



**Universidad Nacional Autónoma de
México**

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Ciencias de la Comunicación**

**“México al Día, Espacio Informativo del Gobierno Federal”
*Análisis del noticiario***

TESINA

Que presenta **María Macarena García Vallarta Zepeda**
para obtener el título de licenciada en Ciencias de la Comunicación

Director de tesina: Lic. Enrique Pérez Quintana

Ciudad Universitaria, febrero 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Índice

Introducción	6
Antecedentes.....	8
1 Modelos de Comunicación	23
1.1 Características de un Noticiero.....	28
1.2 Objetivo General de México al Día.....	29
2 Dirección de Información	31
2.1 Línea editorial.....	32
2.2 Cobertura informativa	36
2.3 Estructura del Noticario.....	38
2.4 Balance entre información gubernamental y complementaria.....	39
2.5 Jerarquización de notas.....	40
2.6 Conformación de la Escaleta.....	41
2.7 Dirección de Investigación.....	44
2.8 Proceso de las notas hasta producción	46

3	Dirección de Producción	48
3.1	Conformación del área de producción	49
3.2	El audio en las notas.....	50
3.2.1	Voz off e insertos de entrevistas.....	50
3.2.2	Ambientales.....	51
3.2.3	Incidentales	51
3.2.4	Música original o de librería y derechos	51
3.3	Proceso de Producción para las notas	52
3.4	Ventajas de una producción en vivo	53
3.5	Características del Vestido de Pantalla y su influencia en el programa	54
3.6	Cómo se conjunta el Vestido de pantalla con la ambientación del foro para el programa.....	59
4	Cobertura	60
5	Conclusiones.....	64
6	Glosario	70
7	Bibliografía	72
8	Entrevistas.....	74

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a todos y cada uno de ustedes, ya que sin su apoyo, paciencia y comprensión esto no habría sucedido.

A Rodrigo, el sol de mi vida, gracias Mi Amor por existir y ser como eres.

A René, por todos estos años juntos, luchando por ser mejores, admiro tu lealtad, rectitud y amor. Te quiero.

A mis papás gracias por darme la vida.

A mis hermanos, Luis, Xavier y Antonio, compañeros de juegos y grandes luchadores, los quiero y los admiro.

A las familias Keller Pérez , Testelli Vaquero y Palavicini Sánchez, por estar ahí en momentos difíciles de mi vida y permitirme ser parte de la suya.

A Criss y Ernesto, contar con amigos como ustedes es invaluable, mi eterno cariño y agradecimiento.

A Ceci, Gabita y Aurelio, por esa gran oportunidad que me abrió la posibilidad de crecer y llegar a donde estoy, mi cariño y respeto.

A mi Prof. Enrique Pérez Quintana, por su labor dedicada a sus alumnos, es un gran Profesor, mi cariño para usted.

A mis Sinodales, por permitirse dedicar su valioso tiempo en leer este trabajo.

A Dios, por estar a mi lado y cuidarme.

Y a todas las personas que en algún momento de mi vida han estado cerca.

Introducción

El ser humano por naturaleza ha tenido la necesidad de comunicarse, siempre ha buscado la forma de hacerlo, al principio con objetos que tenía a su alcance y que fue modificando, posteriormente surgieron otros instrumentos como la imprenta, hasta la invención y evolución tecnológica de los diferentes medios masivos de comunicación que la ha facilitado aún más, como la Internet y la televisión.

La televisión, es un instrumento muy completo por que integra imagen, audio y textos, y ha sido el medio más poderoso desde hace sesenta años, y que por sus características logra un impacto inmediato y directo.

Además funciona como un medio para hacer llegar entretenimiento e información a la gente, como un Canal que difunde a grandes distancias hasta el receptor que recibe y decodifica, y que en algunos casos es posible obtener una retroalimentación para cerrar de esta forma un sistema de comunicación.

En México tanto la televisión privada como la pública, registran rezagos en cuanto a su contribución al desarrollo social. La televisión privada se han limitado en la mayoría de los casos a producir temas para obtener ganancias, su interés es el lucro. La televisión pública, con recursos insuficientes, no ha logrado crear

conciencia sobre las principales necesidades de la población más desprotegida del país.

En esta tesina se analizará el programa de “México al Día” con una metodología que vaya de lo general a lo particular, es decir, una metodología deductiva, ya que va desde los conceptos de lo que es la televisión en México y de las bases de lo que es un noticiario, hasta llegar a cada uno de los elementos que integran el programa, como es forma de difundir la información, los gráficos o vestido de pantalla, la música, formato del programa y las secciones que lo conforman.

Además de conocer los objetivos del programa, su línea editorial, la cobertura informativa y su estrategia de difusión.

Para lo anterior, se desmenuzará la estructura de los mismos viendo el número de bloques, su conformación informativa, el balance que hay entre la información gubernamental e información complementaria como: deportes, espectáculos, noticias internacionales y clima, entre otros.

Antecedentes

Breve historia de la Televisión Mexicana

Mientras en 1939 la televisión en blanco y negro ya funcionaba en algunos países, en México en Ing. Enrique González Camarena, inventa la televisión a color, gracias a su Sistema Tricomático de Campos, obteniendo la patente en este país como en Estados Unidos el 19 de agosto de 1940. Este sistema de televisión es utilizado por primera vez con fines científicos transmitiendo desde la Escuela Nacional de Medicina lecciones de anatomía en el año de 1951, en la actualidad es utilizado por la NASA en sus naves espaciales.

La primera transmisión en blanco y negro en México se realiza desde el cuarto de baño del Ing. González Camarena un 19 de agosto de 1946. El 07 de septiembre del mismo año se inaugura la primera estación experimental de televisión en Latinoamérica con las siglas XEIGC que transmitió un día a la semana durante dos años un programa artístico y de entrevistas. En 1948 su transmisión fue diaria desde el Palacio de Minería de la “Primera Exposición Objetiva Presidencial”, que fue vista mediante los receptores distribuidos en Centros Comerciales.

