si se atiende a los esfuerzos informativos transmitidos de manera simultánea por radio y televisión el primero en aparecer en México fue 24 Horas, un noticiario de Televisa producido para la televisión y que tenía como una salida extra la radio. En la televisión era el referente principal en cuanto a información pues alcanzaba niveles de audiencia muy por encima de cualquier otra propuesta. Cabe mencionar que las alternativas eran mínimas, por lo que no se enfrentaba a una real competencia. Su transmisión a través de la XEQ y XEW no corrió con la misma suerte. Muy pocos la seguían y, sin embargo, se continuaba transmitiendo dado que no representaba costo alguno para la empresa. En cuanto a las ganancias generadas por 24 Horas en radio es imposible tener un estimado puesto que contaba con los mismos anuncios comerciales que la señal televisiva. Las ventas se hacían en paquete. Los anunciantes compraban espacios en ambos medios en lo que a la fecha se llama el "plan francés". Este tipo de esquemas hicieron de la radio un medio residual que no generaba beneficios económicos para Televisa pues era ofrecido a manera de bono o "pilón" para los interesados en espacios de televisión.

Otra experiencia representativa de la simultaneidad en la transmisión es aquella que se dio en MVS, un grupo de medios que cuenta tanto con emisoras de radio en casi todo el territorio nacional como con un sistema de televisión por cable en el que algunos de los canales cuentan con programación producida por la misma empresa. En este caso el proceso fue el inverso ya que el noticiario radiofónico era el programa estelar del grupo y el que mayor ganancias le generaba. El éxito en el radio los llevó a ampliar su señal a la televisión restringida. El informativo "Para Empezar" difundido por Stereo Rey en radio podía verse simultáneamente en el canal MAS de Multivisión. La producción para televisión se limitó a meter las cámaras a la cabina de radio y transmitir tal cual lo que ahí dentro sucedía. Aunque podría criticarse la pobreza en cuanto a imágenes, la audiencia aceptó la propuesta puesto que tuvo siempre claro que se trataba de un programa radiofónico en el que la televisión era solo una invitada. De hecho, el tener la oportunidad de ver lo que sucede en una cabina de radio satisfizo una curiosidad del radioescucha, lo convirtió en cómplice en esta travesura de romper los esquemas de la televisión donde el maquillaje y el peinado son elementos indispensables. Al contrario del ejemplo anterior, la televisión era en este caso un medio secundario que generaba pocas o nulas ganancias y se limitaba a apoyar y fortalecer a la señal más rentable para el grupo de medios que era, y sigue siendo, la radio.

Esta claro que las experiencias apenas mencionadas coinciden en que se llegó a la simultaneidad de manera casual, ampliando la señal a un segundo medio como resultado del éxito del primero. En ninguno de estos ejemplos se da un esfuerzo por responder a las expectativas de ambos medios sino que el medio invitado se adecua a lo que el medio estelar puede brindarle. No sucede lo mismo con Detrás de la Noticia en donde se intenta cumplir, en la medida de lo posible, con las necesidades de lenguaje y producción de la radio y la televisión.

4.1 Principales noticiarios en competencia con Detrás de la Noticia.

Ricardo Rocha, al describir la producción requerida para realizar un noticiario transmitido simultáneamente en radio y televisión, deja ver que en Panorama Detrás de la Noticia hay un equipo encargado de cada uno de los medios y que, si bien la radio va dando la pauta y tiene prioridad, el programa en televisión tiene la suficiente ilustración como para ser atractivo. Esto mismo no sucede con el resto de los programas informativos que se transmiten al mismo tiempo por ambos medios: *Nuestra competencia no lo está haciendo así, tenemos dos emisiones compitiendo que están pasando un programa de radio por televisión donde ves a los conductores todo el tiempo en una cabina. Nosotros ya estamos proporcionando un porcentaje importante de apoyo visual, el cual irá incrementándose en la medida de que vayamos viendo resultados y que eso nos permita comprar mañana servicios a determinadas entidades internacionales que nos proporcionen la imagen y el material que necesitemos para ilustrar lo mejor posible cada segmento*

La difusión de información es una herramienta de poder muy importante y tentadora por lo que prácticamente todos los grupos de radio y televisión de nuestro país cuentan con emisiones informativas. La competencia para abarcar el rating es muy fuerte, sobretodo en radio, donde la audiencia está repartida entre un gran número de emisoras. “De lunes a viernes por ambas bandas se transmiten 80 espacios noticiosos con tiempo mínimo de media hora a los que hay que incluirles las cápsulas informativas y los espacios sabatinos y dominicales. La información matutina entre semana cuenta con 21 noticiarios. Existe también una emisora dedicada a las noticias las 24 horas: Fornato 21. De los 80 espacios noticiosos de, por lo menos, media hora, 55 se encuentran en la banda de Amplitud Modulada, mientras que Frecuencia Modulada tiene 25.”¹⁷

¹⁷ Gómez López, Alberto. Acontecimientos sociales, avances técnicos y noticiosos en los programas radiofónicos matutinos en el Valle de México. México, 2000. FCPyS. UNAM.

No es el objetivo de esta investigación analizar todos y cada uno de los noticiarios producidos en México, pero si es de interés el contrastar algunos esfuerzos informativos con Panorama Detrás de la Noticia para tener una idea de la aceptación que tiene entre el auditorio una transmisión realizada simultáneamente en dos medios. Con este fin se tomarán como referencia los noticiarios que comparten la característica de la simultaneidad y , además, la emisión informativa radiofónica con más audiencia de la capital.

4.1.1 Grupo Imagen

Uno de los primeros noticiarios en transmitir de manera simultánea en radio y televisión es el encabezado por Pedro Ferriz de Con. Este comunicador logró conformar un buen equipo de reporteros y conductores durante los muchos años que colaboró en Multivisión, donde inició transmisiones del noticiario Para Empezar el 5 de enero de 1987. Al conductor del segmento de la mañana se unieron Carmen Aristegui al mediodía y Javier Solórzano por la tarde. Los programas de los tres se transmitieron con éxito a través de Stereo Rey en el 102.5 de FM en el Distrito Federal, en varias emisoras del grupo MVS a lo largo de toda la república y en el canal MÁS del sistema de cable de Multivisión.

Los ingresos generados por el noticiario de la mañana se convirtieron en el más importante ingreso para MVS, llegando a significar hasta el 70% de los ganancias de la empresa. Esto significó cada vez más ingresos para Pedro Ferriz de Con quien, contando ya con la capacidad económica para emprender su propio proyecto, dejó MVS a finales de 1999 junto con gran parte de su equipo de colaboradores. Se asoció con Javier Solórzano, Carmen Aristegui y otros inversionistas para conformar la empresa Administración de Contenidos

Esta nueva emisora sería Imagen en el 90.5 de FM, la cual antes de este cambio se llamaba Pulsar FM y tenía el perfil de música pop. A ella se unieron Fernanda Familiar, también excolaboradora de MVS, con un programa de revista a las doce del día, así como un segmento deportivo después del noticiero de Carmen Aristegui. La estación tiene la ventaja de que todos sus conductores se caracterizan por manejar un lenguaje coloquial que hace ligera la emisión y particularmente atractiva para los jóvenes. El competidor directo con Ricardo Rocha en Panorama Detrás de la Noticia es el segmento de la mañana. En este caso es, como se adelantaba, encabezado por Pedro Ferriz de Con. Su emisión tiene un rating considerable pero en realidad está lejos aun de alcanzar al del noticiero de Rocha, aunque, debe tomarse en cuenta que apenas iniciaron transmisiones en la nueva frecuencia a principios de este año y que su crecimiento en provincia se está dando de forma muy paulatina.

En televisión se transmite todo lo producido para radio a través del canal 108 de Sky. En realidad, en este medio no significa una importante competencia para Detrás de la Noticia debido a que el sistema de Sky no tiene aun un importante número de suscriptores y seguramente no lo tendrá por mucho tiempo porque resulta muy caro para la gran mayoría de la población. Por otro lado, la producción del programa de televisión es muy pobre. Se limitan a tener una cámara fija dentro de la cabina de radio y a meter imágenes congeladas de un micrófono cuando está al aire un reportero o una entrevista.

4.1.2 Multivisión

Otro esfuerzo más es el que realiza actualmente MVS tras la salida de sus principales periodistas. Después de realizar diferentes intentos y de cambiar de horario una y otra vez a los nuevos comunicadores que ingresaron, los noticieros quedaron conformados como sigue: en la mañana conduce Raúl Peimbert, a medio día Jorge Fernández Menéndez y en la tarde Guillermo Ortega con una emisión no sólo

informativa sino con un formato de revista. A pesar de los esfuerzos de los directivos de MVS por conformar el equipo adecuado no han logrado los niveles de audiencia esperados. Raúl Peimbert, quien sería el competidor directo de Ricardo Rocha, tiene la desventaja de haber transcurrido los últimos años en Miami, Florida y estar, por lo tanto, algo desconectado en cuanto a información nacional. Desde luego, hay que tomar en cuenta que iniciaron apenas este año y en el contexto urgente de suplir a un equipo que tenía varios años de trabajar en conjunto. La radio es un medio al que mucha gente atiende por costumbre y las nuevas propuestas toman tiempo en funcionar.

Este noticiario se transmite en televisión a través del canal Más de Multivisión. Este sistema tiene suscriptores en toda la república pero no llega a tener la penetración de PCTV. Por otro lado, la producción de televisión maneja un esquema muy similar al de grupo Imagen: hay una cámara fija en el estudio e imágenes congeladas de los reporteros o los entrevistados. Si acaso llega a ser un poco más dinámica porque transmite información continua a través de supers de los movimientos financieros y los cierres de las bolsas a nivel internacional.

4.1.3 Monitor

Esta otra emisión informativa, si bien no es transmitida por dos medios de manera simultánea, su difusión en radio tiene un gran éxito entre los habitantes de la capital mexicana. Se transmite únicamente a través de la radio, en ello concentra sus esfuerzos y eso se refleja en los resultados que logra en la audiencia.

Monitor tiene años colocado en el primer lugar de rating de los noticiarios radiofónicos del Distrito Federal. Esto no se debe solamente a que se concentre en un solo medio pues otras emisiones comparten esta característica y no están en primer lugar ni se acercan siquiera. Influye en su éxito el que es un programa pensado para ser

difundido en la Ciudad de México y no a nivel nacional por lo que cuenta con servicios metropolitanos importantes como constantes reportes viales gracias a una importante cobertura de toda la ciudad. Para ello cuenta con un equipo de más de 400 personas, decenas de vehículos y dos helicópteros. Mucha de su información es referente al Distrito Federal, por ello las estaciones que la difunden en otras partes de la República no han podido cosechar los triunfos que tiene en la primer ciudad del país. Por otro lado, a diferencia de su competencia, tiene muchos años bajo la misma frecuencia y bajo la misma conducción por lo que ha acumulado audiencia fiel a lo largo del tiempo. Monitor se ha transmitido de manera ininterrumpida desde el 2 de septiembre de 1974.

Un aspecto más que no se puede dejar de lado es la persona encargada de la conducción que es determinante al momento de escoger una u otra opción. El conductor es generalmente también el director editorial, por lo que su perfil periodístico se ve reflejado en todo el noticiario. Monitor es conducido por José Gutiérrez Vivo en su emisión matutina, quien es además dueño del concepto y produce los espacios informativos para Grupo Radio Centro. En el medio día y la tarde conducen Martín Espinosa y Enrique Muñoz. Los tres noticiarios se transmiten en el 1110 de AM y el 88.1 de FM en la Ciudad de México.

4.2 Comparativo de audiencia.

El rating o número de audiencia es un elemento importante para medir la propia evolución y la situación con respecto a la competencia, pero sobretodo, representa una gran presión porque es en base a estas cifras que se cotizará el programa para la venta de espacios publicitarios. La medición de la audiencia en México presenta aún importantes carencias y errores debido a malos manejos y poca capacidad técnica. A pesar de ello, las listas publicadas por

instituciones como INRA e IBOPE servirán como referencia para observar importantes elementos.

Las listas de rating proporcionadas por IBOPE correspondientes a los meses de septiembre, octubre y noviembre de 1999, los primeros meses en que Panorama Detrás de la Noticia estuvo al aire, demuestran que hubo modificaciones en la audiencia tras el ingreso de Ricardo Rocha y el equipo de colaboradores a la emisión. Las cifras son positivas, tanto en AM donde Radio ACIR ascendió del lugar 22 al 19 en cuestión de dos meses, como en FM, donde Azul 89 presentaba en septiembre de las 6 a las 10 de la mañana un rating de 0.03, 0.12, 0.18 y 0.21 y llegó en noviembre a 0.08, 0.15, 0.23 y 0.28. Subir unas cuantas décimas en rating es sumamente difícil, más aun en un lapso tan corto y en un programa de corte informativo.

De acuerdo a las listas de International Research Mexico de los meses de abril y mayo Panorama Detrás de la Noticia se encuentra por encima de Imagen y Stereo Rey, las otras dos estaciones que transmiten simultáneamente para radio y televisión. Azul 89 marca de las 6 a las 10 horas que dura el noticiario matutino 0.16, 0.38, 0.54 y 0.60, mientras que Imagen tiene 0.12, 0.37, 0.36 y 0.33 y Stereo Rey llega a 0.01, 0.05, 0.06 y 0.05. El único informativo con mayor rating que Detrás de la Noticia en FM es Monitor en Radio Red con 0.74, 1.03, 1.13 y 1.05.

Al mes siguiente hay un aumento en la audiencia de todos los noticieros seguramente debido a la cercanía de las elecciones y el consecuente interés de la gente de estar informado. Sin embargo los lugares en la preferencia permanecieron de la misma manera: Radio Red 0.89, 1.35, 1.41 y 1.20; Azul 89 0.27, 0.50, 0.61 y 0.56; Imagen 0.08, 0.27, 0.32 y 0.30 y, finalmente, muy por debajo Stereo Rey con 0.04, 0.07, 0.14 y 0.13.

Los listados de audiencia mencionados arriba son presentados en el anexo N.

Los lugares de rating varían cuando son considerados únicamente los radioescuchas en automóviles. La razón obvia es que la gente que viaja en automóvil pertenece a sectores identificables que tienen, generalmente, un interés diferente. Para las emisiones informativas los escuchas de automóviles son muy importantes. El 94% de la gente que viaja a su trabajo en su auto lo hace escuchando la radio. Lo hacen un tiempo promedio de poco más de una hora al día. "Las noticias marcaron el resurgimiento de la radio. Es un género más rentable que la música, pues sus oyentes por lo regular son de niveles socioeconómicos más altos. Incluso las dificultades viales le favorecen: el tiempo de traslado de los automovilistas a su trabajo pertenece casi por completo a los noticiarios."¹⁸ Otro grupo de audiencia importante es el que representan quienes escuchan el radio en su trabajo. El 56% de las personas que trabajan tienen posibilidad de escuchar el radio en su empleo, del cual el 93% lo hace.

La publicación de rating más reciente al momento de la terminación de esta investigación pertenece a INRA y es del mes de junio (salida a finales de julio). Hay en ella pocas modificaciones con respecto a lo que ya se destacó con anterioridad.