Oficialmente surge como televisión mexicana el 31 de agosto de 1950, siempre con fines informativos. El 1° de septiembre del mismo año se realiza la primera transmisión desde la Cámara de Diputados con el Informe Presidencial de Miguel Alemán Valdés, y

por la tarde se presentó el primer programa informativo llamado “Noticias con Gonzalo Castelot”.

Es importante destacar que durante las primeras décadas, los servicios noticiosos de televisión estuvieron manejados por algunos de los principales periódicos, de esta manera todo lo referente a la información era proporcionada por ellos mismos y la televisión se encargaba únicamente de ilustrarla.

Breve historia de la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE)

En 1964 nace la Dirección General de Educación Audiovisual de la Secretaría de Educación Pública, que a través del uso de medios de comunicación, buscaba nuevas alternativas de educación con el fin de abatir el rezago educativo, principalmente en zonas rurales

Para 1981 se realiza un cambio de denominación, con la ampliación de funciones de la Dirección, que ahora también produce series culturales; se convierte entonces en la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECE).

Y en 1988 la UTECE transfiere la programación cultural al recién creado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), para abocarse exclusivamente a la producción y

la transmisión de programas educativos. Cambiando su denominación a Unidad de Televisión Educativa (UTE).

El 13 de diciembre de 1995, la UTE inicia la transmisión de programas educativos a través de la Red Satelital de Televisión Educativa (Red Edusat); mediante la distribución de equipo (antenas parabólicas, decodificadores y televisores) a planteles educativos estratégicamente ubicados en todo el país.

La SHCP el 31 de marzo de 1999, determina procedente la modificación de estructura de la UTE, dando una nueva denominación al organismo: Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE).

El 19 de enero de 2005 se pone en marcha el Canal Aprende TV, proyecto impulsado por la SEP y la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable cuyo objetivo es transmitir diversas producciones educativas.

Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México

En México, la comunicación masiva y los contenidos de las tecnologías digitales experimentan transformaciones sin precedentes.

Los contenidos de los medios se están moviendo en la dirección del sensacionalismo apolítico en la medida en que se consolida el neoliberalismo económico.¹

Para van Cuilenberg, la intervención del Gobierno en los contenidos no es recomendable: no hay forma de operacionalizar el concepto de calidad.²

En los últimos 20 años, México ha pasado de un esquema de políticas nacionalistas y proteccionistas a otro de desregulación y liberación de los medios electrónicos y las telecomunicaciones.³

En 1982, en el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado se decidió abrir la economía. México ingresó al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) y dio como resultado la privatización y desregularización de muchas áreas productivas y de comercialización, estos cambios afectaron a los medios electrónicos y de telecomunicaciones.

Con el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, en 1990, se buscó la apertura del mercado de telecomunicaciones privatizando la cadena televisiva estatal IMEVISIÓN (actualmente TV AZTECA), de esta manera surgió la primera competencia a TELEVISIA.

¹ Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. El Estado frente a las estructuras de propiedad y control; José Carlos Lozano Rendón; [perspectivagrabar.asp?idarticulo=3&rev=55.htm](#); 24 octubre 2010.

² ídem

³ ídem

A partir de 1992, el gobierno mexicano adopta políticas y estrategias económicas con fines de liberación, desregularización y privatización de la economía, esto incluía los sectores audiovisual y de telecomunicaciones.

Durante el gobierno del Ernesto Zedillo Ponce de León, específicamente en 1997 se privatizaron los satélites mexicanos y para finales de los noventas la convergencia digital se extendió en el sistema de comunicación mexicano: televisión aérea, televisión de paga, telefonía e internet, entre otros.

Factores como la apertura económica, los avances tecnológicos y los cambios en el sistema político mexicano, hacen que surja la discusión sobre las políticas de comunicación, debido a que tanto la comunicación de masas como sus contenidos han tenido transformaciones y crecimiento mientras que las políticas y regulaciones se han quedado muy atrás, fragmentadas, insuficientes y obsoletas. Como señala Golding (1998), la comunicación de masas es importante en términos de sus implicaciones sociales.⁴

McQuail la define como “el complejo de los supuestos beneficios informacionales, culturales y sociales para la sociedad en general, que van más allá de los intereses inmediatos, particulares e individuales de los que participan en la comunicación pública, sea como emisores o como receptores”.⁵

⁴ Ídem
⁵ ídem

Desafortunadamente situaciones como el predominio de sistemas y políticas neoliberales que hacen que el Estado no pueda hacer nada frente a la idea de que el mercado y sus consumidores son quienes tiene la decisión en la regulación de los medios; así como considerar que no hay valores culturales universales por lo tanto la influencia de la comunicación masiva es mínima frente a la capacidad de la audiencia para crear sus propios significados y placeres.

Todas esas transformaciones han alterado las estructuras, procesos y contenidos, haciendo que la comunicación masiva se concentre en el análisis de mediaciones en la recepción, consumo y apropiación de los mensajes sin evaluar los contenidos o las lecturas por parte de los diferentes tipos de audiencia.

En México, se ha replanteado la actividad de audiencias y la existencia de sectores sociales y culturales que han logrado la negociación de los contenidos, eliminando la idea de una concepción de audiencias pasivas y manipulables, sin embargo no ha sucedido lo mismo en el aspecto del funcionamiento y regulación de la comunicación masiva así como una evaluación de políticas de comunicación.

Algunas teorías relacionadas a la cuestión de las políticas de comunicación tienen que ver con la globalización, las identidades culturales , los productos internaciones que fluyen en los medios y la relación entre México y Estados Unidos; para García Canclini, por ejemplo, la internacionalización de la producción cultural

genera, “la necesidad de diseñar políticas que promuevan y regulen la producción y la comercialización de la cultura más allá de las fronteras nacionales, acuerdos sobre aranceles y propiedad intelectual, sobre inversiones extranjeras y multinacionales, derechos de los consumidores y otras cuestiones en las que está casi todo por hacer en el continente latinoamericano”.⁶

Recientemente y con mayor interés se han realizado estudios y análisis sobre la reforma de los medios y de la legislación de radio y televisión, así como el derecho a la información: algunos académicos mexicanos han participado con funcionarios, diputados, senadores y concesionarios en negociaciones sobre reformas a la Ley de Radio y Televisión.

Hace algunas décadas en el sistema y funcionamiento de los medios de comunicación los gobiernos y el sistema político tuvieron mucha injerencia, tanto en su creación como en su desarrollo y contenidos. Actualmente después de 70 años de gobiernos priistas, y con un gobierno “democrático y plural”, los medios informativos comerciales gozan de mayor libertad dejando atrás a los medios oficialistas y de comunicación más críticos e independientes.

Esto ya se veía venir desde el gobierno de Zedillo Ponce de León por la injerencia de grupos empresariales poderosos, pues con capital suficiente podrían hacer inversiones en las empresas periodísticas.

⁶ ídem

De esta forma pasó de una relación entre Estado y los medios de subordinación al fortalecimiento de monopolios privados; y los contenidos se volvieron más sensacionalistas con coberturas espectaculares, frívolas y de entretenimiento.

Con estos cambios las políticas de comunicación deben lograr mantener el compromiso y la obligación de los medios por ofrecer un servicio a la comunidad, la cual está reglamentada en las leyes; el entonces senador Javier Corral diría “usan un bien de la sociedad, del Estado, y no sólo para constituirse en un negocio rentable como también para desarrollar, complementar y colaborar con el Estado, no sólo en las tareas informativas, sino fundamentalmente en la tarea educativa, cultural, de educación y de moderación de nuestro debate, de nuestro diálogo y ser reflejo de la pluralidad”.⁷

De acuerdo con Golding (1998), los siguientes son aspectos a considerar en la elaboración de políticas de comunicación sobre la estructura de los medios: concesiones y permisos para la producción y distribución de mensajes comunicacionales; intervención en sus estructuras económicas y financieras; control de subsidios a medios públicos; controles estatutarios sobre ganancias, arreglos especiales para el pago de impuestos; restricciones a monopolios, y controles a la propiedad cruzada de medios y a la propiedad extranjera.

Por otra parte, sobre contenidos tienen que ver con la intervención del Gobierno para evitar mensajes que atenten contra el bien

⁷ ídem

común o que incluyan material dañino para el orden público o para la sensibilidad o vulnerabilidad de grupos minoritarios o débiles, sean niños, minorías étnicas, grupos lingüísticos o comunidades religiosas.⁸

Sin embargo, el entonces subsecretario de comunicación social de la Secretaría de Gobernación, José Luis Durán Reveles insistía que la posición del gobierno era únicamente en la asignación de clasificación y determinar horarios de transmisión.

En lo que serían las cuestiones de estructura diría “es eliminar la discrecionalidad, favorecer la transparencia en el proceso de otorgamiento, refrendo y revocación de las concesiones y los permisos”.⁹

Por su parte el senador Corral aclararía “esto es, establecer mecanismos desde la ley para evitar la concentración, estableciendo cuotas para el otorgamiento de frecuencias a un solo concesionario o empresa administradora de radiodifusión, el que ningún grupo pudiera ser propietario, operador o controlador de más del cincuenta por ciento de estaciones de radio en una plaza, o incluso que ninguna empresa televisiva pudiera acaparar más del 25 por ciento de la cobertura local, y evitar la propiedad cruzada de medios de comunicación estableciendo porcentajes para detentar radio de quienes detentan tanto por ciento de televisión e incluso medios impresos”.¹⁰

⁸ ídem

⁹ ídem

¹⁰ ídem

Este esfuerzo hecho por todas las partes por establecer reglas de competencia que aseguren la diversidad de acceso e intereses se ha visto bloqueado por los grandes concesionarios y propietarios de medios, dando como resultado un dudoso resultado final.

Para McQuail, existen ciertos valores que habría que mantener y preservar en las políticas de comunicación:

- **Libertad**, marcos jurídicos y legislaciones que aseguren la libertad de difundir y operativas, independencia real de los medios y los profesionales de la comunicación de presiones políticas y económicas, así como aseguramiento de su relativa autonomía dentro de sus organizaciones de medios. ¹¹
- **Justicia e igualdad**, la necesidad de discutir y promover políticas de comunicación, normas y regulaciones en México que se dediquen a evitar la discriminación o los sesgos en la cantidad y el tipo de acceso disponibles para emisores y receptores, así como a asegurar la diversidad en el acceso y los contenidos. ¹²
- **Orden y solidaridad**, destacar el papel de la comunicación de masas en la formación y el mantenimiento de las identidades personales y la cohesión de grupo,

¹¹ ídem

¹² ídem

promoviendo la educación y la cultura, con respeto a la diversidad.¹³

Que dichas políticas de comunicación busquen compensar la privatización creciente, de nada sirve la multiplicación de medios y Canales, y la posible diversidad de opciones y contenidos si las grandes mayorías, por su escaso poder adquisitivo, quedan condenadas a la falta de acceso de los medios abiertos tradicionales.

Origen de México al Día

En el sexenio del expresidente Ernesto Zedillo Ponce de León se impulsó por primera vez un proyecto para fundar un Canal de televisión que perteneciera al Poder Ejecutivo Federal, el cual por circunstancias desconocidas no prosperó. Para el último año del sexenio del expresidente Vicente Fox Quezada, se revive este proyecto sin concretarse debido a que era año electoral como lo atestigua la nota abajo citada.