4.3 Más allá del rating

Dejando de lado si se crean o no deficiencias técnicas debido a la transmisión simultánea, si Detrás de la Noticia puede llegar a competir como agencia con las grandes transnacionales que dominan el panorama, si es o no el noticiario con mayor rating, lo que es un hecho es que dentro del equipo de trabajo existe la convicción de que debe decirse la verdad. De hecho, para Ricardo Rocha las cifras de

¹⁸ Revista Expansión. P.108

audiencia no son lo más importante: *“Yo no estoy en este oficio para sobresalir. No me obsesiona el rating. Cuando salí de televisa supe que tendría la oportunidad de probar todo lo que había dicho en los encuentros con los estudiantes, en el sentido de que no estoy en la tele por salir ahí, sino porque descubrí que tenía ciertas aptitudes y una vocación para ejercer el periodismo y procuro hacerlo de la mejor manera posible. Por otro lado, el rating solamente me afecta por el hecho de que es un referente, por eso hay que cuidarlo, influye en los resultados económicos de la agencia y permite una garantía de sobrevivencia a nuestro proyecto; pero lo que hacemos en la agencia no lo hacemos por el rating, eso es consecuencia de nuestro ejercicio.”*

El propio Ricardo Rocha asegura que en su empresa la noticia se aborda sin prejuicios: *“Cuando salimos a hacer un reportaje, no vamos a descubrir nuestra verdad, vamos a descubrir la verdad. Esto ha causado irritación en algunos hombres y mujeres del poder, pero eso ya no es asunto nuestro. Lo importante es presentar la información mediante una investigación que vaya sustentada con todos los argumentos necesarios. Considero que tenemos el derecho y la responsabilidad de ser un medio entre el ejercicio del poder y el público. En ese sentido no podemos dar pasos atrás, ha costado mucho, incluso sangre de periodistas, avanzar hacia una libertad de información: lo cual no quiere decir que admitamos el libertinaje y la irresponsabilidad. A nosotros nos interesa coadyuvar en la rendición de cuentas; es una obligación que ellos tienen.”*

Al hablar de los criterios es que se basa para jerarquizar la información deja ver parte de los lineamientos recomendados a todo el equipo desde el punto de vista ético: *“No se si para bien o para mal, pero la información es un trabajo evidentemente humano, es un asunto de criterio, de ética, de sensibilidad y desgarramiento. Yo siempre vivo con la preocupación de que nunca estoy seguro si lo que hago está bien o mal. Con base en todos estos valores jerarquizamos*

la información . También en relación con la experiencia adquirida durante tantos años y, porqué no, en la reacción que vamos teniendo con el público porque tenemos una comunicación permanente y constante con él. El periodismo va hacia una etapa de mucha madurez. Hay que reconocer que se han cometido excesos en este ejercicio de libertad. De pronto se manchan honras sin prueba alguna. Pero creo que nos estamos encaminando a una etapa donde podemos seguir ejerciendo la libertad y la crítica con todo el valor y la pasión que se pueda, pero también con toda la responsabilidad que nos impone el periodismo”

De la relación entre medios de información y poder opina así: “El contacto con el poder es muy delicado porque, por un lado se tiene la obligación de conocer de cerca la forma en que se comportan o piensan quienes toman grandes decisiones, pero por el otro, la mezcla con el poder puede resultar muy riesgosa. Es como si fueran dos elementos que pueden estar cercanos pero no mezclados, es de los aspectos más delicados, contrastantes y antipáticos del periodista. Mezclarse con las tripas del poder y tomar posicionamientos políticos puede ocasionar amistades mal entendidas; a mi me pasó. En alguna ocasión conocí a un subsecretario bajo otras circunstancias, incluso cuando todavía no ocupaba este puesto. El día que lo entrevisté le planteé dos o tres preguntas difíciles, nada del otro mundo, él las contestó bastante bien, pero después me dijo que nunca pensó que yo fuera a traicionar nuestra amistad. Eso da una idea de que lo hombres del poder tienen la piel muy gruesa para tomar decisiones, pero tienen la piel muy delgada para asumir cuestionamientos importantes a su ejercicio. Debe uno tener mucha habilidad para no comprometerse en función de afectos o amistades .”

¿Cuál es su búsqueda como periodista? Mi sueño es consolidar Detrás de la Noticia como un referente válido para mis propios pares, que los medios de comunicación confíen en nosotros como una fuente de

información creíble, que pasado el tiempo se pueda decir, si lo dijo DDN, es cierto. Ese es el propósito.

Al principio fue muy difícil que entendieran y aceptaran el concepto de la agencia, de hecho, tuvimos que decirle no a varias de estas ofertas que no lo querían así, porque la mayoría de los concesionarios tiene su centro de noticias y, además, por una razón estratégica fundamental: para los concesionarios las noticias son un punto de vínculo con el poder político, te estoy hablando de hace un año, y es muy difícil que acepten que otras personas manejen estos criterios, generalmente esto se usa en una relación de equilibrio de fuerzas y de poder entre concesionario y gobierno, te presiono para que me des o hablo bien de ti para que me renueves la concesión. El régimen de concesiones que hay en México ha creado una serie de relaciones perversas entre concesionarios y el poder ejecutivo que hasta ahora es el que da las concesiones, por eso es interesante que se discuta qué debe hacerse en este campo, si hay un ombudsman o una especie de IFE o un organismo del propio congreso que se ocupe del tema de las concesiones. Es importante señalarlo como uno de los temas pendientes para que tengamos una comunicación plena, abierta, diversa, con muchos organismos independientes que puedan proporcionar la información.

CONCLUSIONES

La viabilidad de transmitir un noticiero de manera simultánea a través de la radio y la televisión queda demostrada, más que por este trabajo, por la existencia misma de algunos informativos que así operan. El adentrarse en el trabajo de uno de estos programas permite conocer con mejor claridad el proceso de una producción simultánea y concluir si se logra un producto de calidad o no.

A lo largo de esta investigación surgieron muestras de las desventajas que implica una transmisión de este tipo. Una de las más importantes es que se desatiende a la audiencia de uno u otro medio puesto que, por ejemplo, el conductor hace referencia a algún elemento visual ofendiendo a la audiencia radiofónica que no cuenta con la referencia televisiva, o bien, se dirige a los radioescuchas dejando de lado a los televidentes. Estos errores del encargado de la conducción pueden ser cuidados y el problema desaparece, pero lo que no se resuelve tan fácil es cuando se desatiende a la audiencia de radio al omitir algunas descripciones por que ya se cuenta con la imagen. En este caso el apoyo del personal de redacción es esencial. Ellos deben indicar en el guión al conductor la necesidad de describir o no.

Técnicamente no es óptimo el manejo de la simultaneidad para dos medios que tienen necesidades de producción diferentes e incluso lenguajes diferentes, de hecho, la producción en un programa de este tipo suele ser muy complicada. Los ritmos en radio y televisión no son iguales ni la duración de las emisiones. Basta pensar en la duración que suelen tener los informativos matutinos en uno y otro medio. En televisión duran aproximadamente dos horas mientras que en radio suelen durar cuatro. El extender desde las 6 hasta las 10 de la mañana el noticiero en televisión lo hace cansado. Los estudios muestran que es una minoría de la audiencia quien lo sigue completo por televisión. En cambio, atender una emisión de radio durante

cuatro horas es más usual debido a que la gente suele realizar otras actividades al mismo tiempo.

Una desventaja más es que al realizar una transmisión simultáneamente por radio y televisión no puede establecerse un público objetivo claro pues nunca será la misma gente quien tiende a sintonizar la radio en un cierto horario en vez de la televisión, generalmente sus actividades determinan que atienda a un medio o al otro, pero transmitir por ambos no permite al emisor tener claro a quien le está hablando. Este desconocimiento de la audiencia cautiva no permite que se de un acercamiento o identificación suficientes entre el conductor y el público. Esta última desventaja puede incluso ir mas allá de ser un problema para el conductor y el productor del programa puesto que llega a implicar una dificultad para la gente encargada de vender los espacios publicitarios ya que no puede definir con claridad al público objetivo, información que es de gran importancia para los compradores.

Sin embargo, no todo es negativo en la simultaneidad. El proveer a dos medios del mismo material tiene importantes ventajas. En términos de gastos, que para una empresa pequeña es un factor importante, significa un ahorro considerable. Los reporteros, conductores y redactores emplean el mismo tiempo y dinero tanto para realizar su trabajo sólo para radio como para realizarlo para ambos medios. El equipo de trabajo está duplicado únicamente en el área de producción. Resulta una lástima que un aspecto como la rentabilidad sea determinante para la sobrevivencia de un esfuerzo informativo pero la realidad en México es esa. Para nadie es un secreto que las ganancias son un factor que suele estar muy por encima de la calidad, ya sea técnica o de contenidos.

Otra ventaja de la transmisión simultánea es que diferentes medios significan diferentes tipos de audiencia. Esto se presentó apenas como una desventaja pues se desconoce al público objetivo, pero es también

positivo ya que se enriquece la audiencia y se abren las posibilidades para la emisión. Algo que agrada a la audiencia es que pueden empezar a seguir la emisión a través de la televisión muy temprano mientras se preparan para sus actividades en casa y luego continuar en el auto o en su trabajo a través de la radio, por lo que tener salida por ambos medios en ampliar las posibilidades para el público cautivo.

La experiencia de otros programas radiofónicos transmitidos de manera simultánea por radio y televisión que lograron mayor éxito, permanencia y penetración en la audiencia demuestra también que es acertado tener a uno de los medios como prioridad y convertir al otro en una posibilidad alternativa de explorar al primero. La señal residual puede adquirir un sentido y lograr un cierto éxito al presentarse como una ventana crítica para la señal prioritaria.

Finalmente, mientras más opciones haya para captar audiencia mejor. Más medios son mas posibilidades de llegar a la gente, lo cual es muy importante para el grupo de periodistas de DDN que considera que está haciendo algo importante con su crítica para beneficiar a la sociedad. Solo siendo realmente masivos pueden verse los frutos de su esfuerzo.

El reproducir las opiniones de Ricardo Rocha permite una cercanía con las que son las convicciones de todo un equipo de trabajo. Quienes constituyen Detrás de la Noticia comparten ese pensamiento con Ricardo Rocha, sea por convicción original o por un aprendizaje tras compartir años de trabajo con un equipo que tiene un estilo crítico de hacer periodismo. En DDN se busca tener objetividad; se enfrenta muchas de las veces a las estructuras de poder. Es esto último lo que convierte a la transmisión del noticiario por radio y televisión en una satisfacción para el equipo que la desarrolla sin que influyan de manera importante las carencias técnicas.

La clave para obtener mejores resultados en una transmisión de este tipo está en el guión. Si éste es lo suficientemente flexible cómo para cumplir las expectativas de la gente que escucha a través de la radio siendo descriptivo y detallando los acontecimientos y, al mismo tiempo, no se excede en la descripción considerando que la gente que sigue el noticiario por televisión cuenta con las imágenes, será entonces un guión adecuado para la transmisión simultanea. Es un elemento muy importante cuya producción recae en el personal de redacción. Sus miembros tienen que conocer bien las imágenes que se transmitirán en televisión para evitar ser redundantes, revisando al mismo tiempo si se logran el objetivo de informar con calidad radiofónicamente. El reto más grande de una transmisión con estas características está en manos de los redactores: crear el guión adecuado.

Se han destacado ya las ventajas y desventajas que conlleva el transmitir un programa a través de la radio y la televisión de manera simultánea. Queda demostrado que no es óptimo transmitir al mismo tiempo un informativo por dos medios tan diferentes. Sin embargo si se hace es con el objetivo de tener más salidas, de hacer llegar al mayor número de gente una propuesta de noticiario en la que sus realizadores creen.

RECOMENDACIONES

Esta investigación es una descripción detallada de un noticiario radiofónico-televisivo y su funcionamiento. En ella está explicado el trabajo que realiza cada uno de los colaboradores de una emisión de este tipo por lo que puede ser de gran ayuda para quien desea tener una primera aproximación a cualquiera de las áreas que lo conforman como lo son la producción, la información, la redacción y la conducción. Permite incluso contrastar el trabajo que realizan aquellos que transmiten para radio del que realizan quienes transmiten para televisión. Su consulta da una idea de los requerimientos y las dificultades de realizar un noticiario.

Una transmisión en vivo, por su naturaleza, permite pocas veces la entrada a visitantes. Las entrevistas que aquí se incluyen de las personas encargadas de producir un noticiario pretenden ser una ventana para estudiantes o investigadores interesados en estos quehaceres. En ellas los colaboradores describen con lenguaje muy sencillo y claro cada una de sus funciones e incluso su sentir en torno a su trabajo. La inclusión de guiones, resúmenes informativos, teasers, y en general los trabajos del departamento de redacción usados en el noticiario puede ser de utilidad para quien busque conocer las características de éstos e incluso pudiere tomarlos como modelo.

Brinda también la posibilidad de conocer, si bien no la totalidad, sí una parte importante de los medios de comunicación en México así como su desarrollo y alcances. Con la lectura de este trabajo se logra descubrir algo de la situación de los informativos a finales, no sólo de un milenio, sino de un periodo largo de la historia de un país listo para renovarse en las elecciones presidenciales del 2000. Seguramente en unos años será de interés el tener documentos como éste que describan a los medios de difusión y la relación de éstos con el poder para así tener la posibilidad de constatar si el cambio de gobierno por

el cual México votó se tradujo también en cambios en la prensa. Son este tipo de trabajos fotografías de momentos clave para el desarrollo de una nación que pudieren servir de herramienta para observar en qué sentido se han modificado las tendencias para informar y verificar si el cambio democrático implicó también una apertura para la libre expresión.

El esfuerzo de investigación intenta llegar a esto. Sin embargo hay que considerar las limitaciones de este trabajo que es apenas reflejo de una mínima parte de la realidad de México, por lo que podría, acaso, reforzar lo que se encontrara en otros muchos textos y colaborar así con otras investigaciones.

Falta

Página

93

ANEXO A

GRUPO ACIR NACIONAL, S.A. DE C.V.

COBERTURA NACIONAL "PANORAMA INFORMATIVO" DETRÁS DE LA NOTICIA

CONDUCCION: RICARDO ROCHA

TRANSMITE : DE LUNES A VIERNES DE 6:00 A 10:00 HRS.

	PLAZA	ESTACION	FRECUENCIA	SIGLAS
1	ACAPULCO, GRO	BONITA	1070 / 103.1	XHAGS / XEAGS
2	CABORCA, SON	MAX 101	100.1	XHCBR
3	CAMPECHE, CAMP	MIX FM	1280 / 98.9	XECAM / XHCAM
4	CANCUN, Q.ROO	MIX FM	580 / 93.1	XEYI / XHYI
5	CD. DEL CARMEN, CAMP	LA GAVIOTA MUSICAL DEL GOLFO	1030 / 100.5	XEBCC / XHBCC
6	CD. DELICIAS, CHIH	INOLVIDABLE	1590	XEBZ
7	CD. JUAREZ, CHIH	RADIO ACIR	1520	XEJCC
8	CD. OBREGON, SON	RADIO ACIR	960	XEIQ
9	CELAYA, GTO	LA COMADRE	920 / 88.7	XERE / XHRE
10	COATZACOALCOS, VER	INOLVIDABLE	107.5	XHOM
11	COLIMA, COL	RADIO ACIR	1430	XECOC
12	CORDOBA, VER	RADIO ACIR	670	XESIC
13	CUERNAVACA, MOR	MIX	99.1	XHMOR
14	CULIACAN, SIN	INOLVIDABLE	1010	XEWS
15	CHETUMAL, Q.ROO	ESTEREO ROO	95.3	XHROO
16	ENSENADA, B.C.	AZUL 730	730	XEEBC
17	FRESNILLO, ZAC	ROMANCE EN RADIO	930	XEQS
18	GUADALAJARA, JAL	BONITA	89.1	XHGDA
19	GUAYMAS, SON	LA GRANDE DE GUAYMAS	99.5 / 1490	XEDR / XHDR
20	HERMOSILLO, SON	RADIO ACIR	680	XESON
21	IRAPUATO, GTO	INOLVIDABLE	94.3	XHJTA
22	IXMQUIIPAN, HGO	RADIO SINFONIA	1270	XEGH
23	JALAPA, VER	RADIO ACIR	1460	XEJH
24	LEON, GTO	SPAZIO	97.5	XHPQ
25	MAZATLAN, SIN	SPAZIO	99.5	XHMAT
26	MERIDA, YUC	INOLVIDABLE	100.1	XHYU
27	MEXICO, D.F.	AZUL 89 / RADIO ACIR	88.9 / 1260	XHM / XEL
28	MONTERREY, N.L.	RADIO ACIR	900	XEOK
29	MORELIA, MICH	RADIO ACIR	960	XEMM
30	NAVOJOA, SON	STEREO MIX 98	980	XEKE
31	OAXACA, OAX	STEREO CRISTAL	105.7 / 990	XHIU / XEIU
32	OCOTLAN, JAL	RADIO ALEGRIA	800	XEAN
33	PUEBLA, PUE	LA ROMANTICA	103.3	XHRH
34	PUERTO VALLARTA, JAL	BONITA	740 / 92.7	XEVAY / XHVAY
35	QUERETARO, QTO	MIX (6:00 A 6:30 Y 7:00 A 10:00)	97.9	XHQTO
36	REYNOSA, TAMPS	BONITA	620	XEGH
37	SALTILLO, COAH	BONITA	810	XEIM
38	SAN ANDRES TUXTLA, VER	RADIO ALEGRIA	1360	XEDQ
39	SAN LUIS POTOSI, S.L.P	ESTEREO INTERNACIONAL	99.3	XHTL
40	TAMPICO, TAMPS	STEREO COLOR	96.1	XHON
41	TEHUACAN, PUE	RADIO ACIR	1140	XETE
42	TEZIUTLAN, PUE	RADIO IMPACTO	990	XEOL
43	TIJUANA, B.C.	STEREO SOL	107.7	XHRST
44	TOLUCA, EDO. DE MEX	Q BONITA	1200	XEQK
45	TORREON, COAH	STEREO MAYRAN	880	XETC
46	URUAPAN, MICH	SPAZIO	1320	XENI
47	VERACRUZ, VER	FCO 103	103.7	XHCS
48	VILLAHERMOSA, TAB	RADIO ACIR	90.1	XHSAT

SUJETA A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

Vigente a partir de octubre de 1999

ANEXO B

PANORAMA DETRÁS DE LA NOTICIA
ORDENES DE TRABAJO PARA REPORTEROS
MARTES 8 DE AGOSTO DEL 2000

EMMA GALVAN

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA, EX PRESIDENTES FUERZAS ARMADAS Y CONTRALORÍA.