Luego de siete meses de preparación y de un sinnúmero de programas piloto, el portavoz presidencial, Rubén Aguilar, anunció la cancelación del Canal de televisión del Poder Ejecutivo, bajo el argumento de que con ello se abonará a la imparcialidad del Gobierno Federal en el proceso electoral de 2006.

Lamentó sin embargo que este Canal haya muerto antes de nacer, ya que hubiera cumplido una importante función social, al

¹³ ídem

dar a conocer a los ciudadanos las acciones, los planes y resultados del gobierno de la República, justo cuando se llega al final de la actual administración federal.

Aseguró que el Canal del Poder Ejecutivo se hubiera constituido como un foro de discusión en torno a las políticas públicas, enriqueciendo las acciones de gobierno a favor de la ciudadanía. "Se suspende para que no se pueda confundir como una acción del gobierno de promoción durante la etapa electoral", argumentó Aguilar Valenzuela, en conferencia de la prensa en Los Pinos.

El anuncio sobre el Canal del Ejecutivo lo dio a conocer el propio vocero de Los Pinos en junio pasado y se tenía previsto que saliera en julio, y ya se había arreglado para colocarlo en un espacio de la televisión por cable o restringida, para que cualquier empresa pudiera incluirlo de manera libre en su programación.

La Presidencia de la República ha decidido suspender el proyecto del Canal de televisión del Poder Ejecutivo; considera que la televisión cumple con una importante función social y el Canal del Ejecutivo había sido concebido para dar a conocer a los ciudadanos los programas y los resultados del gobierno y para servir como un foro de discusión en torno a las políticas públicas.

"En las democracias estos Canales televisivos de servicio a la ciudadanía representan un medio más de los gobiernos para la rendición de cuentas. No obstante, tomando en cuenta la intensidad de la actividad electoral que tendrá nuestro país el próximo año, el Presidente consideró que el inicio de las transmisiones del Canal de Ejecutivo podría ser interpretado como

una intención de parte del gobierno de intervenir en el proceso electoral", explicó Aguilar. ¹⁴

Por existir la necesidad de informar a la población mexicana sobre las acciones del Gobierno Federal, a inicios del presente sexenio, se estableció como parte de la política de comunicación social, producir un programa que informara en tiempo y forma sobre las actividades diarias de todas las áreas que lo conforman.

Es por este motivo que sustentado en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, en el Eje 5, Estrategia 5.5; se inició la producción de un noticiario denominado "México al Día", informativo que cumple con el objetivo antes mencionado.

Producido en la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) de la SEP, cumple con los lineamientos de esta Dirección, ya que en su contenido se incorporan cápsulas culturales hechas en coproducción, un ejemplo es el proyecto de "México es tu Museo", con el Instituto Nacional de Estudios Históricos las Revoluciones de México y con la Comisión del Bicentenario.

Además se producen y difunden en el mismo programa, efemérides de acontecimientos históricos tanto de sucesos como de personajes, éstas están sustentadas en el Calendario Cívico, elaborado por la Secretaría de Gobernación y completadas con las investigaciones hechas por el área especializada del noticiario.

¹⁴ Ruíz, José Luis, El Universal, 10 de diciembre de 2005

También se da apoyo a las diferentes instituciones del Gobierno para difundir los programas que desarrollan en beneficio de la ciudadanía mediante cortinillas informativas.

El proyecto inició con la salida al aire el 28 de abril de 2008 del informativo “México al Día” desde el Museo Nacional de Antropología e Historia con la cobertura del lanzamiento de “Vivir Mejor”, programa eje del Gobierno Federal.

Uno de los Objetivos primordiales de este proyecto, es llevar la información generada a los estados a través las televisoras públicas y las cableras líderes en cada entidad.

De esta forma la gente en diversas poblaciones de la República Mexicana es informada de manera clara, oportuna, sin editorializar, sin amarillismos ni nota roja, sobre el acontecer diario del Poder Ejecutivo Federal.

Esta fórmula se hace interesante para las televisoras porque aunque es un programa informativo del Gobierno Federal, se logra un producto equilibrado en materia noticiosa sin caer en el oficialismo, además de conjuntar una serie de elementos que lo hacen atractivo visualmente. “Poner a su disposición un producto de esta calidad y atender la demanda que sus públicos requerían este tipo de información, entonces ellos al momento que vieron la oferta se empezó a multiplicar la transmisión del Noticiero ya con público cautivo porque la estrategia fue que se transmitiera antes

o después del Noticiero estelar de esas televisoras o incluso radiodifusoras locales”.¹⁵

“Otro punto importante para lograr la aceptación en las televisoras, es que es información útil para todos los habitantes del país, la producción es diaria, en vivo y no transmite nunca información local, ni de ningún partido político, no se cubren las actividades del Poder Judicial, ni del Legislativo ya que estos en sus Canales de difusión y tampoco se cubren actividades de ningún gobierno estatal o municipal”.¹⁶

Un punto más, “se aleja de un formato oficialista...”¹⁷, “...permite que sea atractivo para la gente...”¹⁸

¹⁵ Carbonell, Fernando, la entrevista integra la puede consultar en el anexo 8.

¹⁶ Mora; Fernanda, Entrevista integra, la puede consultar en el Anexo 8

¹⁷ Carbonell, Fernando, la entrevista integra la puede consultar en el anexo 8.

¹⁸ Ídem

1 Modelos de Comunicación

Tanto los Modelos de Comunicación como los Géneros Televisivos donde se enmarcan los **noticiarios**, surgen de la necesidad de comunicar algo por parte del *emisor*, cualquiera que éste fuese, siempre existe un concepto en busca de un objetivo.

Se pueden rescatar varios Modelos de Comunicación que han sido planteados en el siglo pasado y conjuntarlos para poder enmarcar un **noticiero**, hay que recordar que la comunicación es un proceso, por lo que en cualquier momento, los modelos en donde se basarán estos programas, pueden cambiar por un modelo más adecuado, pero siempre con las características básicas que planteó Aristóteles en su Retórica al definir ésta en tres partes: La persona que habla “Quién”, el discurso que pronuncia “Qué” y la persona que escucha “Quién”.¹⁹

En 1948 Claude Shannon y Warren Weaver, empleados de la telefónica Bell, desarrollaron un modelo de comunicación electrónica:

Fuente de información

Mensaje

Transmisor

Señal Emitida

Fuente de las Interferencias

¹⁹ Claudia Benassini. *Teorías de la Comunicación en Estados Unidos y en Europa*, Teoría de la Comunicación II, Tomo I, Serie Iberoamericana de Comunicación. México: Ediciones de Comunicación, S.A. de C.V. y Universidad Iberoamericana, A.C.1986. p 27.

Señal Recibida

Receptor

Mensaje

Destino

En este modelo se agregan varios elementos que complementan lo planteado por Aristóteles, como ya se dijo la comunicación es un proceso y como tal se adapta a las circunstancias y necesidades, por lo que el modelo anterior enmarca a los integrantes del circuito de comunicación radiofónico y televisivo.

Poco después, David K. Berlo basado en el modelo anterior, integra tres elementos más el *Canal*, *codificador* y *decodificador*, por lo que una vez que se da el mensaje a difundir, es necesario adecuarlo a un lenguaje específico que marca el medio, por eso se dice que el mensaje se codifica; para que pueda ser recibido por el receptor mediante un instrumento llamado *Canal*, transmitido el mensaje se debe realizar la decodificación y esta puede ser a través de los sentidos por ejemplo, el ser humano es capaz de decodificar lo que ve o lo que oye.

Con estas aportaciones, el modelo de Berlo quedaría de la siguiente forma:

Fuente de comunicación

Codificador

Mensaje

Canal

decodificador

receptor de la comunicación.²⁰

Así mismo, Wilbur Schramm en la segunda mitad de los 50's, plantea la existencia de un *código* que tanto la fuente como el receptor deben conocer para que el mensaje sea entendido correctamente, a esto se le llamó "Marco de referencia" y abarca desde el aprendizaje de la lengua, hasta la asimilación de normas y pautas culturales. Un ejemplo puede ser la adaptación de un programa o una novela a la idiosincrasia del país donde será transmitido.

Además, planteó que tanto la *fuentes* como el *receptor*, pueden ser *receptor* y *fuentes*, respectivamente, de esta forma se establece la *retroalimentación* ó *feedback**, que es cuando el mensaje original es decodificado, entendido y retransmitido con aportaciones por parte de receptor a la fuente original.²¹

Por lo que para obtener el modelo de comunicación más adecuado de un **noticiero**, hay que comenzar con hacer un ejercicio muy sencillo; sustituir los elementos de los modelos de Berlo y Schramm por los integrantes de éste.

La *fuentes* ó *emisor* por la persona o institución que tiene necesidad de dar a conocer algo; el *codificador* por el guión del programa, el *mensaje* por el programa que se transmitirá; el *Canal* por el medio de transmisión: Canal de televisión; el *decodificador*

²⁰ ídem. p 31.

²¹ ídem. p 22.

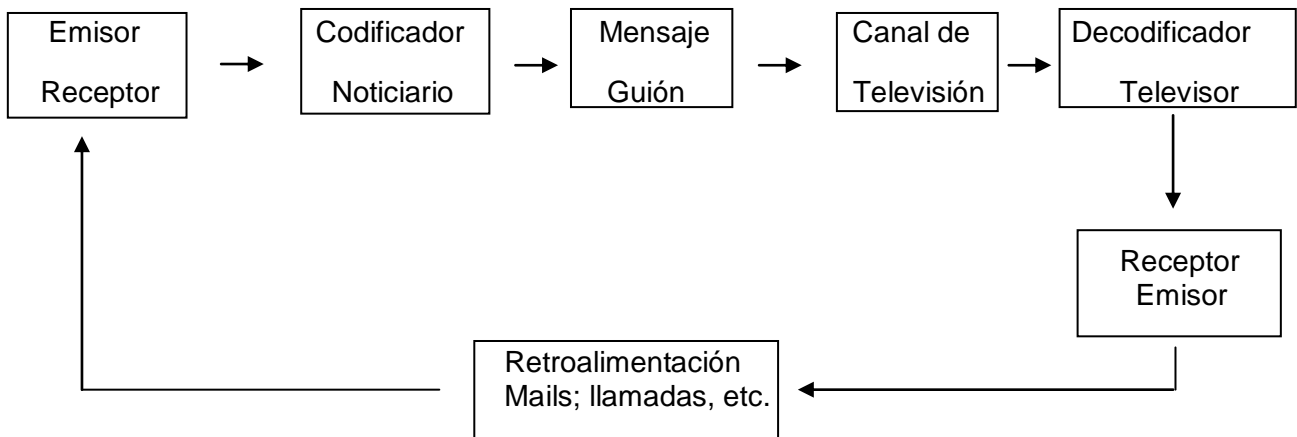
por el equipo a utilizar para reproducir los programas: televisiones y pantallas.

Y el *receptor* por el usuario; último eslabón en este proceso de interacción entre el hombre, televisión y hombre; en resumen entre *emisor* y *receptor*, algo que siempre se debe buscar en todo tipo de programas sin importar el género es la *retroalimentación* por parte del *receptor*, esto hará que el *emisor* pueda obtener resultados de cómo funciona el producto, si tiene el éxito esperado y si cumple con el objetivo planteado desde el principio por el cual se hizo el programa.