- A las 9 hrs sale transporte para cubrir la gira de trabajo que realizará el presidente Ernesto Zedillo por el estado de México en donde entre otras actividades entregará el Premio al Merito Nacional Forestal 2000.
- Hay que estar pendientes de las entrevistas y las reacciones de los miembros del gabinete sobre la solicitud de licencia de Oscar Espinosa y quienes meterían las manos al fuego por el ex regente.

GUILLERMINA GARCIA

ACTIVIDADES DE VICENTE FOX

- Enviada especial a cubrir la gira de Vicente Fox por Sudamérica

EDITH GOMEZ

IGLESIA Y REPORTAJES ESPECIALES

- Seguimos pendientes en la Iglesia a la serie de reacciones que ha generado la polémica sobre el asunto del aborto..... hay que buscar la postura de las diferentes corrientes al interior de la jerarquia catolica sobre este asunto y sobre todo que opinan de que finalmente se congele la iniciativa del congreso de Guanajuato.
- Seguimos trabajando el reportaje sobre jubilados que tenemos pendientes.
- El PRD Nacional a cargo de otro compañero..... No tuvimos la nota de la carta que envió Amalia García a los dirigentes nacionales del PRI Y PAN para instalar una mesa de dialogo y discusión sobre los problemas nacionales.

VICTOR MEHA

- Seguimos pendientes en la Cámara de Diputados en donde seguramente habrá muchas reacciones sobre la solicitud de licencia de Oscar Espinosa Villarcal..... hay que buscar sobre todo a los diputados priistas para ver si meterán las manos al fuego por el ex regente sobre todo ahora que ya no contará con la protección de un fuero.
- No te olvides de checar el asunto del aborto en donde las innumerables presiones que se desataron por la ley aprobada en el Congreso de Guanajuato obligaron al Gobierno Estatal a congelar dicha iniciativa.
- Toda la información que surja en San Lázaro.

ISAÍAS ROBLES
CAMARA DE DIPUTADOS, SEDESOL
- DE VACACIONES

MELINA VILLASANA
CAMARA DE SENADORES, S.R.E., DIPLOMATICAS

- A las 9:00 hrs. Inauguración de la Octava Reunión Plenaria del Grupo de Contacto de Alto Nivel México-Estados Unidos SRE, La Clausura es a las 15:00 hrs. Sala Luis Padilla Nervo, Cancillería, Ricardo Flores Magón # 2, PB..... Enrique Hernández Alcazar te apoyará con las entrevistas.
- A las 10:00 hrs. Conferencia de prensa de Rosa Albina Garavito, Piso 27, Torre del Caballito, Reforma 10, Col. Tabacalera..... rescatala por favor.
- A las 15:30 hrs. Reunión de trabajo de la Comisión de Ciencia y Tecnología del Senado de la República con el Dr. Adam Duncan, Director del Centro para Política de Investigación y Desarrollo en Ciencias y Tecnología de Canadá, tema: "Incentivos fiscales para la Investigación Científica y Tecnológica, Salón Ramos Arizpe del Recinto de Donceles 14..... checa si vale la pena.
- Por la tarde esta prevista una reunión de senadores con Javier Arrigunaga recientemente nombrado representante de México ante la Organización Mundial de Comercio.

SAUL SANTANA
GOBIERNO CAPITALINO Y ASAMBLEA LEGISLATIVA

- A las 10 hrs Rosario Robles inicia gira de trabajo por la delegación Gustavo A. Madero.... hay que buscar reacciones sobre la solicitud de licencia de Oscar Espinosa Villareal.
- A las 19:30 la jefa de gobierno capitalino estará en el Museo del Papalote
- 11:00 hrs. Informe sobre avances de la construcción de la Casa de las Ajaracas. La cita es en el Templo Mayor.
- A las 12:00 hrs. Gerardo Fernández Noroña se encadenara con eslabones de metal a las puertas del edificio del gobierno capitalino.
- A las 13:00 hrs. El GDF hará entrega de llaves a los comerciantes del corredor comercial que se encuentra frente a la UAM Azcapotzalco, Av. San Pablo, Eje 5 Norte frente a la UAM Azcapotzalco.
- Pendiente a todos los asuntos de la Asamblea Legislativa.

PEDRO LOPEZ
PRI NACIONAL Y DEL D.F.

- A las 10 hrs en el salón de usos múltiples de la sede Nacional del PRI, el secretario de acción y gestión social del partido Jaime Martínez Veloz ofrecerá conferencia de prensa para hablar sobre el RENAVE.
- A las 10:45 hrs. Conferencia de la CNC en el DF, Auditorio del PRI DF....
- A las 15 hrs la dirigente Nacional del PRI Dulce María Sauri Riancho ofrece una comida a los representantes de los medios de comunicación.... Hay que preguntar que postura asumirá el partido ante dos polémicos temas que en estos momentos acaparan la atención: la solicitud de licencia de Oscar Espinosa y el asunto de la penalización del aborto aun en caso de violación.
- Todos los asuntos de tu sector.

GUILLERMO XIBILLE
PRD NACIONAL Y CAPITALINO

- Además de las actividades de Andrés Macule López Obrador tienes a tu cargo el PRD Nacional en donde hay que estar muy atentos a la respuesta que pueda recibir Amalia García a la invitación que hiciera a los dirigentes del PRI y del PAN para instalar una mesa de dialogo y negociación para abordar los temas pendientes de la agenda nacional.
- Todos los asuntos de tu sector.

ENRIQUE HERNÁNDEZ MONTES DE OCA
CAMPAÑA DE SANTIAGO CREEL, PAN NACIONAL Y CAPITALINO

- A las 12 hrs cubre la conferencia de prensa de dirigente del PAN capitalino José Luis Luege Tamargo en las oficinas regionales del partido ubicadas en Durango 22 Col. Roma.
- Hay que seguir pendientes en el PAN a las reacciones sobre la cascada de críticas que recibió el partido luego de que el congreso de Guanajuato aprobó una iniciativa de ley para penalizar el aborto aun en caso de violación.... iniciativa que por cierto fue congelada por el gobierno estatal, también hay que buscar reacciones sobre el caso Oscar Espinosa.
- Pendiente a la respuesta de Luis Felipe Bravo Mena a la carta que le envió Amalia García para instalar una mesa de dialogo sobre temas nacionales en la que participen PRI, PAN y PRD.
- Todos los asuntos de tu sector.

JAIME OBRAJERO
GOBERNACIÓN, MANUEL CAMACHO SOLIS
(REPORTAJES ESPECIALES)

- A las 9 hrs esta previsto que el Secretario de Gobernación Diododoro Carrasco realice un pronunciamiento sobre el caso Oscar Espinosa.
- A las 11:30 hrs. Conferencia del Lic. Juan Carlos Arnau, Coordinador General de la Comisión Mexicana de Ayuda a Refugiados de la Secretaria de Gobernación, hablara del tema "México: tradición de asilo y refugio". Sede de la Dirección General de Información, Abraham González 49, col. Juárez.
- Todos los asuntos pendientes de tu sector.

JOSE LUIS ARMENTA
IFE, TRIFE, IFE D.F. Y CNDH, CDHDF
(REPORTAJES ESPECIALES)

- Todos los asuntos pendientes de tu sector.
- Como asunto especial te encargo que cheques las agendas de los distintos equipos de transición de Vicente Fox..... se espera que en el transcurso del día Francisco Molina Ruiz y Jose Luis Reyes se reunirán con el Zar antidrogas Barry Mac Caffrey
- No te olvides de checar las comisiones de derechos humanos.

ENRIQUE HERNÁNDEZ ALCAZAR**EDUCATIVAS Y UNIVERSITARIAS**

- A las 9:00 hrs. Inauguración de la Octava Reunión Plenaria del Grupo de Contacto de Alto Nivel México-Estados Unidos SRE, La Clausura es a las 15:00 hrs. Sala Luis Padilla Nervo, Cancillería, Ricardo Flores Magón # 2, PB..... tienes a tu cargo el apoyo con entrevistas..... coordínate con Melina.
- Además de tus fuentes tienes a tu cargo el sector de Omar Sánchez que incluye, juzgados, reclusorios y la suprema corte de justicia.
- Todos los asuntos pendientes de tu sector.

ALMA ROSA BAEZ**INICIATIVA PRIVADA, COMERCIO PROFECO Y PEMEX****- COMISIONADA PARA UN REPORTAJE ESPECIAL****CARLOS LORET****SECTOR ECONOMICO FINANCIERO****(RORTAJES ESPECIALES)**

- Además de tus fuentes tienes a tu cargo todo el sector comercio, de la iniciativa privada y la profeco.
- Seguimos pendientes del asunto del RENAVE.

CARLOS GODINEZ**SECTOR OBRERO, MEDICO ASISTENCIALES Y PORFIRIO MUÑOZ LEDO**

- 11:30 hrs. Conferencia del Nacional Monte de Piedad con motivo de la alianza con el ITESM Campus Ciudad de México sobre el Programa de Calidad Total, Sala de Juntas de la Casa Matriz del Monte de Piedad.
- 13:00 hrs. Conferencia sobre el acuerdo de la SSA en adquisiciones, arrendamiento y prestación de servicios, habla el Oficial Mayor, Mario Melgar Adalid, Auditorio Miguel E. Bustamante, Lieja 7, col. Juárez.
- 13:45 hrs. El IMSS invita a la comida-conferencia para dar a conocer los detalles del Simposium de Actualización en Diagnóstico y Tratamiento de VIH/SIDA y el impacto de esta enfermedad en el DF, Hotel Maria Isabel Sheraton, Paseo de la Reforma 325, col. Cuauhtémoc.
- Pendiente a todas las reacciones sobre el asunto del aborto y los panistas en el gobierno.

CARLOS IBARRA**AEROPUERTO, COMUNICACIONES Y TURISMO, AGOPECUARIAS Y LA****CAMPAÑA DE GILBERTO RINCÓN GALLARDO**

- Seguimos de guardia en la Casa de Oscar Espinosa Villareal para ver si algún familiar o vecino tienen información sobre el paradero del ex secretario de turismo.
- A las 11:00 hrs. Conferencia de Democracia Social, sobre las Reformas Legales en Guanajuato, Plaza de la Cruz Roja # 2, sobre San Borja casi esq. con Adolfo Prieto, col. Del Valle.
- A las 13:00 hrs. Conferencia del Partido de la Revolución Mexicana. Sede Nacional , Monterrey 115, Roma.
- Todos los asuntos pendientes de tu sector.

JESÚS CASASOLA
SECTOR POLICIACO PGR, P.G.J.D.F Y POLICIA FEDERAL PREVENTIVA
(REPORTAJES ESPECIALES)

- Se espera que durante el día se reúnan el Procurador Jorge Madrazo y el Zar antidrogas Barry Mac Caffrey.... checa si esta reunión será independiente de la que sostendrán en la Secretaria de Relaciones Exteriores la cual estará a cargo de otros compañeros.
- Seguimos muy pendientes de las investigaciones y acciones que seguirá la procuraduría capitalina una vez que Oscar Espinosa solicito licencia para enfrentar los cargos que se le imputan..... hay que checar muy bien el expediente para ver que tan sólidas son las acusaciones en su contra.
- Además de tus fuentes tienes a tu cargo el sector de Victor Sandoval que incluye la secretaría de seguridad publica, la cruz roja y los reportes policíacos..... los reportes viales para el noticiario matutino estará a cargo del propio Victor Sandoval quien a partir de las 11 hrs estará de permiso.

OMAR SÁNCHEZ DE TAGLE.
JUZGADOS, RECLUSORIOS Y SUPREMA CORTE DE JUSTICIA.
(REPORTAJES ESPECIALES)

- Enviado a cubrir foro internacional sobre tabaquismo en la ciudad de Chicago

VICTOR SANDOVAL
SEGURIDAD PUBLICA, CRUZ ROJA Y REPORTES VIALES
- DE PERMISO

CLAUDIA BALLESTEROS.
ESTADO DE MÉXICO Y ZONA CONURBADA

- 12:00 hrs. Vetan Stone de Durán, Presidenta del DIF Naucalpan inaugura el Centro de Estudios y Terapias Especiales CETE-Atenco, Calle de Allende s/n, col. Miguel Hidalgo. Y a las 13:00 hrs. José Luis Durán Reveles, preside la sesión del Cabildo Juvenil, salón del Pueblo, 2º piso del Palacio Municipal.
- Todos los asuntos pendientes de tu sector.

ANEXO C

66	CESAR GONZALEZ CONVERSAN RAQUÉEN Y MADRAZO	C/S	21.00 AVH	EN UN CUARTO DE HOTEL PLATICARON EN PRIVADO LA CONTROVERTIDA ABOGADA RAQUENEL VILLANUEVA FRAUSTRO Y EL PROCURADOR GENERAL DE LA REPUBLICA, JORGE MADRAZO CUELLAR, LUEGO QUE LA LITIGANTE ABORDO AL FUNCIONARIO DESPUES DE INAUGURAR EN MONTERREY EL CUARTO CONGRESO NACIONAL DE PREVENCIÓN DEL DELITO... VILLANUEVA Y MADRAZO SE LES PERDIERON A LOS REPORTEROS AL ABORDAR EL ELEVADOR DEL HOTEL DONDE SE LLEVO A CABO ESTA ACTIVIDAD QUE CONVOCO A VARIOS PROCURADORES ESTATALES ... POR OTRO LADO, EN RUEDA DE PRENSA JORGE MADRAZO ABRIO LA POSIBILIDAD DE QUE LA PGR ATRAIGA EL CASO DE Chimalhuacán POR EL USO DE ARMAS DE FUEGO. MIENTRAS QUE DESCARTO LA INTERVENCIÓN DE ESTA DEPENDENCIA EN LOS HECHOS VIOLENTOS DE CHIAPAS... SONIDO DEL JORGE MADRAZO...
67	FATIMA MONTERROSA SECUESTRAN A FUNCIONARIOS MUNICIPALES	S/S	21:15 LELV	EL PRESIDENTE MUNICIPAL DE OCOSINGO, ADOLFO GUTIERREZ CRUZ, DOS REGIDORES Y FUNCIONARIOS DEL GOBIERNO DEL ESTADO PERMANEN SECUESTRADOS POR UN GRUPO DE INDÍGENAS TZELTALES EN LA COMUNIDAD CUXULJA POR EL INCUMPLIMIENTO DE OBRAS SOCIALES EN ESA ZONA... EL REGIDOR DEL AYUNTAMIENTO DE OCOSINGO JOSE GUADALUPE TRULLIJO MORALES CONFIRMO LA RETENCION DE LOS FUNCIONARIOS PUBLICOS Y ASEGURO QUE LOS REPRESENTANTES DE 28 LOCALIDADES DE ESE MUNICIPIO ADVIRTIERON QUE NO LOS LIBERARAN HASTA QUE EL GOBIERNO LES ENTREGUE LA DOTACIÓN DE RECURSOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE OBRAS PUBLICAS...
68	EMMA GALVAN ZEDILLO LUCHA CONTRA INFLACION	C/S	21.05 AVH	LA LUCHA CONTRA LA INFLACIÓN, NO ES UNA OBSESION NI ES UN CAPRICHIO TECNOCRATICO, PORQUE UNA INFLACIÓN ELEVADA SE ASOCIA CON UNA ECONOMIA MEDIOCRE QUE SIGNIFICA MENOS OPORTUNIDADES DE EMPLEO, AUMENTO DE LA POBREZA Y AGRAVAR POR SI YA MALA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO, AFIRMO ERNESTO ZEDILLO... DURANTE LA CEREMONIA CONMEMORATIVA DEL 75 ANIVERSARIO DEL BM, EL PRESIDENTE INSISTIO EN QUE LA INFLACIÓN ES NOCIVA, SOBRE TODO PORQUE GOLPEA MAS A QUIENES MENOS TIENEN, A QUIENES VIVEN DE SU SALARIO POPR ESOS INGRESOS LIMITADOS Y CARECEN DE INSTRUMENTOS PARA PROTEGER SU INGRESO Y SU CAPACIDAD DE CONSUMO... POR ELLO, LA IMPORTANCIA DEL TRABAJO AUTÓNOMO DEL BANCO DE MEXICO CON EL QUE EN ESTOS AÑOS SE HA REDUCIDO LA INFLACIÓN SOBRE BASES FIRMES, SIN CONTROLES ARTIFICIALES DE PRECIOS, SIN CONTROLES DEL TIPO DE CAMBIO...