En el caso específico de la producción, es preciso pensar en cada una de las partes del programa y en su totalidad porque todo debe ir perfectamente relacionado, si no se piensa en qué tipo de televisión tiene el receptor, se hará un programa con características que nunca se podrán ver en todos los equipos, por la que hay que producir las cosas pensando en una televisión básica comercial, común y compatible con lo utilizado por la mayoría de los televidentes para que la reproducción sea óptima

Razón por la que hay que tomar en cuenta los parámetros internacionales existentes tanto para la producción de un programa como para su transmisión; un ejemplo son los *safety* o *márgenes de protección* que se utilizan en la pantalla para ubicar los elementos que visten la imagen, y que siempre se vean en cualquier televisión, pantalla y monitor.

De esta forma, el modelo de comunicación que se puede utilizar para un **noticiero** quedaría así:



Al terminar de hacer este ejercicio, se tendrá más claro cuáles son los aspectos que podrá contener el **noticario**, así mismo es importante recordar que todos los elementos que intervienen en el proceso de comunicación que se utilizará, deben ser una unidad por lo que hay que desarrollarlos pensando en los aspectos físicos y culturales en el que se verá el programa.

Una vez definido el objetivo a cumplir y el género del programa, es necesario ubicar el **noticario** en una escala, de *interactividad* que es la acción recíproca que se da entre dos objetos, *persona-televisión-persona*; no es lo mismo hacer un programa informativo que una novela, la interactividad se da mediante la *retroalimentación* o *feedback* con los mails que llegan, llamadas telefónicas, Twitter y Facebook.

1.1 Características de un Noticiero

Un noticiero, de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española, se trata de la información de los acontecimientos más sobresalientes del día. Su periodicidad suele ser diaria y su transmisión se realiza generalmente en horarios de mayor audiencia.

Las noticias se seleccionan de acuerdo a la **Línea Editorial** del programa y las decisiones de cómo se ordenan y se van a presentar se toman en la reunión de los titulares de las diferentes áreas que conforman la producción, previo al cierre de la jornada.

Existen criterios mediante los cuales se puede determinar cuando una información es una noticia y estos son:

- **Actualidad**
- **Imprevisibilidad**
- **Implicación**
- **Proximidad**
- **Conflicto**
- **Negatividad**

Cabe mencionar que no en todos los casos se toman en cuenta estos criterios para determinar cuando una información es noticia; nuevamente la **Línea Editorial** de cada programa será fundamental para tomar dicha decisión.

Después de decidir cuales serán las noticias a dar, es importante como se elaborará la nota, para ello no debe de olvidarse de contestar algunas de las seis preguntas básicas (qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué), y tener en cuenta la sintaxis y las imágenes que las acompañarán.

Por último se hacen los bloques o secciones que le darán el equilibrio al programa, y dentro de estos mismos se acomodarán de acuerdo a la selección previa en la **Junta Editorial**.

Es importante comentar que un noticiario de televisión vive precisamente de la imagen, es por eso que mientras las imágenes hablen por si solas será más impactante la nota, misma que será reforzada en algunos casos con texto.

1.2 Objetivo General de México al Día

“México al Día”, tiene como objetivo principal, el “Dar a conocer en tiempo y forma las actividades diarias del Gobierno Federal”. Los ciudadanos deben saber de primera mano lo que hacen las diferentes dependencias que integran el Poder Ejecutivo Federal como son las Secretarías de Estado, oficinas desconcentradas y descentralizadas como las paraestatales. ; estas últimas dependen del gobierno y tienen una cabeza de sector, es decir dependen de una Secretaría de Estado, normalmente buscan atender las necesidades de la población mediante provisión de bienes y servicios como son LICONSA y DICONSA o de la producción como el caso de PEMEX, CFE, CONAGUA.

Muchas veces esta información, no es tomada en cuenta y queda diluida entre la información trivial, a menos que genere morbo y si no es así tendrá espacios muy reducidos en los noticiarios producidos en las diferentes cadenas comerciales televisivas.

Para no dejar que ésta pase desapercibida, se decidió hacer la producción de este espacio informativo que toma en cuenta principalmente todo lo que se genera en este sector y es combinada con información general.

En esta propuesta, se plantean varias cosas que se complementan entre sí para hacer un programa consistente y ágil, es por eso que tanto las notas como las cortinillas deben estar en la misma línea, siempre se debe buscar la unidad informativa.

En el Caso de “México al Día” como en todos los noticiarios, el trabajo se divide en dos grandes áreas: Información y Producción; y se complementa con la de Investigaciones Especiales.

2 Dirección de Información

Es la encargada de generar, programar y administrar la información diaria que cubren los reporteros en las diferentes fuentes para realizar los contenidos del informativo y de los programas especiales que se transmite y opera bajo ciertos lineamientos:

- Debe establecer y mantener comunicación constante y fluida con los Directores de Comunicación Social u homólogo dependiendo el caso, de las Secretarías de Estado del Gobierno Federal para obtener información e invitaciones de eventos, ruedas de prensa y coberturas de giras tanto en la República Mexicana como en el extranjero.
- Tiene que revisar la información generada por los reporteros, así como hacer la corrección de estilo y realizar el guión.
- Debe priorizar la información recabada e incluirla en la transmisión, atendiendo criterios de interés general y objetivos del proyecto.
- Debe definir los servicios informativos que se necesitan para solicitarlos a la Dirección General como son periódicos y agencias de noticias.

2.1 Línea editorial

Los medios de comunicación públicos o privados, en todas partes siempre están supeditados a intereses particulares, esto se ve reflejado en los criterios de que se toman en cuenta para crear la Línea Editorial y el Perfil de los programas.