69	EMMA GALVAN GUILLERMO ORTIZ/ INFLACION	C/S		21.05 AVH	<p>EL GOBERNADOR DEL BANCO DE MEXICO, GUILLERMO ORTIZ ANUNCIÓ QUE ESTE AÑO TERMINARA CON UNA INFLACION POR ABAJO DEL 9 POR CIENTO, QUE ES UN LOGRO IMPORTANTE EN LA ECONOMIA... SIN EMBARGO, DIJO, TODAVIA HAY MUCHO POR HACER PARA MANTENER LA ESTABILIDAD QUE DEBE SER UN VALOR TRANSEXENAL Y QUE EL BANCO DE MEXICO SE ENCUENTRA DECIDIDO A LOGRARLO CON RESPONSABILIDAD Y FIRMEZA... GUILLERMO ORTIZ EN LA CEREMONIA DEL 75 ANIVERSARIO DEL BM SEÑALO QUE EL ABATIMIENTO DE LA INFLACION SERA FUNDAMENTAL EN LA TRANSICION POLITICA QUE ESTA TENIENDO LUGAR EN MEXICO... EL RELEVO DE GOBIERNO, DIJO, ES UN HECHO NATURAL AUNQUE DELICADO EN TODO SISTEMA DEMOCRATICO, PERO ESTE RELEVO SE FACILITA CUANDO ESTA FINCADO SOBRE BASES SOLIDAS Y CONTINUAS Y UNA DE ELLAS ES LA DE LA ESTABILIDAD MNONETARIA</p>
70	EMMA GALVAN LUIS TÉLLEZ /PROPUESTA DE FOX	C/S	2 1 1 5 A V H		<p>EL SECRETARIO DE ENERGIA, LUIS TÉLLEZ, AFIRMO QUE LA PROPUESTA DEL PRESIDENTE ELECTO VICENTE FOX, SOBRE LA REFORMA AL SECTOR ELECTRICO TENDRA UN GRAN IMPACTO EN LAS EMPRESAS ENERGETICAS CANADIENSES QUE SIEMPRE HAN ESTADO MUY INTERESADAS EN INVERTIR EN MEXICO, SIN COMPROMETERSE A CONSIDERAR QUE ESTA MEDIDA PUEDE LOGRAR LAS METAS ECONOMICAS DE CRECIMIENTO DEL 7 POR CIENTO, LUIS TÉLLEZ DIJO QUE LA APERTURA ES FUNDAMENTAL PARA EVITAR UN CUELLO DE BOTELLA QUE EVENTUALMENTE SE PRESENTARIA EN NUESTRA ECONOMIA, EN TERMINOS DEL SUMINISTRO DE ENERGETICOS... INSISTIO EN QUE LOS CUELLOS DE BOTELLA SE PUEDEN PRESENTAR EN LAS DEMANDAS DE ENERGIA ELECTRICA QUE SE HAN PRESENTADO EN EL NORTE DEL PAIS Y ESTO HA LLEVADO A QUE EN LA ZONA NORESTE SE PUDIERA TENER UN SISTEMA INTERRUMPIBLE DE SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD... LUIS TÉLLEZ SEÑALO QUE EN SU ENCUENTRO CON EL PRESIDENTE ELECTO VICENTE FOX LE PLANTEO LA SITUACION EN QUE SE ENCUENTRA EL SECTOR ELECTRICO Y AUN CUANDO NO SE FIJARON TIEMPOS, LAS DECLARACIONES DEL PRESIDENTE ELECTO EN CANADA HACEN PREVEER QUE LAS REFORMAS AL SECTOR ELECTRICO SE DARAN EN EL MENOR TIEMPO POSIBLE, PORQUE ES FUNDAMENTAL PARA EL FUTURO DEL PAIS QUE SE LLEVEN A CABO...</p>
71					

ANEXO D

**PANORAMA DETRAS DE LA NOTICIA
ORDEN DE EDICIÓN**

ROCHA-ROJAS

6:00-10:00

MARTES 11 DE JULIO DEL 2000

ORDEN /V

		ENTRADA		Grab		TEXTO		10:00		Adel	
		PRESENTACIÓN Y SALUDO									
		TEASER (I)									
****	R/P	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*06:14***	2:00**				
01	RR	MUJERES, DIA DE POBLACIÓN Y CONAPO	MELINA V	28	LLAMADA	1:30	60-20				
02	RR	PIDEN A FOX NO ELIMINAR SUBSIDIOS	ISAÍAS R	32	LLAMADA	1:30	22				
03	RR	RETOS DE FOX, SEGÚN BANQUEROS	LORET DE M	15	LLAMADA	1:30	04				
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*06:30***	2:00**				
04	RR	TABASCO, LÍDER DENUNCIAS ELECTORAL	J CASASOLA	09	LLAMADA	1:30	36				
05	RR	DE LA PEZA EXPLICA PLAZOS	JL ARMENTA	05	LLAMADA	1:30	48				
06	P	PANORAMA DEPORTIVO	C.PROCUNA		ESTUDIO	5:00					
07	RR	INICIA OPERATIVO ANTIARMAS EN METRO	SAÚL S	24	LLAMADA	1:30	23				
08	R/P	RESUMEN METROPOLITANO	TEXTO			1:00					
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*06:42*	2:00**				
09	RR	PRD IMPUGNA MAYORÍA PAN EN ALDF	JL ARMENTA	04	LLAMADA	1:30	4				
10	P	PAN Y VERDE HARÁN MAYORÍA EN ALDF	E H MONTES	26	LLAMADA	1:30	32				
11	RR	ENTREVISTA/ MANUEL FERNÁNDEZ	R.ROCHA		LLAMADA	5:00					
***	RR	LECTURA DE LLAMADAS				3:00					
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*06:58***	2:00**				
****	R/P	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*07:14***	2:00**				
12	RR	EN NUESTRA OPINIÓN: NO CRISIS NO	TEXTO			7:00					
13	RR	AMPLIA HACIENDA BLINDAJE ECONOMÍA	LORET DE M	14	LLAMADA	1:00	15				
14	RR	FOX: SALUDABLE MEDIDA DE GURRIA	G GARCÍA	16	LLAMADA	1:30	56				
14*	RR	ÁGUILA AZTECA A MICHEL CAMDESUS	EMMA G	23	LLAMADA	1:30	66				
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	07:30**	2:00**				
15	R/P	RESUMEN NACIONAL	TEXTO			1:00					
16	P	SEGUIMIENTO CAJAS DE AHORRO FRAUDE	ISAÍAS R	31	LLAMADA	1:30	14-64				
17	RR	ENTREVISTA/ CAJAS DE AHORRO	R.ROCHA		ESTUDIO	10:00					
***	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*07:46***	2:00**				
18	RR	DIODORO RECIBE A SAURI EN GOBER	JAIME O	21	LLAMADA	1:30	54				
19	RR	CORRIENTES DEL PRI AMENAZAN BOICOT	PEDRO LÓPEZ	03	LLAMADA	1:30	29				
20	P	ZAMBRANO HABLA DEL PRI Y DEL PRD	EDITH GÓMEZ		LLAMADA	1:30	37				
20*	RR	EDITORIAL DEPORTIVO	CIRO P		ESTUDIO	6:00					
***	RR	LECTURA DE LLAMADAS				3:00					
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*07:58***	2:00**				
****	R/P	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*08:10***	2:00**				
21	RR	ENTREVISTA/ JOSÉ ÁNGEL GURRIA	R.ROCHA		LLAMADA	20:00					
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*08:20***	2:00**				
22	RR	CHIS/ENCONTRADOS TODOS LOS CUERPOS	FÁTIMA M		LLAMADA	1:30	18				
23	P	COLABORACIÓN/	R LORET DE M		LLAMADA	5:00					
24	P	MUCHOS EMPÍRICOS EN FARMACIAS	C GODINEZ	01	LLAMADA	1:30	03				
25	P	ENTREVISTA/PRESIDENTE FARMACIAS	R ROCHA		LLAMADA	5:00					
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*08:45*	2:00**				
25*	P	PANORAMA DEPORTIVO	C.PROCUNA		ESTUDIO	5:00					
26	P	MIGUEL QUIROZ: PERIODO EXTRA	ISAÍAS R	33	LLAMADA	1:30	51				
27	P	RECTORÍA Y STUNAM: SITUACIÓN	E HDZ A	30	LLAMADA	1:30	57-39				
27*	P	CURSOS DE VERANO GRATIS EN EL DF	E HDZ A	22	LLAMADA	1:30	24				
28	P	ENCUESTA CRISIS EN TEQUILA	ALMA ROSA B	06	LLAMADA	1:50	02				
***	P	LECTURA DE LLAMADAS				3:00					
****	****	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*****	*08:58***	2:00**				

		TEASER (IV)						
29	P	PANORAMA FINANCIERO	LORET DE M		ESTUDIO			3:00
.....	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*09:10**			5:00
29*	P	VOCES DE PROCESO	PAOLA		ESTUDIO			2:00**
30	P	COLABORACIÓN/ TRIUNFADORES	MA CORNEJO		LLAMADA			8:00
31	P	REPORTAJE ADOPCIÓN (2DA PARTE)	ERIKA A	17	LLAMADA	1:30	44	5:00
32	P	DESCARTAN ROBO ABOGADO CHUY	JESÚS RUIZ	29	LLAMADA	1:30	25	1:30
33	P	NL/CASO LEOPOLDO DEL REAL	CESAR G	11	LLAMADA	1:30	38	1:30
34	P	AMENAZA BLOQUEOS ELECTORALES	BALLESTEROS	25	LLAMADA	1:30	17	2:00
35	P	PANORAMA DE LOS ESTADOS	TEXTO					2:00
.....	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*09:32**			2:00**
36	P	COLABORACIÓN/ LOS ROLLING STONES	J VILLORO		LLAMADA			5:00
37	P	CIENCIA Y TECNOLOGIA/BBC DE LONDRES	R.ROCHA		GRABADA			4:30
38	P	CULTURA Y ENTRETENIMIENTO	P.ROJAS		ESTUDIO			6:00
.....	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	*09:46**			2:00**
39	P	REPORTE INFOSEL	GABY GOMEZ		LLAMADA			2:00
***	P	LECTURA DE LLAMADAS						3:00
40	P	DEPORTES	C.PROCUNA		ESTUDIO			5:00
.....	*****CORTE COMERCIAL*****	*****	*****	**09:55**			2:00
41	P	NOTA AMABLE	TEXTO					1:00

ANEXO E

RICARDO...

LOS PARTIDOS EN LA ORFANDAD...

SENADORES PERREDISTAS HABLAN
DEL FUTURO DE SU PARTIDO...PARA
ALGUNOS SE NECESITA UN NUEVO
ROSTRO...

FREZZE REPORTERO

ES MELINA VILLASANA CON LA
INFORMACION..

GRABACION No.
CORRE VIDEO S/SONIDO

(llamada telefónica)

SUPER:
VOZ DE:
MELINA VILLASANA
Reportero

SUPER:
VOZ DE:
CUAUHTEMOC SANDOVAL
SENADOR-PRD

RICARDO...

Y EN LA CAMARA DE DIPUTADOS,
YA HAY PERREDISTAS QUE DIBUJAN
LOS RASGOS DE ESE NUEVO
ROSTRO...

FREZZE REPORTERO

ESCUCHE USTED A ISAIAS ROBLES...

(llamada telefónica)

GRABACION No.
CORRE VIDEO S/SONIDO

SUPER:
VOZ DE:
ISAIAS ROBLES
Reportero

SUPER:
VOZ DE:
MARTIN DEL CAMPO
DIPUTADO-PRD

SUPER:
VOZ DE:
ISAIAS CANTU NAJERA
VOCERO PRD-CAMARA DE
DIPUTADOS

ANEXO F

RICARDO...

DE VIVA VOZ, AGUSTIN BASAVE...

CUALES, LOS SALDOS
ELECTORALES?...AGUSTÍN...

TE ESCUCHAMOS...

FREZZE COLABORADOR

(Colaboración **GRABADA**)

SUPER:

AGUSTIN BASAVE

Opinión - DDN

ANEXO G

19 RR ENTREVISTA/ ROGELIO GOMEZ	R. ROCHA	LLAMADA
---------------------------------	----------	---------

RICARDO...

DE VIVA VOZ, ROGELIO GOMEZ
HERMOSILLO, COORDINADOR GENERAL
DE ALIANZA CIVICA...

BUENOS DIAS... ¿CÓMO FUE QUE
ALIANZA CÍVICA DECIDIO REALIZAR
ESTE TRABAJO DE OBSERVACIÓN O
VIGILANCIA DURANTE LAS PASADAS
ELECCIONES?..

(Llamada telefónica)

***** PREGUNTAS SUGERIDAS *****

FREZZE INVITADO

SUPER: DE VIVA VOZ:
ROGELIO GOMEZ HERMOSILLO
COORD GRAL-ALIANZA CIVICA

- ¿CUÁLES LOS RESULTADOS
FUNDAMENTALES DE ESTE
TRABAJO DE OBSERVACIÓN QUE
REALIZARON DURANTE LAS
ELECCIONES DEL PASADO
DOMINGO?..
- ¿CUÁLES LOS METODOS
UTILIZADOS PARA ALCANZAR LOS
RESULTADOS QUE AHORA
PRESENTAN?..
- ¿QUÉ TAN GRAVES FUERON LAS
IRREGULARIDADES
ENCONTRADAS EN RELACION CON
COMICIOS FEDERALES PASADOS?..
- ¿CUÁLES SUS CONCLUSIONES?..

ANEXO H

RP

*****TEASER (I)*****

ROCHA-
ROJAS

TEXTO ESTUDIO

(Entrada del programa)

RICARDO:

BUENOS DIAS...MUY BUENOS DIAS...

SON LAS _____ DE LA MAÑANA
DE ESTE MARTES 11 DE JULIO DEL
2000...

LES HABLAN PAOLA ROJAS Y
RICARDO ROCHA...Y ESTAMOS CON
USTEDES...TODOS JUNTOS... EN
"PANORAMA DETRÁS DE LA
NOTICIA"...

-----000-----

EN EL PANORAMA ECONOMICO...

FORTALECIMIENTO DEL BLINDAJE
FINANCIERO PARA LOGRAR
ALTERNANCIA SIN CRISIS
ECONÓMICA, ANUNCIA EL
SECRETARIO DE HACIENDA, JOSÉ
ÁNGEL GURRIA...

PAOLA...

EL DISPONIBLE ANTICRISIS
AUMENTA A 26 MIL 440 MILLONES DE
DOLARES, EXPLICA GURRIA...
ADEMAS, SEÑALA QUE SE PAGARA 7
POR CIENTO DE LA DEUDA EXTERNA
Y SE BUSCARA LIQUIDAR LA DEUDA
CON EL FMI...

RICARDO...

ES SALUDABLE QUE LA ACTUAL
ADMINISTRACION BUSQUE NO
HEREDARME COMPROMISOS,
MANIFIESTA VICENTE FOX...

PAOLA...

A PROPOSITO DEL FMI, EL
PRESIDENTE ZEDILLO...
ENTREGA LA MÁXIMA
CONDECORACIÓN DEL GOBIERNO
PARA UN EXTRANJERO, AL EX
DIRECTOR DEL FONDO, MICHAEL
CAMDESUS...

RICARDO...

EN EL PANORAMA POLITICO...

DULCE MARIA SAURI, AUN
PRESIDENTE DEL PRI SE REUNE CON
EL SECRETARIO DE GOBERNACIÓN,
DIDORO CARRASCO... AL SALIR
DICE QUE EL PRESIDENTE ZEDILLO
NO DESIGNARA A LA NUEVA
DIRIGENCIA DEL PARTIDO...

PAOLA...

MIENTRAS, CORRIENTES PRIISTAS,
QUE ESTAN A FAVOR DE ROBERTO
MADRAZO, AMENAZAN CON
BOICOTEAR LAS LABORES DEL
CONSEJO POLITICO NACIONAL DEL
PARTIDO...

RICARDO...

LA FISCALIA DE DELITOS
ELECTORALES DE LA PGR...
INFORMA QUE TABASCO FUE EL
ESTADO DONDE HUBO MAS
DENUNCIAS...

PAOLA...

JESÚS ZAMBRANO, SECRETARIO
GENERAL, DEL PRD, ADMITE QUE
EL AFÁN DE PODER DE LAS
CORRIENTES HA DAÑADO EL
CRECIMIENTO DEL PARTIDO...

RICARDO...

POR CIERTO, EL PRD SIGUE EN BUSCA DE LA MAYORÍA EN LA ASAMBLEA LEGISLATIVA... YA HIZO UNA IMPUGNACION ANTE EL TRIBUNAL ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL...

PAOLA...

LA ALIANZA ENTRE EL PAN Y EL PARTIDO VERDE CONTINUARA EN LA ASAMBLEA, CONFIRMA ACCION NACIONAL... SERIAN UNA MAYORIA ABSOLUTA DE FACTO...

RICARDO...

EN EL PANORAMA DE LOS 4 ESTADOS..

LOS CUERPOS DE LAS 19 PERSONAS QUE PERDIERON LA VIDA EN EL ACCIDENTE DEL AVION DE AEROCARIBE EN TILA FUERON TRASLADADOS A TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS...