En el caso de "México al Día", la Línea Editorial del programa, como dice Fernanda Mora, "principalmente es dar voz a las acciones del Gobierno Federal que encabeza el Presidente Felipe Calderón y para informar de todos los Programas Sociales, ya que a veces les faltan difusión y no llega la información a las personas que más lo necesitan, programas como 3 x 1 o Piso Firme entre otros, y dar a conocer el otro trabajo que hace el Gobierno Federal desde las Secretarías"²²; se compone de los siguientes elementos:

- Dar la información oficial del Ejecutivo Federal sin tendencias
- No editorializar
- No dar información de gobiernos estatales, locales, partidos políticos, Poder Judicial y Poder Legislativo
- Buscar siempre el beneficio social mediante la información proporcionada
- Equilibrar la información gubernamental con información internacional, deportiva, cultura y de espectáculos
- Tener todos los días, entrevistas con varios actores de la sociedad sobre temas coyunturales

²² Mora; Fernanda, Entrevista íntegra, la puede consultar en el Anexo 8

TABLA COMPARATIVA DE CANALES

SOBRE UNA MISMA NOTA

EJEMPLO DE LÍNEA EDITORIAL

CASO: Censura a la Periodista Carmen Aristegui.

NOTICIARIO	CONDUCTOR	FECHA Y HORARIO	DURACION DE LA NOTA	COMENTARIOS
Canal 412 y Canal 22 "México al Día"	Francisco Ramírez y Ana Lucía Ordoñana	10-02-2011 7:00	5' 13"	Abre la nota la conductora comentando la posición de Presidencia ante el rumor de salida de la periodista Carmen Aristegui. Posición del Gobierno Federal, en voz de Roberto Gil, Secretario Particular del Presidente; (El mensaje a medios completo)

NOTICIARIO	CONDUCTOR	FECHA Y HORARIO	DURACION DE LA NOTA	COMENTARIOS
Milenio	Ciro Gómez Leyva	09-02-2012 22:00 hrs		Abre el conductor la nota diciendo cual es la posición de Aristegui que ha tenido con su empresa, culpa al Gobierno Federal y a los hermanos Vargas. (imágenes de la rueda de prensa de Aristegui) Dice que es una cuestión política. El conductor comenta que no da pruebas, ni datos. "No está sola" (imágenes del SME afuera de las instalaciones del MVS dándole apoyo y gritando consignas). Comentario de Gómez Leyva "los que agreden a nuestro camarógrafos cuando los toman en sus marchas ahora apoyan la libertad de expresión".

				<p>Gómez Leyva comenta sobre la posición de Presidencia en voz del Secretario Particular Roberto Gil, donde dice que son infundadas las afirmaciones con intención de dolo y da rutinas del Presidente. (imágenes del mensaje a medios)</p> <p>Comentario de Gómez Leyva, donde dice que estas declaraciones de Gil darán motivo a comentarios y especulaciones.</p>
--	--	--	--	--

NOTICIARIO	CONDUCTOR	FECHA Y HORARIO	DURACION DE LA NOTA	COMENTARIOS
Televisión Azteca	Javier A la Torre	09-02-2011 22:30	----- -----	No hubo ninguna nota del caso en todo el noticiario.

NOTICIARIO	CONDUCTOR	FECHA Y HORARIO	DURACION DE LA NOTA	COMENTARIOS
Canal 11	Adriana Pérez Cañedo	09-02-2011 00:30	1'23''	<p>La conductora abre la nota diciendo que ante los comentarios y supuestos por atentar contra la imagen del Presidente, la oficina de Presidencia manifiesta la posición del Gobierno Federal, en voz de Roberto Gil, Secretario Particular del Presidente; perfil de actividades del Presidente. "Nunca ha faltado a un evento por cuestiones de salud".</p> <p>Ritmo de actividades más específico con cifras realizadas en el 2010.</p> <p>(Se utilizan imágenes del mensaje a medios por parte de Gil, así como de otras tomas de diversas actividades del Presidente de distintas fechas.)</p>

NOTICIARIO	CONDUCTOR	FECHA Y HORARIO	DURACION DE LA NOTA	COMENTARIOS
Televisa	Joaquín López Dóriga	09-02-2011 22:30	5' 32"	<p>Abre la nota el conductor comentando sobre la rueda de prensa de la periodista Carmen Aristegui.</p> <p>Secciones de la Rueda de Prensa de Carmen Aristegui, mediante un comunicado sin preguntas ni respuestas (algunas imágenes de la misma).</p> <p>Negó su salida por romper el Código de Ética y dijo que el motivo de su salida fue por no ofrecer una disculpa.</p> <p>Aristegui dice que la situación de las concesiones es la justificación de la actitud de los dueños de MVS.</p> <p>Aristegui dice que regresaría si MVS aclara que no rompió Código de Ética.</p> <p>López Dóriga comenta que hasta esa hora de la noche por parte de MVS no se ha dado una respuesta.</p> <p>Posición de Gobierno Federal; en voz de Roberto Gil, Secretario Particular del Presidente; especulaciones falsas, no se atenta contra la libertad de expresión, perfil de actividades del Presidente. "Nunca ha faltado a un evento por cuestiones de salud".</p> <p>Ritmo de actividades más específico con cifras realizadas en el 2010.</p> <p>Termina la nota diciendo que su Secretario particular aclara que el Presidente goza de cabal salud.</p>

2.2 Cobertura informativa

Aunque sea un noticiario con características específicas, no deja de operar como cualquier redacción, los reporteros son asignados a las fuentes por sectores de acuerdo a como están las Secretarías de Estado en el Gabinete Presidencial, es decir, en Gabinete Económico, Político, Social, además de cubrir otras fuentes para deportes, cultura, espectáculos y notas internacionales.

De esta misma forma, se dividen la fuentes informativas que cubrirán los reporteros para hacer eficiente el trabajo periodístico.