PAOLA...

LA PROCURADURÍA DE JUSTICIA DEL ESTADO DE MÉXICO DESCARTA EL ROBO COMO MOVIL EN EL ASESINATO DE EUGENIO ZAFRA, ABOGADO DEL "CHUY" LABRA, INTEGRANTE DEL CARTEL DE LOS ARELLANO...

RICARDO...

EN OTRAS INFORMACIONES...

HOY ES EL DIA MUNDIAL DE POBLACION... MILLONES DE MUJERES EN EL MUNDO SUFREN RIESGOS, VIOLENCIA Y DISCRIMINACION, ALERTA LA ONU...

PAOLA...

LA LLEGADA DE FOX A LA
PRESIDENCIA NO TRAERA
RETROCESOS EN LAS POLITICAS DE
POBLACION Y PLANIFICACION
FAMILIAR, CONSIDERAN
FUNCIONARIOS DE GOBERNACION...

RICARDO...

EN LA METROPOLI...

EN 100 ESTACIONES DEL METRO, 800
POLICIAS INICIAN UN OPERATIVO
PARA DETECTAR ARMAS...

PAOLA...

LA RECTORIA Y EL SINDICATO DE LA
DE LA UNAM LAMENTAN Y
REPUDIAN LOS HECHOS VIOLENTOS
REGISTRADOS EN INSTALACIONES
UNIVERSITARIAS EN LOS ULTIMOS
DIAS...

RICARDO...

HOY...EN "PANORAMA DETRÁS DE
LA NOTICIA"...

EL SECRETARIO JOSE ANGEL
GURRIA, HABLA SOBRE EL
FORTALECIMIENTO DE LA ECONOMIA
NACIONAL...

PAOLA...

MARCELO EBRARD Y MACARIO
SCHETTINO AQUÍ EN EL ESTUDIO
OPINAN SOBRE LA SITUACIÓN DE
LOS DEFRAUDADOS DE LAS CAJAS DE
AHORRO...

RICARDO...

EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN
NACIONAL DE FARMACIAS COMENTA
SOBRE LOS EMPLEADOS QUE
SE ATREVEN A "RECETAR" EN ESTOS
ESTABLECIMIENTOS...

PAOLA...

EL SUBPROCURADOR DE LA PROFECO
EXPLICA EN QUE CONSISTE EL
NUEVO PROGRAMA DE APOYO DE
"REGRESO A CLASES"...

RICARDO...

Y EN LA PALABRA DE NUESTROS
COLABORADORES...

JUAN VILLORO Y LOS ROLLING
STONES...

PAOLA...

RAFEL LORET DE MOLA Y SU
ANÁLISIS POLÍTICO DESDE ESPAÑA...

RICARDO...

Y MIGUEL ANGEL CORNEJO DISERTA
ENTRE TRIUNFADORES Y
DERROTADOS...

AHORA...ESTAN ESCUCHANDO EL
BIG BEN DEL PANORAMA
INTERNACIONAL...DESDE LA
CAPITAL BRITANICA...LA BBC DE
LONDRES...

(entra reporte de la BBC de Londres)

MUSICA DEPORTES

CIRO PROCUNA...

PANORAMA DEPORTIVO... CON
CIRO PROCUNA....

(cabezas deportivas)

GABY GOMEZ

AHORA, UN REPORTE
INFOSEL...CON GABY GOMEZ...

(Gaby Gómez)

MAÑANITAS

HOY FESTEJAN SU SANTO: BENITO,
PIO, ABUNDIO, SIDRONIO Y
CIPRIANO.. A TODOS... Y A QUIENES
CELEBREN ALGUNA FECHA EN

ESPECIAL, FELICIDADES DE PARTE
DE TODO EL EQUIPO...

¿QUÉ PASO...QUE OCURRIO UN DIA
COMO HOY PERO EN OTROS
TIEMPOS?... ES, PAOLA ROJAS...

GRABADO

(entran grabación efemérides)

****PRIMERAS PLANAS****

LOS INVITAMOS A HACER JUNTOS
ESTE PROGRAMA...ASI ES QUE
LLAMENNOS Y COMPARTAN CON
NOSOTROS SUS COMENTARIOS,
SUGERENCIAS, DUDAS O CRITICAS...

LOS TELEFONOS DE PANORMA
DETRÁS DE LA NOTICIA SON:
EN LA CIUDAD DE MÉXICO EL
56 61 13 64

Y DESDE EL INTERIOR DE LA
REPUBLICA, LADA SIN COSTO, EL
01 800 72 34 036...

Y EN INTERNET: PARA VISITARNOS
EN NUESTRA PÁGINA WEB...

www.starmedia.com/ricardorochoa

Y PARA ESCRIBIRNOS Y PARTICIPAR
CON SUS OPINIONES Y
COMENTARIOS, LA DIRECCIÓN DE
NUESTRO CORREO ELECTRÓNICO ES

ddn@starmedia.net

ANEXO 1

****TEASER PATROCINADO*****

ROCHA...

SON LAS _____ DE LA
MAÑANA DE ESTE VIERNES 7 DE
JULIO DEL 2000...

LES SALUDAN PAOLA ROJAS, CIRO
PROCUNA Y RICARDO ROCHA... Y
ESTAMOS CON USTEDES... TODOS
JUNTOS... EN "PANORAMA DETRÁS DE
LA NOTICIA"...

-----000-----

EN DECLARACIONES AQUÍ EN EL
ESTUDIO, AMALIA GARCIA,
PRESIDENTA NACIONAL DEL PRD,
RECONOCE QUE ES NECESARIA UNA
REFUNDACIÓN ESTRUCTURAL DE SU
PARTIDO...

PAOLA...

CONSIDERA QUE EN ESTAS
ELECCIONES LO QUE SE IMPUSO FUE
EL VOTO UTIL... Y QUE LA GENTE YA
NO QUERIA ERA QUE EL PRI
CONTINUARA EN EL PODER...

ROCHA...

INSISTE EN QUE ELLA FUE ELECTA
DE MANERA DEMOCRATICA Y PARA
UN PERIODO DE TRES AÑOS QUE
COMENZO EN EL 99, A PROPÓSITO DE
QUIENES DEMANDAR UN CAMBIO DE
DIRIGENCIA EN EL PARTIDO...

PAOLA...

A SU JUICIO, EN LAS ELECCIONES
DEL 2 DE JULIO EL PRD
GANO... ADELANTA QUE COMO
OPOSICIÓN ~~NO PODRAN PIERDAS~~ EN
EL CAMINO AL PROXIMO GOBIERNO,
SINO QUE PONDRAN POR DELANTE
UN PROYECTO NUEVO DE PAIS
DEMOCRATICO, LIBERTARIO E
INCLUYENTE...

ROCHA...

POR SU PARTE, JESUS ZAMBFANO, SECRETARIO GENERAL DEL PRD, SE REFIERE A CUAUHEMOC CARDENAS COMO EL REFERENTE OBLIGADO...EL LIDER MORAL DE LA TRANSICIÓN EN MEXICO...

PAOLA...

ESTABLECE QUE EL RETO ES FORTALECER LA TOMA DE DECISIONES COLECTIVAS, .INCORPORANDO A LAS FIGURAS IMPORTANTES DEL PARTIDO...

ROCHA...

HABLAMOS TAMBIEN HOY CON ROGELIO GOMEZ HERMOSILLO, COORDINADOR GENERAL DE ALIANZA CÍVICA, QUIEN REVELA QUE TODAVÍA SE DAN FORMAS DE COACCION DEL VOTO, PARTICULARMENTE EN ZONAS RURALES...

PAOLA...

DESTACA ESTA SITUACIÓN, PORQUE SE TIENE ENFRENTA TRES ELECCIONES ESTATALES QUE EL IFE NO ORGANIZA SINO LOS INSTITUTOS LOCALES, LOS CUALES NO HAN MOSTRADO LA MISMA IMPARCIALIDAD...

ROCHA...

FINALMENTE, PIDE PONER PARTICULAR ATENCIÓN A LAS ELECCIONES EN CHIAPAS, PORQUE DE NO SER TRANSPARENTES Y LIMPIAS, SERIA UN AGRAVIO QUE COMPLICARIA MUCHO EL ESCENARIO DE LA PAZ...

HOY...EN "PANORAMA DETRÁS DE LA NOTICIA"...

ACERCA DE LOS HECHOS DE VIOLENCIA OCURRIDOS A RAIZ DE LAS ELECCIONES EN EL ESTADO DE MÉXICO, HABLA LA PRESIDENTA DEL

INSTITUTO ELECTORAL DE LA
ENTIDAD...

PAOLA...

Y EN LA PALABRA DE NUESTROS
COLABORADORES...

CARLOS MONSIVAIS Y EL NUEVO
OPORTUNISMO...

ROCHA...

Y ALGUNOS CONSEJOS PARA CUIDAR
LA FIGURA DURANTE ESTE VERANO,
CON VICTORIA HOLTZ.....

AHORA...ESTAN ESCUCHANDO EL
BIG BEN DEL PANORAMA
INTERNACIONAL...DESDE LA
CAPITAL BRITANICA...LA BBC DE
LONDRES...

(cápsula de la BBC)

UN PULSO DE LA CIUDAD CON
VICTOR SANDOVAL...

ADELANTE VICTOR....

*****SALIDA DE PATROCINIO*****

ANEXO J

ROCHA...

¿DE QUE SE ENOJA EL PRI?...

¿QUÉ TRAE VUELTOS LOCOS A SUS INTEGRANTES QUE NO SABEN AHORA NI PARA DONDE MOVERSE?...

¿ES EL PRESIDENTE ZEDILLO EL VILLANO DE LA PELÍCULA?...

¿QUÉ SUCEDIÓ CON LA UNIDAD PRIISTA Y ESA APARENTE FORTALEZA PREVIA AL FATÍDICO DOS DE JULIO?...

¿ES AHORA, EN VERDAD, CUANDO CONOCEREMOS AL NUEVO PRI?...

LA SEMANA QUE TERMINA HABRA DE SER TRISTEMENTE RECORDADA COMO UNA DE LAS MAS INTENSAS, DESGASTATES Y ANGUSTIANTES EN LOS 71 AÑOS DEL PRI...

YA DECIAMOS AYER QUE EL PARTIDO ESTA HOY EN CALIDAD DE HUÉRFANO...COMO HUÉRFANA ES TAMBIEN LA DERROTA, DE LA QUE NADIE QUIERE RECONOCER SU PATERNIDAD...

ALGUNAS VOCES DEL CENTRO Y OTRAS QUE SE DEJAN ESCUCHAR DESDE EL SUR, SEÑALAN ABIERTAMENTE AL PRESIDENTE ZEDILLO COMO EL TRAIDOR DE LOS PRIISTAS...

LO ACUSAN DE HABERSE PRECIPITADO...DE HABERSE ADELANTADO A JOSE WOLDENBERG, PRESIDENTE DEL IFE, AL RECONOCER A VICENTE FOX COMO TRIUNFADOR DE LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL...

UN RECONOCIMIENTO QUE, SEGÚN
EL LIDER DEL PRI EN CHIAPAS,
NADIE LE HABIA PEDIDO...

PERO UNO SE PREGUNTA...¿QUÉ
HABIA DE MALO EN QUE EL
PRESIDENTE ZEDILLO, EN SU
CALIDAD DE MÁXIMA AUTORIDAD
DEL PAIS, RECONOCIERA LA
TENDENCIA YA IRREVERSIBLE DE
LOS RESULTADOS ELECTORALES?...

Y UNA ACLARACIÓN QUE
CONSIDERAMOS PERTINENTE, EL
PRESIDENTE ZEDILLO HABLO A LA
NACIÓN A LAS ONCE Y SIETE DE LA
NOCHE...INMEDIATAMENTE DESPUES
DE LA APARICION DEL MAESTRO
WOLDENBERG EN CADENA
NACIONAL...

¿QUÉ PRETENDIAN ENTONCES
ALGUNOS PRIISTAS: QUE SE
OCULTARAN LOS RESULTADOS...QUE
SE RETRASARA SU DIFUSIÓN...QUE SE
CAYERA EL SISTEMA...QUE EL
PRESIDENTE SE MANTUVIESE AJENO
A UN ACONTECIMIENTO DE
IMPORTANCIA NACIONAL?...

NO SEÑORES...CREO QUE SU
MOLESTIA RADICA EN OTROS
SENTIDOS...

ANTES QUE NADA, EL SABERSE
PERDEDORES...EL TENER QUE
ACEPTAR LO QUE NUNCA
IMAGINARON...APRENDER A SER
OPOSICIÓN, ESA MISMA A LA QUE
SIEMPRE RECHAZARON...
ACOSTUMBRARSE A VIVIR FUERA
DEL PRESUPUESTO Y COMO UN
PARTIDO CUALQUIERA, YA SIN EL
APOYO IRRESTRICTO DEL ESTADO...

CIERTAMENTE EL PASO DEL TIEMPO
SE ENCARGARA DE UBICAR A ESTOS
PRIISTAS AHORA LASTIMADOS, EN
SU NUEVA REALIDAD...

Y QUE LO SEPAN DESDE AHORA, LA
PARTE ALFOMBRADA DEL CAMINO,
PUDO HABER QUEDADO YA ATRÁS...

PEDRO LOPEZ TIENE EL REPORTE Y
LAS MOLESTIAS DE LA MILITANCIA
PRIISTA, DISPUESTA AHORA A
DECIDIR EL FUTURO PARTIDISTA DEL
PRESIDENTE ZEDILLO...

(Llamada telefónica)

ANEXO K

México

EMAIL CHAT PAGINAS PERSONALES



STAR MEDIA

Jueves 10 de agosto de 2000

SHOPPING FOROS BUSCADOR

Adnet - Buscador - Chat - Clasificados - Deportes - Economía - Email - En Forma - Espectáculos -
 Eventos - Foros - Horóscopo - Internet Gratis1 - Juegos - Mensajes Instantáneos - Mujer - Música -
 Noticias - Páginas Personales - Postales - Ricardo Rocha - Romance - Shopping - Subastas -
 Tecnología - Tiempo - Viajes

¡Test
de Inglés
GRATIS!



Consejos
prácticos de
belleza...¡Aquí!

Inicio > Buscador

BUSCADOR

Ayuda | Comentarios | Recomienda un sitio | Traductor | Agrega Buscador a tu sitio

Buscar

Arte y Cultura

Antigüedades, Arquitectura, Más...

Ciencia Tecnología

Antropología, Arqueología, Más...

Compras

Artesanías, Artículos del Hogar, Más...

Computadoras

Año 2000, Descarga GRATIS, Más...

Comunidad

Folklore, Navidad, Más...

Deportes

Aeronáutica, Ajedrez, Más...

Economía

Agropecuaria, Bancos, Más...

Educación

Colegios, Cursos, Más...

Entretimiento

Adultos, Animación, Más...

Familia

Adicciones, Enfermedades, Más...

Gobierno

Embajadas, Ministerios, Más...

Local

Argentina, Bolivia, Más...

Noticias

Centroamérica, Clasificados, Más...

Referencias

Bibliotecas, Diccionarios, Más...

Sociedad

Asociaciones, Ecología, Más...

Viajes

Agencias de Viaje, Albergues, Más...

Lo Genial

Entra aquí y conoce las mejores Webs de habla hispana. Haz clic aquí.

Lo Nuevo

Entérate de lo último que esta sucediendo en Internet. Haz clic aquí.

Shopping

COMPAQ

¡Gánese Software Gratis con Compaq!



Estudie en el Extranjero

ANEXO L

Encuentra
cualquier
libro yaExcelencia
médica con
Salud Miami

Inicio > Ricardo Rocha

RICARDO ROCHA

Últimas noticias | De viva voz | Detrás del 2000 | Rocha: El testigo | Programación | DDN: La agencia



ENTREVISTA DEL DÍA

Hay coincidencias con el PRD: Sauri
El pasado lunes, la líder nacional del PRD, Amalia García envió cartas a sus homólogos del PRI, Dulce María Sauri Riancho y del PAN, Luis Felipe Bravo Mena, de gira por Sudamérica con Vicente Fox, para que se reunieran y empezar a trazar una agenda de interés común en temas prioritarios para el país. En entrevista "Detrás de la Noticia" la presidente del Revolucionario Institucional habló sobre lo que platicará este jueves con Amalia García.

Lee más | Video

VIDEO:

Ricardo Rocha te da la bienvenida! (Video)

download plug-in

Rocha Opina



Los mandamientos de la ley de Fox

Lee y comenta

Encuesta del día

¿Crees que si existe suficiente presión de la ciudadanía darían marcha atrás al Renave, tal como sucedió con el Suva?

- Sí
- No
- Me da igual



Detrás de la Noticia

Debate

¿Crees que Oscar Espinosa sea un "chivo expiatorio" del sexenio? ¿Podrá librar las acusaciones? ¿Escapará para evadir la justicia como lo hizo Mario Villanueva? ¿tiene derecho a un juicio justo? ¿Crees que su caso sea un asunto político? Compártenos tu opinión

Un día como hoy

Hoy Agosto 09

se conmemora

Es lanzada sobre Nagasaki,

la segunda bomba atómica.

No tuvo el mismo efecto

COMENTARIO FINANCIERO

Azucareros, a esperar sentados

A fin de cuentas, no tuvo un dulce final la disputa México-Estados Unidos en torno al tema del azúcar. La SECOFI no logró negociar con las autoridades del vecino del norte sobre las cuotas de exportación y el asunto tendrá que dirimirse en un panel de controversia respecto al Tratado de Libre Comercio.

Lee más



ULTIMAS NOTICIAS

Renave, va o no va

Continúa la polémica del Renave. Mientras funcionarios del gobierno federal y concesionarios del Registro Nacional de Automóviles, Renave, aseguran que no habrá marcha atrás en este asunto, pues esta sustentado en una ley, por tanto es obligatorio, gobiernos estatales y el del Distrito Federal y la mayor parte de los mexicanos que tiene automóvil, se oponen a este pago.

Lee más



ULTIMAS NOTICIAS

Renuncia Oscar Espinosa Villarreal

Como muestra de "buena fe" y una prueba de que no planea evadir la acción penal de la justicia, Oscar Espinosa Villarreal presentó su renuncia con carácter de irrevocable, al cargo de secretario de Turismo al

presidente Ernesto Zedillo, a las 21:00 horas de este martes, informó

Alonso Aguilar Zinser, abogado del ex regente capitalino.

Lee más

ULTIMAS NOTICIAS

Acepta Zedillo la renuncia de Espinosa

La presidencia de la República, aceptó este martes por la noche, la renuncia de Oscar Espinosa Villarreal al cargo de secretario de Turismo, mismo que desempeñaba desde el 5 de diciembre de 1997, con lo que

quedó desaforado automáticamente.
[Lee más](#)

ULTIMAS NOTICIAS

Más noticias

Una sacudida más

Espinosa todavía tiene fuero

El ex regente se esfumó

La Segob se solidariza con Espinosa

¿Quién es Espinosa Villareal?

StarMedia por arriba de sus competidores

Todos contra el Renave

Paro en Nuevo León por el Renave

Fox rechaza dolarizar la economía

Pactan continuidad en la lucha antidrogas

Narcotráfico, asunto de seguridad nacional

Sigue la controversia por el aborto

Cobraría Hacienda protección a ahorradores

Hipertensión amenaza a la población

devastador que tiene hoy,
pero "fat man" mata a más
de 70 mil personas.

Contáctanos

Para recibir más información
de DDN o mandar tus
comentarios, haz clic aquí.

Contenido provisto por:



**DETRÁS DE
LA NOTICIA**

ANEXO M



EDITORIAL DE LA SEMANA

Los mandamientos de la ley de Fox

por Ricardo Rocha

Cierto que para algunos de sus rabiosos seguidores es prácticamente un Dios. Un señor y dador de vida que ha venido a este desdichado pueblo para conducirnos a la dicha prometida y nunca alcanzada por la caterva de profetas balines y abusivos que lo han precedido. Un mesías al que no se le puede cuestionar ni tocar siquiera con el

pétalo de una rosa.

Si en la campaña deslumbró a sus seguidores, hoy la cargada es de tales dimensiones que hasta sus otros adversarios políticos se acercan reverentes y genuflexos en busca de su taumaturgia: un apretón de manos suyo bastará para sanar sus almas.

En este escenario de fulgores inéditos, intento pues un acercamiento a lo que será "el estilo personal de gobernar" de este hombre de carne y hueso -ojalá que de fibra y neurona también- que será el presidente de México del 2000 al 2006: Vicente Fox.

Primero: Amaré a México como a mi mismo

No se trata de discutir sus niveles de egotatría y vanidad. Lo cierto es que Fox ha transformado en tres años los usos y costumbres de la política en México, para lo cual se requiere una enorme dosis de amor propio. Ojalá que se quiera tanto que efectivamente quiera pasar a la historia como un gran presidente.

Segundo: Perdono y espero ser perdonado

Este hombre multifacético ha sorprendido a propios y extraños. A partir de la noche del 2 de julio sufrió una metamorfosis que lo ha llevado a ofrecer públicas y conmovedoras disculpas a adversarios y jueces que sólo pueden tener dos interpretaciones: una verdadera nobleza práctica o una habilidósísima maniobra para concentrar en sus manos los hilos del poder.

Tercero: Ayúdenme que yo los ayude

"Nada se hará sin consenso", dijo la noche de este 2 de agosto al ser ungido como presidente electo, para agregar: "...quiero pedirles que me reclamen cuando falle, pero sobre todo que me ayuden a gobernar..."
"¿De verdad tendrá este experto en curtimiento de pieles la suya propia para resistir la crítica?. Que tenga claro y que conste que ya no estamos en campaña

Cuarto: Sólo se que no creo en nada

En su libro "A Los Pinos", Fox recomienda "cuestionar todo y no dar nada por sentado. Las actuales prácticas han fracasado; setenta años de no innovar y cuestionar nos han orillado a estructuras totalmente anquilosadas; grandes áreas de gobierno donde ni los propios empleados te pueden explicar a qué se dedican".

En otras palabras: la ruta crítica en lugar de la grilla; los head hunters por el compadrazgo; la planeación gerencial desplazando a "la política". ¿Será?.

Quinto: Rechazaré a los lambiscones y a los adulfadores

Este sí es un desafío gigantesco, pero lo asume en su libro puntualizando: "...es una práctica terrible del burócrata y del funcionario

¿Puedo enseñar a los niños, ¿tendrá sermoneos por las escuelas y las
orejas para escuchar lo que debe y no lo que quiere? ¿Podrá gobernar
con los mejores y no con los lacayos?. Ya lo podrá ir demostrando.

Sexto: El neoliberalismo sí me gusta matarili lirilón

Aquí si no hay esperanzas. Ni postrados ante el altar foxiano cabría
esperar nuevos rumbos. Sus sacerdotes así lo anticipan: pobreza
subsidiada y reforzamiento del modelito. Ya lo comentábamos:
concentración de riqueza y extensión de pobreza. A los ivas me remito.
Resignación. A menos que se abra la gloria.

Séptimo: No negaré a mis amigos ricardos

Debió confesarse antes de comulgar. ¿Para qué negarlos en campaña?
¿Para tener que reconocerlos luego de la victoria? Total, es
característica que no habla necesidad de convertir en pecado.

Octavo: No desearé el capital de mi próximo

En el entendido de que está difícil que nos devuelvan Texas, Nuevo
México y anexas, Fox parece estar optando por una relación respetuosa
donde acaben, de una vez por todas, bufonadas como la certificación. El
problema es que de allá acá si están muy interesados en bocados tan
apetecibles como PEMEX y CFE, por mencionar solo dos casos.
Esperemos que el hombre de Guanajuato tenga el temperamento y los
conocimientos para impulsar sin entregar, para desarrollar sin pervertir.
Por lo pronto envía una buena señal viendo primero al Sur en el viaje
que hoy inicia- antes que a nuestros incómodos socios del TLC.

Noveno: Me conocerán de pensamiento, palabra y obra

Se ha discutido mucho sobre la ideología -o falta de ella- de Vicente Fox.
Podrán correr todavía más ríos de tinta en este cuestionamiento. Lo
único que si podemos y debemos exigir es congruencia. De sus
compromisos con sus actos. Si él no es dogmático, nosotros tampoco.

Décimo: Honraré al que se va, con todo y sus camarillas

A pesar del desaseo, no puede negarse que la intervención del todavía
presidente Ernesto Zedillo ha sido decisiva en el proceso democrático y
sustancial para la transición. La tersura de los días subsecuentes
anticipan el respeto y el cuidado de Fox para Zedillo y su familia. Lo que
preocupa es el dicho del pasado miércoles: "No gobernaré con
camarillas ni para camarillas ni contra camarillas". Los dos primeros
asertos son sin duda plausibles, pero ¿y el tercero?. ¿De verdad cree
Fox que las camarillas forjadas en la corrupción y la impunidad de
setenta años no deben ser juzgadas?. Más aún ¿cree que lo dejarán
gobernar sin triquiñuelas?. Espero que el presidente Fox reconside y
establezca claramente que, para la salud de la nación, es indispensable
cerrar tantos y tantos expedientes abiertos. ----

En suma, el balance de estos treinta días del nuevo Fox plantea
expectativas inusitadas y, de su parte, un enorme compromiso de cara a
la nación. Sí, querremos un presidente fuerte, vigoroso e imaginativo;
pero también acotado por la legalidad y las demandas populares .
Deseamos un auténtico líder y ya no más un mesías. A su imagen y
semejanza. Pero con las botas en la tierra. Que así sea.



Mándale tus comentarios a Ricardo Rocha

ANEXO N

CD. DE MEXICO, OCTUBRE 1999

INDICE IBOPE
RATINGS DE PERSONAS

LUNES A VIERNES
06:00 A 21:00 HRS.

CD.	DE MEXICO,	OCTUBRE 1999	RATINGS DE PERSONAS																	RTG
			8:00	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00		
A.M.			PRIC		A		A		A		A		A		A		A		GLOB	
1	XERF	FORMULA	870	050	120	100	101	081	108	087	067	035	020	018	017	024	029	035	040	
2	XERP	VARIABLES	1320	020	038	047	063	058	041	036	035	033	037	044	035	031	030	030	038	
3	XERED	RADIO RED	1110	058	082	070	058	028	022	022	015	015	018	017	021	029	027	022	033	
4	XERC	FONOGRAFIA	780	014	028	031	049	061	041	030	028	019	019	024	022	031	028	025	030	
5	XEBS	INFONOLA	1410	012	018	037	060	048	039	048	039	039	039	039	039	039	039	039	039	
6	XEFAJ	CONSULTA	1580	008	015	025	042	057	040	028	024	019	026	028	027	027	022	021	027	
7	XEX	NUOVA X 730	720	010	028	038	042	027	023	020	024	028	028	028	020	021	022	042	026	
8	XEDTL	LA CANDELA	680	010	021	028	031	038	031	028	025	021	034	027	020	016	024	033	026	
9	XECO	ROMANTICA	1380	010	020	035	043	039	028	021	021	019	025	021	025	029	029	028	026	
10	XECC	TIMOR G	840	005	008	028	034	032	024	021	025	017	018	022	028	036	027	032	025	
11	XEAT	RADIO JA	1470	008	017	020	021	037	025	027	028	025	024	025	028	021	021	021	025	
12	XEVOZ	BONITA	1580	005	018	022	040	035	025	020	018	020	031	029	021	019	022	029	024	
13	XEOD	RADIO MHL	1000	008	029	030	027	021	022	022	027	016	020	024	016	018	022	021	021	
14	XEQR	R CENTRO	1030	008	018	038	045	032	024	023	013	015	015	019	013	018	017	013	021	
15	XEW	"W"	800	019	022	035	033	032	023	017	020	013	012	016	014	010	018	017	020	
16	XEDF	RADIO UNO A	1500	003	009	012	020	027	028	028	025	019	021	021	013	015	016	013	018	
17	XEB	"B" GRANDE	1220	002	008	022	025	018	016	013	014	007	012	013	008	015	015	017	016	
18	XEPH	LA PANTERA	580	003	010	014	021	017	017	007	012	010	012	013	013	022	013	018	013	
19	XENK	RADIO 620	820	008	014	016	027	022	017	011	008	012	007	011	011	019	012	008	013	
20	XEMP	RADIO 710	710	003	016	017	022	018	013	008	010	013	010	014	015	014	008	013	013	
21	XEL	RADIO ACIR	1260	015	010	015	017	013	017	013	022	009	008	018	018	008	012	006	013	
22	XECC	MORA EAGT	1350	028	040	019	014	008	014	007	010	008	008	010	006	008	010	013	013	
23	XEFR	SUPER DEP.	1180	003	007	013	014	010	012	010	012	012	010	008	007	008	007	015	013	
24	XECMO	FORMATO 21	1150	003	018	026	022	009	007	008	010	007	008	014	008	005	008	010	011	
25	XEDA	RADIO 13	1280	008	015	015	015	014	015	011	008	008	004	006	005	005	006	010	010	
26	XEN	ONDAS LAGO	680	001	011	010	013	012	008	007	004	008	005	011	012	009	015	014	008	
27	XEABC	ABC RADIO	760	005	005	009	009	027	008	007	005	003	004	005	007	008	012	010	008	
28	XEEP	EDUCACION	1080	005	005	017	013	009	007	004	004	005	005	007	008	006	006	005	027	
29	XEST	CRYSTAL	1440	001	007	064	010	007	007	005	007	002	004	008	009	005	009	009	009	
30	XEUR	1530 TU MU	1530	001	004	007	013	013	011	008	007	002	004	007	006	005	006	007	007	
31	XEOC	CHAPULTEPEC	580	002	004	005	014	002	009	006	005	004	004	005	003	002	005	006	004	
32	XELA	BUENA MUS.	830	003	002	003	005	004	007	008	002	002	004	006	004	003	004	006	004	
33	XELN	UNIVERSIDAD	800	002	004	004	005	006	006	004	003	002	003	002	003	002	004	003	004	
1	XEQR	LA "Z"	107.3	058	084	1.28	1.48	1.56	1.28	1.02	1.19	1.16	1.23	1.37	1.23	1.49	1.68	1.51	1.28	
2	XERC	ENERGY 92.7	92.7	028	021	086	1.71	1.58	1.10	0.86	1.03	1.02	1.41	1.45	1.56	1.40	1.38	1.35	1.17	
3	XEQE	ERUBENA	82.8	031	025	1.08	1.20	1.21	1.18	1.06	1.24	1.08	1.09	1.12	0.92	1.20	0.89	1.12	1.05	
4	XEJP	ST. JOYA	93.7	030	050	0.86	1.24	1.05	0.78	0.60	0.75	0.71	0.91	0.88	0.83	0.80	0.68	0.54	0.77	
5	XEDF	RADIO UNO	104.1	018	035	0.49	0.90	0.81	0.70	0.54	0.65	0.51	0.87	1.12	0.84	1.01	0.98	1.02	0.73	
6	XHFAJ	ALFA 91.3	91.3	012	019	0.48	0.71	0.73	0.54	0.54	0.51	0.83	0.88	0.94	1.11	1.17	0.88	0.85	0.68	
7	XHSON	SABROSITA F	100.9	011	038	0.51	0.75	0.73	0.55	0.63	0.52	0.48	0.62	0.83	0.92	0.91	0.74	0.64	0.52	
8	XEDA	PULSAR FM	90.5	018	028	0.42	0.75	0.65	0.55	0.47	0.50	0.57	0.70	0.80	0.83	0.82	0.70	0.58	0.56	
9	XEOR	ORBITA 105	105.7	002	011	0.25	0.42	0.43	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	0.32	
10	XEX	VOX FM	101.7	011	030	0.44	0.58	0.53	0.52	0.34	0.52	0.65	0.60	0.60	0.54	0.54	0.55	0.49	0.49	
11	XHDL	R. ACTIVO	98.5	013	025	0.34	0.52	0.50	0.47	0.37	0.41	0.54	0.67	0.68	0.64	0.68	0.61	0.58	0.49	
12	XHPOP	DIGITAL 98	89.3	009	023	0.26	0.54	0.51	0.45	0.39	0.36	0.41	0.58	0.59	0.56	0.66	0.64	0.60	0.47	
13	XHFO	UNIVERSAL	82.1	018	041	0.83	0.45	0.49	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.44	0.46	
14	XHSH	INDOLVABLE	95.3	015	022	0.32	0.48	0.65	0.51	0.47	0.33	0.36	0.40	0.52	0.46	0.60	0.39	0.43	0.42	
15	XHMRD	GLOBO 106	104.9	003	022	0.25	0.42	0.53	0.54	0.43	0.48	0.42	0.38	0.41	0.44	0.47	0.64	0.50	0.41	
16	XEDY	MODERNA FM	85.7	011	028	0.36	0.50	0.64	0.43	0.39	0.35	0.78	0.28	0.41	0.43	0.39	0.39	0.36	0.38	
17	XEW	W RADICAL	86.9	005	014	0.23	0.41	0.35	0.28	0.28	0.28	0.22	0.30	0.39	0.34	0.33	0.37	0.43	0.28	
18	XERF	FORMULA FM	103.3	008	018	0.28	0.38	0.43	0.38	0.35	0.30	0.21	0.18	0.30	0.31	0.25	0.34	0.30	0.20	
19	XHDFM	MIX FM	108.5	003	014	0.23	0.33	0.29	0.28	0.21	0.30	0.35	0.23	0.27	0.24	0.39	0.42	0.29	0.27	
20	XHRED	RED FM	88.1	021	059	0.52	0.33	0.25	0.18	0.12	0.13	0.08	0.13	0.12	0.08	0.14	0.14	0.10	0.21	
21	XHME	ALFA 99	98.8	001	018	0.21	0.25	0.23	0.24	0.19	0.18	0.21	0.14	0.23	0.23	0.23	0.24	0.18	0.19	
22	XHMVS	STEREO 107	102.5	005	020	0.18	0.24	0.16	0.15	0.09	0.12	0.09	0.17	0.11	0.11	0.21	0.19	0.16	0.15	
23	XHMMS	STEREO 100	100.1	001	007	0.16	0.18	0.20	0.22	0.10	0.11	0.09	0.13	0.11	0.18	0.19	0.14	0.13	0.14	
24	XHIMER	OPUS 96	94.5	001	005	0.08	0.21	0.15	0.10	0.06	0.06	0.05	0.06	0.13	0.18	0.14	0.09	0.05	0.09	
25	XELN	UNIVERSIDAD	80.1	001	002	0.09	0.11	0.09	0.08	0.04	0.06	0.05	0.08	0.11	0.11	0.10	0.10	0.07	0.07	
26	XHUPC	POLITECNICO	95.7	000	000	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
SW/OT			002	001	002	003	004	002	004	002	004	003	002	002	005	005	003	004	004	003

INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO

Table 3

MEDIÓMETRO - RADIO
RATIOS DE PERSONASGLOBAL
LUNES A VIERNES

Caf. de México, ABRIL 2000

		6:00	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00
		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A
		7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	24:00
XEABC	-AM	0.02	0.04	0.03	0.10	0.12	0.13	0.04	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.04	0.06	0.04	0.02	0.02	0.02
XEEST	-AM	0.03	0.06	0.06	0.06	0.04	0.04	0.03	0.02	0.01	0.02	0.01	0.03	0.03	0.01	0.02	0.02	0.01	0.01
XEB	-AM	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
XEBS	-AM	0.05	0.12	0.20	0.24	0.16	0.15	0.12	0.06	0.06	0.03	0.02	0.02	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
XECHOQ	-AM	0.00	0.18	0.13	0.12	0.08	0.08	0.07	0.07	0.11	0.06	0.06	0.02	0.01	0.03	0.03	0.01	0.01	0.01
XECO	-AM	0.02	0.05	0.10	0.18	0.16	0.18	0.12	0.10	0.04	0.04	0.05	0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.02	0.01
XEDA	-AM	0.10	0.08	0.10	0.13	0.14	0.08	0.06	0.06	0.01	0.04	0.05	0.02	0.01	0.02	0.00	0.00	0.00	0.02
XEFNR	-AM	1.10	1.53	2.04	2.03	1.78	1.34	1.00	0.66	0.62	0.49	0.40	0.45	0.36	0.22	0.13	0.10	0.09	0.00
XEFP	-AM	0.02	0.06	0.06	0.06	0.06	0.07	0.05	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.01	0.01	0.00	0.01	0.01
XEFAJ	-AM	0.11	0.14	0.14	0.15	0.18	0.20	0.17	0.14	0.10	0.06	0.06	0.06	0.05	0.03	0.02	0.01	0.01	0.01
XEFR	-AM	0.03	0.12	0.10	0.08	0.04	0.03	0.06	0.22	0.27	0.18	0.04	0.01	0.01	0.02	0.03	0.01	0.02	0.02
XEL	-AM	0.11	0.20	0.35	0.44	0.42	0.36	0.25	0.18	0.17	0.06	0.08	0.07	0.03	0.04	0.04	0.03	0.04	0.02
XELA	-AM	0.08	0.82	0.44	0.21	0.15	0.17	0.28	0.32	0.17	0.09	0.05	0.03	0.02	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01
XELA	-AM	0.00	0.00	0.00	0.02	0.04	0.04	0.05	0.04	0.03	0.04	0.02	0.03	0.02	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00
XENP	-AM	0.03	0.04	0.05	0.03	0.03	0.02	0.04	0.02	0.02	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.02	0.03	0.02
XEN	-AM	0.02	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.02	0.02	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01
XENK	-AM	0.10	0.19	0.22	0.31	0.36	0.30	0.18	0.14	0.10	0.04	0.04	0.06	0.04	0.05	0.05	0.04	0.01	0.00
XEOC	-AM	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
XEOP	-AM	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
XEPH	-AM	0.00	0.02	0.04	0.05	0.06	0.08	0.05	0.02	0.02	0.02	0.03	0.05	0.08	0.03	0.00	0.01	0.01	0.00
XEQ	-AM	0.00	0.00	0.02	0.03	0.03	0.07	0.04	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01
XEOK	-AM	0.03	0.06	0.07	0.05	0.10	0.13	0.09	0.05	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.03	0.02	0.01	0.01	0.01
XEON	-AM	0.18	0.31	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43	0.43
XERC	-AM	0.25	0.45	0.70	0.87	0.81	0.87	0.59	0.47	0.29	0.24	0.16	0.14	0.12	0.10	0.10	0.06	0.02	0.03
XERED	-AM	1.18	1.70	1.70	1.35	0.71	0.48	0.45	0.41	0.35	0.21	0.14	0.14	0.14	0.16	0.16	0.15	0.17	0.12
XEAU	-AM	0.46	0.35	0.64	0.54	1.46	1.37	1.24	0.93	0.78	0.69	0.43	0.41	0.46	0.50	0.43	0.25	0.30	0.27
XEDL	-AM	0.00	0.00	0.01	0.01	0.03	0.04	0.02	0.01	0.02	0.02	0.01	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
XEDF	-AM	0.14	0.49	0.58	0.77	1.16	0.85	0.62	0.40	0.18	0.18	0.15	0.34	0.23	0.13	0.64	0.03	0.02	0.01
XELN	-AM	0.05	0.10	0.09	0.06	0.05	0.06	0.06	0.04	0.05	0.04	0.01	0.02	0.04	0.05	0.05	0.04	0.04	0.03
XEUN	-AM	0.01	0.02	0.03	0.07	0.09	0.09	0.08	0.09	0.07	0.06	0.04	0.02	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01
XEVOZ	-AM	0.04	0.10	0.10	0.13	0.11	0.07	0.07	0.11	0.08	0.06	0.07	0.08	0.05	0.08	0.10	0.14	0.10	0.00
XEW	-AM	0.12	0.24	0.31	0.30	0.28	0.15	0.14	0.10	0.07	0.06	0.04	0.01	0.04	0.02	0.06	0.06	0.06	0.04
XEK	-AM	0.07	0.28	0.41	0.56	0.65	0.54	0.42	0.35	0.32	0.27	0.20	0.14	0.09	0.08	0.07	0.06	0.03	0.00
NoSube	-AM	0.08	0.17	0.22	0.23	0.32	0.35	0.28	0.16	0.19	0.06	0.06	0.04	0.04	0.03	0.04	0.04	0.05	0.01
XEDA	-FM	0.12	0.37	0.38	0.33	0.19	0.14	0.16	0.17	0.20	0.19	0.11	0.06	0.13	0.15	0.12	0.04	0.04	0.03
XEDF	-FM	0.62	1.15	1.48	1.54	1.46	1.37	1.24	0.93	0.78	0.69	0.43	0.41	0.46	0.50	0.43	0.25	0.30	0.27
XEAP	-FM	0.89	1.56	1.88	1.93	2.08	1.92	1.33	0.74	0.86	0.57	0.44	0.33	0.26	0.24	0.15	0.15	0.14	0.12
XEHOL	-FM	0.29	0.54	0.78	0.93	1.10	0.95	0.86	0.72	0.59	0.55	0.65	0.67	0.63	0.40	0.36	0.31	0.19	0.15
XEOY	-FM	0.17	0.32	0.40	0.38	0.40	0.45	0.46	0.59	0.33	0.23	0.18	0.14	0.08	0.04	0.04	0.02	0.02	0.00
XEQ	-FM	0.21	0.30	0.68	0.95	1.14	1.18	1.00	0.87	0.64	0.43	0.25	0.27	0.25	0.18	0.13	0.08	0.06	0.00
XEFAJ	-FM	0.29	0.38	0.80	0.88	1.05	1.06	0.87	0.82	0.88	0.74	0.56	0.58	0.80	0.51	0.31	0.26	0.14	0.14
XEGR	-FM	0.33	0.65	1.12	1.82	2.04	2.06	1.89	1.34	1.07	0.83	0.60	0.52	0.43	0.30	0.15	0.13	0.15	0.12
XERC	-FM	0.32	0.81	1.85	2.07	1.85	1.70	1.54	1.30	0.99	0.83	0.78	0.83	0.78	0.64	0.28	0.24	0.27	0.18
XEFR	-FM	0.48	0.85	1.02	0.93	0.98	0.82	0.74	0.79	0.87	0.40	0.22	0.17	0.64	0.42	0.21	0.09	0.07	0.00
XEUN	-FM	0.02	0.04	0.10	0.08	0.09	0.09	0.07	0.06	0.08	0.07	0.05	0.03	0.04	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00
XEUN	-FM	0.31	0.48	0.56	0.67	0.69	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68	0.68
XHWRD	-FM	0.11	0.17	0.31	0.41	0.46	0.46	0.41	0.32	0.46	0.34	0.22	0.15	0.12	0.11	0.07	0.07	0.05	0.05
XHDFM	-FM	0.14	0.48	0.52	0.44	0.43	0.43	0.39	0.41	0.43	0.36	0.39	0.37	0.40	0.45	0.41	0.26	0.11	0.05
XHMF	-FM	0.16	0.38	0.54	0.80	0.56	0.50	0.43	0.45	0.44	0.37	0.34	0.31	0.48	0.43	0.28	0.18	0.15	0.11
XHSH	-FM	0.03	0.07	0.08	0.07	0.09	0.08	0.08	0.08	0.07	0.06	0.04	0.02	0.03	0.04	0.03	0.03	0.03	0.02
XHOF	-FM	0.15	0.26	0.40	0.53	0.59	0.72	0.71	0.63	0.50	0.38	0.29	0.28	0.30	0.31	0.29	0.23	0.20	0.14
XHPOP	-FM	0.33	0.89	0.83	0.86	0.87	0.91	0.83	0.79	0.70	0.64	0.54	0.51	0.63	0.77	0.54	0.37	0.35	0.25
XHSH	-FM	0.10	0.35	0.59	0.69	0.82	0.58	0.82	0.56	0.47	0.45	0.50	0.44	0.44	0.40	0.29	0.17	0.10	0.05
XHSON	-FM	0.10	0.17	0.32	0.48	0.56	0.53	0.53	0.48	0.50	0.33	0.17	0.12	0.11	0.09	0.04	0.10	0.10	0.06
XHAYS	-FM	0.01	0.05	0.05	0.05	0.08	0.08	0.09	0.04	0.05	0.03	0.02	0.04	0.05	0.04	0.03	0.04	0.04	0.04
XHRED	-FM	0.74	1.03	1.13	1.05	0.78	0.56	0.43	0.33	0.26	0.25	0.20	0.20	0.27	0.14	0.09	0.04	0.06	0.04
XHSH	-FM	0.14	0.26	0.30	0.31	0.32	0.29	0.21	0.14	0.18	0.15	0.15	0.18	0.13	0.07	0.06	0.06	0.10	0.10
XHMER	-FM	0.04	0.09	0.11	0.12	0.10	0.08	0.07	0.06	0.04	0.06	0.07	0.06	0.04	0.03	0.02	0.02	0.02	0.01
XHUPC	-FM	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.02	0.01	0.00	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00
XHIRM	-FM	0.00	0.00	0.01	0.02	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00
NoSube	-FM	0.08	0.15	0.27	0.41	0.64	0.61	0.46	0.29	0.21	0.26	0.17	0.17	0.12	0.06	0.09	0.06	0.10	0.05
TOT	-AM	4.25	7.70	9.40	9.82	9.52	8.20	6.34	5.23	4.29	3.02	2.26	2.11	2.09	1.76	1.38	1.13	0.90	0.55
TOT	-FM	6.56	12.23	16.25	18.70	20.41	18.53	17.23	14.46	13.13	10.84	8.70	7.47	7.75	6.78	4.93	3.52	3.10	2.48
TOT	-SW	10.13	19.14	26.34	28.53	28.65	26.73	23.64	19.55	14.44	13.99	11.43	9.41	9.48	8.38	6.31	4.28	3.22	2.14
EN	-TOT	10.93	20.07	25.99	29.14	30.71													

INTERNATIONAL RESEARCH MEXICO

Tabla 3

MEDICAMENTO - RADIO
RATINGS DE PERSONASGLOBAL
LUNES A VIERNES

Cd. de México, MAYO 2000

		8:00		9:00		10:00		11:00		12:00		13:00		14:00		15:00		16:00		17:00		18:00		19:00		20:00		21:00		22:00		23:00	
		A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	
XEABC	-AM	0.06	0.10	0.10	0.16	0.18	0.12	0.07	0.06	0.03	0.03	0.02	0.01	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	
XEEST	-AM	0.02	0.05	0.07	0.08	0.05	0.08	0.05	0.06	0.05	0.04	0.04	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XEB	-AM	0.00	0.01	0.01	0.02	0.02	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XEBS	-AM	0.09	0.17	0.25	0.28	0.31	0.20	0.15	0.07	0.04	0.05	0.02	0.01	0.01	0.02	0.01	0.01	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	0.02	0.01	
XECMCQ	-AM	0.10	0.13	0.10	0.08	0.09	0.09	0.07	0.08	0.12	0.07	0.06	0.05	0.05	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	
XECO	-AM	0.01	0.04	0.10	0.21	0.19	0.17	0.11	0.05	0.04	0.03	0.02	0.05	0.03	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	
XEDA	-AM	0.07	0.05	0.07	0.13	0.05	0.08	0.03	0.08	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XEFR	-AM	1.24	1.66	1.32	1.14	1.06	1.81	1.23	1.06	0.84	0.54	0.38	0.33	0.36	0.32	0.24	0.19	0.15	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
XEEP	-AM	0.03	0.06	0.10	0.13	0.13	0.12	0.07	0.06	0.03	0.01	0.01	0.03	0.03	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	
XEFAJ	-AM	0.05	0.05	0.18	0.23	0.21	0.20	0.13	0.13	0.10	0.07	0.04	0.05	0.02	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	
XEFR	-AM	0.02	0.22	0.16	0.07	0.06	0.06	0.07	0.25	0.20	0.04	0.04	0.02	0.07	0.09	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	
XEJP	-AM	0.10	0.22	0.26	0.46	0.50	0.43	0.21	0.15	0.14	0.16	0.12	0.13	0.09	0.07	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	
XEL	-AM	0.14	0.56	0.80	0.28	0.25	0.15	0.11	0.39	0.36	0.11	0.05	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	
XELA	-AM	0.00	0.00	0.01	0.04	0.03	0.03	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	
XENP	-AM	0.02	0.02	0.07	0.07	0.04	0.02	0.01	0.02	0.04	0.02	0.01	0.02	0.04	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XEN	-AM	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XENK	-AM	0.08	0.12	0.18	0.27	0.35	0.31	0.24	0.20	0.14	0.11	0.06	0.06	0.06	0.05	0.02	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	
XEOC	-AM	0.00	0.00	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XEOY	-AM	0.03	0.06	0.15	0.17	0.20	0.19	0.25	0.24	0.14	0.06	0.06	0.06	0.06	0.05	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	
XEPH	-AM	0.04	0.08	0.10	0.10	0.15	0.17	0.18	0.14	0.10	0.09	0.09	0.09	0.09	0.07	0.04	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	
XEO	-AM	0.00	0.01	0.02	0.02	0.02	0.03	0.03	0.04	0.05	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	
XEOK	-AM	0.05	0.06	0.06	0.21	0.03	0.02	0.01	0.00	0.00	0.01	0.02	0.02	0.02	0.04	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	
XEOR	-AM	0.14	0.31	0.35	0.36	0.32	0.34	0.35	0.28	0.14	0.15	0.13	0.10	0.05	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XERC	-AM	0.23	0.46	0.89	0.87	1.05	0.92	0.71	0.63	0.56	0.34	0.21	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	
XERED	-AM	1.12	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	1.46	
XEAJ	-AM	0.08	0.35	0.82	0.59	0.54	0.40	0.25	0.23	0.11	0.08	0.06	0.06	0.41	0.33	0.08	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XEDTL	-AM	0.00	0.00	0.01	0.04	0.04	0.04	0.04	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
XEDF	-AM	0.08	0.24	0.47	0.77	1.21	1.06	0.83	0.36	0.19	0.12	0.11	0.23	0.18	0.14	0.07	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	
XELU	-AM	0.02	0.08	0.18	0.23	0.11	0.08	0.07	0.05	0.06	0.06	0.05	0.02	0.04	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	
XEJR	-AM	0.02	0.03	0.08	0.08	0.11	0.13	0.13	0.12	0.09	0.07	0.07	0.02	0.04	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	
XEJOZ	-AM	0.07	0.18	0.22	0.23	0.20	0.21	0.19	0.13	0.09	0.09	0.07	0.07	0.03	0.03	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	
XEVA	-AM	0.24	0.27	0.36	0.36	0.34	0.26	0.16	0.09	0.14	0.09	0.07	0.05	0.03	0.03	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	
XERJ	-AM	0.03	0.09	0.23	0.42	0.51	0.36	0.31	0.20	0.28	0.23	0.17	0.09	0.08	0.07	0.06	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	
McSabá	-AM	0.04	0.27	0.46	0.51	0.49	0.45	0.32	0.34	0.24	0.17	0.13	0.14	0.13	0.11	0.08	0.07	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	
XEDA	-FM	0.08	0.27	0.32	0.30	0.25	0.25	0.28	0.18	0.15	0.05	0.05	0.03	0.08	0.07	0.06	0.03	0.06	0.07	0.06	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	
XEDF	-FM	0.57	0.96	1.40	1.70	1.55	1.32	1.09	0.82	0.79	0.82	0.45	0.39	0.46	0.53	0.50	0.32	0.53	0.50	0.32	0.53	0.50	0.32	0.53	0.50	0.32	0.53	0.50	0.32	0.53	0.50	0.32	
XJFO	-FM	0.30	0.65	1.13	1.30	1.40	1.35	1.14	0.96	0.81	0.55	0.54	0.36	0.39	0.33	0.28	0.22	0.14	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
XEJP	-FM	0.87	1.57	2.08	2.22	2.05	1.80	1.25	0.59	0.42	0.51	0.43	0.31	0.25	0.30	0.35	0.20	0.16	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
XHDL	-FM	0.40	0.57	0.76	0.91	0.96	0.98	0.80	0.55	0.81	0.65	0.63	0.62	0.67	0.48	0.34	0.32	0.25	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
XEOY	-FM	0.17	0.23	0.35	0.47	0.50	0.51	0.34	0.33	0.33	0.18	0.14	0.06	0.05	0.08	0.07	0.04	0.04	0.0	0.0</													

A.M.																														
1	XEJFR	VANUAKA	870	0.78	1.43	1.41	1.00	0.74	0.81	0.62	0.47	0.31	0.31	0.33	0.34	0.34	0.48	0.27	0.18	0.17	0.24	0.11	0.82							
2	XEJF	VANDADIES	1320	0.18	0.47	0.68	0.68	0.40	0.37	0.24	0.23	0.28	0.26	0.40	0.48	0.48	0.60	0.42	0.23	0.18	0.97	0.46								
3	XERC	FONDOROLA	780	0.17	0.32	0.42	0.38	0.41	0.23	0.35	0.33	0.28	0.26	0.44	0.40	0.38	0.45	0.32	0.14	0.11	0.66	0.27								
4	XERED	RADIO RED	1110	0.18	0.38	0.78	0.55	0.26	0.24	0.24	0.21	0.14	0.24	0.27	0.24	0.22	0.25	0.28	0.10	0.07	0.63	0.27								
5	XEBS	BYNDFOLA	1410	0.11	0.11	0.64	0.70	0.64	0.44	0.28	0.28	0.28	0.32	0.34	0.22	0.22	0.31	0.37	0.01	0.13	0.96	0.34								
6	XEDY	RADIO ML	1000	0.08	0.40	0.45	0.81	0.38	0.27	0.17	0.17	0.21	0.34	0.31	0.22	0.21	0.22	0.23	0.17	0.10	0.63	0.38								
7	XECO	ROMANTICA	1380	0.08	0.14	0.24	0.58	0.45	0.22	0.32	0.37	0.17	0.18	0.23	0.26	0.27	0.25	0.37	0.16	0.10	0.58	0.28								
8	XEFAL	COBINITA	1890	0.06	0.10	0.30	0.48	0.33	0.24	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.40	0.37	0.23	0.34	0.18	0.18	0.63	0.28								
9	XEVOZ	BOMITA	1890	0.06	0.11	0.37	0.48	0.43	0.23	0.28	0.33	0.27	0.28	0.28	0.28	0.28	0.28	0.18	0.26	0.18	0.11	0.67	0.27							
10	XEAT	AMITROPOL	1470	0.07	0.17	0.23	0.30	0.34	0.27	0.20	0.26	0.26	0.22	0.31	0.27	0.28	0.29	0.19	0.13	0.10	0.16	0.28								
11	XEER	REPUBLICA	730	0.06	0.10	0.28	0.28	0.28	0.28	0.26	0.26	0.27	0.19	0.20	0.29	0.24	0.18	0.20	0.13	0.11	0.24	0.22								
12	XEDYL	LA CANDELA	600	0.08	0.09	0.28	0.42	0.31	0.17	0.22	0.18	0.12	0.33	0.23	0.27	0.26	0.22	0.18	0.89	0.08	0.88	0.22								
13	XEOR	R. CANTAO	1030	0.08	0.21	0.28	0.40	0.34	0.24	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.23	0.18	0.09	0.07	0.04	0.21								
14	XEOF	RADIO LA B	1800	0.04	0.08	0.12	0.28	0.25	0.22	0.23	0.25	0.14	0.14	0.18	0.22	0.26	0.26	0.18	0.13	0.08	0.03	0.21								
14	XEIO	CINQUE D ORO	840	0.08	0.08	0.17	0.24	0.25	0.18	0.13	0.18	0.18	0.18	0.13	0.25	0.22	0.26	0.18	0.69	0.69	0.03	0.18								
16	XEUV	RAMA FLOR	800	0.13	0.20	0.24	0.26	0.22	0.17	0.18	0.11	0.12	0.09	0.14	0.10	0.12	0.20	0.22	0.58	0.07	0.10	0.17								
17	XEMP	RADIO 710	710	0.03	0.08	0.12	0.30	0.18	0.23	0.18	0.18	0.08	0.10	0.10	0.08	0.11	0.18	0.18	0.68	0.12	0.38	0.16								
18	XEB	"B GRANDE	1220	0.02	0.07	0.14	0.18	0.14	0.10	0.12	0.08	0.07	0.08	0.14	0.15	0.15	0.18	0.18	0.18	0.04	0.21	0.18								
18	XEOK	HORA EXACT	1360	0.26	0.28	0.18	0.17	0.07	0.06	0.09	0.11	0.08	0.04	0.09	0.10	0.10	0.08	0.07	0.06	0.18	0.08	0.18								
20	XENK	RADIO 830	820	0.02	0.07	0.08	0.18	0.18	0.14	0.10	0.08	0.07	0.13	0.20	0.12	0.17	0.07	0.06	0.09	0.03	0.11									
21	XEL	RADIO 630	1200	0.05	0.08	0.12	0.18	0.10	0.14	0.11	0.11	0.08	0.10	0.08	0.13	0.11	0.18	0.14	0.08	0.08	0.02	0.11								
22	XEFR	SUPERA DEP.	1180	0.03	0.05	0.13	0.17	0.11	0.07	0.08	0.08	0.12	0.11	0.11	0.08	0.10	0.14	0.08	0.04	0.04	0.03	0.18								
23	XEPH	LA PANTEIRA	690	0.04	0.03	0.08	0.14	0.12	0.10	0.08	0.08	0.08	0.08	0.18	0.10	0.10	0.07	0.08	0.04	0.06	0.68	0.68								
24	XEEP	EDUCACION	1080	0.02	0.08	0.24	0.24	0.18	0.12	0.07	0.04	0.03	0.08	0.08	0.08	0.07	0.08	0.06	0.03	0.03	0.01	0.88								
26	XEDA	RADIO 13	1280	0.03	0.08	0.13	0.17	0.13	0.11	0.07	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.07	0.10	0.12	0.08	0.04	0.68	0.68								
26	XEST	NOTICIAS 14	1440	0.03	0.04	0.10	0.12	0.14	0.08	0.08	0.04	0.08	0.08	0.08	0.14	0.18	0.12	0.08	0.06	0.06	0.03	0.68								
27	XEUR	1820 TU MU	1830	0.02	0.02	0.04	0.12	0.14	0.13	0.07	0.08	0.08	0.08	0.07	0.08	0.06	0.10	0.18	0.06	0.07	0.04	0.88								
28	XEN	ONDAS LAGO	890	0.01	0.02	0.03	0.13	0.08	0.04	0.04	0.04	0.08	0.04	0.06	0.04	0.04	0.08	0.08	0.13	0.04	0.04	0.61								
28	XEABC	ABC RADIO	780	0.04	0.04	0.08	0.08	0.05	0.03	0.05	0.06	0.04	0.04	0.04	0.06	0.06	0.08	0.07	0.12	0.05	0.98	0.98								
30	XECMO	FORMATO 21	1150	0.03	0.08	0.08	0.08	0.07	0.08	0.04	0.04	0.04	0.04	0.06	0.07	0.08	0.08	0.10	0.08	0.06	0.03	0.88								
31	XELA	BUENA MUS.	830	0.01	0.04	0.04	0.07	0.08	0.08	0.04	0.03	0.02	0.03	0.03	0.04	0.04	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.84								
32	XEUN	UNIVERSIDAD	800	0.00	0.04	0.08	0.10	0.07	0.08	0.03	0.03	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.03	0.11	0.03	0.03	0.88	0.84								
33	XEDC	CHAPULTEPEC	860	0.00	0.03	0.04	0.08	0.08	0.08	0.04	0.02	0.03	0.03	0.04	0.02	0.01	0.04	0.04	0.01	0.02	0.00	0.88								
P.M.																														
1	XEOR	LA "Z"	107.3	0.78	1.08	1.28	1.77	1.42	1.80	1.26	1.24	1.10	1.22	1.81	1.49	1.57	1.89	1.58	0.84	0.73	0.31	1.37								
2	XEIO	KERUENA	828	0.21	0.20	0.27	0.20	0.21	0.28	0.24	0.27	0.25	0.24	0.27	0.27	0.20	0.21	0.24	0.76	0.62	0.26	1.37								
3	XERC	ENERGY 87.7	87.7	0.27	0.42	0.58	1.18	1.24	0.88	1.00	0.95	0.84	0.82	1.33	1.20	1.23	1.16	1.11	0.48	0.28	0.16	1.00								
4	XEOF	RADIO 830	104.1	0.30	0.45	0.77	1.29	1.12	1.08	0.97	0.86	0.84	0.88	0.89	0.89	0.89	1.41	0.87	1.78	0.98	0.83									
5	XEJF	ST. JOY A	93.7	0.68	0.87	1.08	1.34	1.34	0.87	0.80	0.88	0.80	0.80	0.83	0.78	0.80	0.84	0.80	0.82	0.80	0.43	0.88								
6	XHSDN	BARRIOSITA F	100.8	0.17	0.31	0.65	0.77	0.68	0.68	0.58	0.62	0.64	0.72	0.80	0.88	1.11	1.08	0.86	0.48	0.38	0.18	0.72								
7	XHFAJ	ALFA 87.3	81.3	0.24	0.31	0.35	0.61	0.58	0.51	0.48	0.48	0.48	0.48	0.81	0.81	0.81	0.88	0.45	0.37	0.30	0.88									
8	XHOF	ORBITA 106	105.7	0.11	0.18	0.21	0.48	0.48	0.44	0.33	0.47	0.38	0.44	0.87	0.87	0.72	0.71	0.77	0.45	0.47	0.32	0.88								
9	XEX	VOZ FM	107.3	0.12	0.18	0.24	0.48	0.45	0.52	0.42	0.53	0.49	0.57	0.68	0.66	0.61	0.67	0.48	0.31	0.26	0.18	0.47								
10	XHSH	INOLVIDABLE	95.3	0.18	0.31	0.38	0.48	0.42	0.53	0.48	0.40	0.42	0.48	0.80	0.82	0.81	0.89	0.52	0.13	0.20	0.06	0.47								
11	XHFO	UNIVERSAL	92.1	0.18	0.33	0.48	0.55	0.53	0.62	0.53	0.48	0.43	0.48	0.80	0.43	0.48	0.48	0.33	0.24	0.18	0.68									
12	XHDL	R. ACTIVO	98.5	0.13	0.18	0.27	0.45	0.45	0.43	0.41	0.32	0.37	0.38	0.80	0.89	0.84	0.80	0.53	0.43	0.38	0.25	0.44								
13	XHNRD	EXA 104.8	104.8	0.10	0.20	0.23	0.38	0.45	0.38	0.30	0.34	0.34	0.48	0.82	0.87	0.80	0.21	0.28	0.12	0.68										
14	XHXY	FM ORO	89.7	0.07	0.25	0.40	0.51	0.52	0.48	0.40	0.28	0.38	0.48	0.34	0.34	0.48	0.48	0.40	0.37	0.18	0.17	0.68								
15	XEDA	IMAGEN HD	90.6	0.12	0.18	0.29	0.44	0.43	0.48	0.37	0.34	0.38	0.80	0.55	0.38	0.41	0.30	0.36	0.17	0.12	0.29	0.97								
16	XHPPO	DIBITAL 88	99.3	0.08	0.13	0.18	0.31	0.40	0.40	0.38	0.37	0.24	0.40	0.83	0.48	0.48	0.67	0.52	0.28	0.30	0.68	0.37								
17	XHFRF	FOMALHA FM	102.3	0.03	0.08	0.11	0.48	0.45	0.33	0.24	0.27	0.24	0.27	0.58	0.60	0.60	0.60	0.18	0.17	0.11	0.68									
18	XHXM	AJUX 88	88.8	0.12	0.24	0.34	0.34	0.23	0.28	0.20	0.18	0.38	0.38	0.30	0.22	0.28	0.30	0.24	0.18	0.17	0.54	0.68								
19	XHWD	W RADICAL	88.8	0.02	0.18	0.24	0.23	0.21	0.23	0.28	0.22	0.23	0.27	0.28																

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, Jesús. *Técnicas de Información por Radio y Televisión. Técnica o lenguaje: audio y video*. UNAM. 1ª edición. México. SUA. FCPyS. 1995

Alva, Alma Rosa. *La televisión del 2000 en su cincuentenario*. Revista Mexicana de Comunicación. Año 13. Número 68. México. Marzo-Abril 2001.

Bethencourt, Tomás. *Sistemas de televisión. Clásicos y avanzados*. Instituto oficial de radio y televisión. Madrid. 1990.

Crovi, Delia. *La televisión por cable: El caso mexicano*. FCPyS. UNAM. 1ª edición. México. 1990

Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Tusquets. 1ª edición. México. 1995.

Espinosa, Angel. *Construcción y elaboración del proyecto de tesis: elementos, propuestas y críticas*. UNAM. ENEP Aragón. México. 1988

Fang, Irving. *Noticias por televisión*. Ed. Mar y Mar. 1ª edición. Buenos Aires. 1977.

Fernández, Federico, José Martínez A. *La dirección de producción para cine y televisión*. Paidós. España. 1992

Giddens, Anthony. *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Taurus. 1ª edición. México. 2000

Gómez López, Alberto. *Acontecimientos sociales, avances técnicos en noticiarios radiofónicos matutinos en el Valle de México*. FCPyS. UNAM: México. 2000.

Gutierrez, Mónica. *Manual de Periodismo Televisivo*. Trillas. 1ª edición. México. 1997

Ibáñez B. Berenice. *Manual para la elaboración de tesis*. Trillas. 1ª edición. México. 1990.

Lopez, Manuel. *Cómo se fabrican las noticias*. Fuentes, selección y planificación. Paidós. 1ª edición. España. 1995.

Llorens, Vicente. *Fundamentos tecnológicos de video y televisión*. Paidós. 1ª edición. España. 1995.

Martínez A. José. *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. Paidós. 3ª edición. España. 1992.

Martínez A. José Luis. *La información en una sociedad industrial: Función social de los mass media en un universo democrático*. Tecnos. 2ª edición. Madrid. 1981

Newman F. John. *Periodismo radiofónico*. Limusa. 2ª edición. México, 1991

Oliva, Lucía. *Las noticias en televisión*. Paidós. España. 1992

Ortiz, Miguel Angel, Jesús Marchamalo. *Técnicas de comunicación en radio: la realización radiofónica*. Paidós. 1ª edición. España. 1994.

Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus. 1ª edición. México. 1997

Siller, Bob. *Las noticias por radio y televisión*. Libreros Mexicanos Unidos. México. 1965.

Taborga, Torrico. *Cómo hacer una tesis*. Grijalbo. 3ª edición. México. 1982.

Utz, Peter. *Manual moderno de equipos de video, grabación, filmación, edición, y audio*. Prentice Hall Hispanoamericana. México. 1992.

Yorke, Ivor. *Periodismo en televisión*. Limusa. 1ª edición. México. 1994.

Revista Epoca no.474. semanario 4 julio 2000

Revista Expansión no. 824. 19 septiembre 2001