Por el momento, "México al Día" cuenta con ocho reporteros que cubren cada uno varias fuentes pero siempre dentro de la misma Secretaría ya que cada una de ellas se integra por diversas entidades tanto descentralizadas como desconcentradas, es por ello que las fuentes informativas se dividen en:

- Presidencia de la República
- Política: Gobernación y Cancillería
- Económica: Hacienda, Economía, Profeco, Nafinsa, Bancomex
- Seguridad: SEDENA, SEMAR, SSP, PGR
- Social: SEDESOL, SEP
- Salud: SS, ISSSTE, IMSS, DIF
- Energía: SENER, Pemex, CFE

Uno de los criterios que se utilizan es dar prioridad a las dependencias de acuerdo a su importancia y no a como llegan las invitaciones, otra es ver quién o quienes vayan a encabezar el evento; además de tomar en cuenta la limitante de equipo que se tenga, de esta manera se negocia con las dependencias el apoyo de imagen, no se acude el evento pero se incluye en el noticiario, “se trata de dar cobertura a todas las Secretarías sin distinción”.²³

Cada uno de los reporteros, está obligado a darle seguimiento diario a las fuentes a que ha sido asignado, dar aviso a la Jefatura de Información de cualquier hecho o actividad que se lleve a cabo en cada dependencia.

Deben mantener buena relación con los Directores de Comunicación Social así como los Jefes de Prensa que son los que tienen relación directa con la fuente para tener oportunamente cualquier información.

Todos los días debe haber una estrecha comunicación entre los reporteros y la mesa de información para definir cuáles serán los eventos a cubrir al día siguiente.

Estas coberturas quedarán plasmadas en la orden de trabajo que se elabora todos los días al filo de las once de la noche, en esta orden se detalla los datos del evento, así como quien cubrirá; además del nombre del chofer y el camarógrafo.

²³ Mora, Fernanda; entrevista completa en el anexo 8.

Por lo general, cada reportero selecciona dependiendo de las actividades que tendrá durante el día, en que sala de prensa de sus fuentes estará para cubrir todas las actividades o bien, terminar en la redacción para calificar el material grabado.

2.3 Estructura del Noticiero

Existen dos tipos de set, dos conductores principales, un conductor para deportes, uno para cultura y espectáculos y uno de deportes; se buscó una estructura que fuera dinámica, que hubiera bloques temáticos y secciones. Son seis bloques con cinco cortes divididos de esta forma: cuatro bloques de nueve minutos y dos de ocho minutos, entre ellos un corte (*carrier*) de un minuto con spots del Gobierno Federal por lo que hay cinco carriers además del tiempo considerado en la entrada y salida. Sumando así un programa de cincuenta y ocho minutos.

Primer Bloque: Generalidades o actividades del Presidente y actividades de la Sra. Zavala.

Segundo Bloque: Gobernación y Hacienda, Seguridad Pública e internacional.

Tercer Bloque: SEP, Economía, Salud, Cultura, avance deportes.

Cuarto Bloque: entrevista, clima, efemérides, breves nacionales y Resumen.

Quinto Bloque: Información sobre los programas, Cultura.

Sexto Bloque: Deportes, nota amable, Agenda Presidencial,
Resumen final.

2.4 Balance entre información gubernamental y complementaria

El objetivo principal del programa es dar a conocer las actividades del Poder Ejecutivo, encabezadas por las del Presidente, la Lic. Margarita Zavala y después por Secretarías de acuerdo a la jerarquía que existe dentro del mismo.

Sin embargo para darle un balance y frescura el Informativo se complementa con cinco secciones: Entrevista, Internacional, Clima, Deportes, Cultura y Espectáculos.

Cada uno de estas secciones está encabezada por un titular menos la entrevista e internacional ya que estas dos son hechas por los conductores principales.

En la entrevista, siempre se busca que sea actualizada, que sea a un funcionario federal para entrar en el 4º bloque al inicio y si es con alguna personalidad de cultura, espectáculos o deportiva, estas entrarán en la segunda mitad del programa en el bloque en que está la sección. La entrevista no deberá durar más de cinco minutos por cuestiones de tiempo en cada bloque.

En cuanto a Cultura y espectáculos, se busca difundir las actividades que lleva a cabo el Gobierno Federal pero balanceado con todo lo comercial relevante.

Lo mismo sucede con Deportes, pero con la diferencia que en este noticiario se ven todos los deportes tanto amateur como profesionales según las temporadas y no solo lo de CONADE.

2.5 Jerarquización de notas

La Jerarquización de las notas se da por el orden cronológico en el que se realizaron las mismas, sin embargo cabe aclarar que en algunos casos, en el que alguna de ella tenga mayor relevancia aunque se haya realizado más tarde será la que encabece el orden, este criterio cambia cuando todos los eventos son importantes, es decir, si hay 3 eventos del Presidente de la República, la primera será la que más importancia tenga en el día.

De igual forma aunque se tenga contemplado un orden jerárquico por nivel de dependencia, si surge una detención importante será la que abra el segundo bloque, es decir, el primer bloque será intocable, el cual siempre se referirá a las actividades del Presidente y de la Lic. Margarita Zavala.

2.6 Conformación de la Escaleta

La escaleta es el esqueleto del guión en ella se hace una pequeña descripción de todas las partes que componen el programa, en el caso específico de escaleta para noticiarios es en donde se marca el orden o la pauta de cada una de las notas y segmentos que lo conforman.

En ella deben ponerse referencias específicas para tener mayor claridad como son:

- MN01 (orden ascendente)
- Locutor
- Dependencia
- Noticia (encabezado)
- Origen (formato de la nota)
- Video (maquina de donde se reproducirá la nota)
- Reportero
- Tiempo de cada nota, texto o gráfico
- Cuenta total que lleva el programa cuando termina la nota

ORDEN DE EDICIÓN NOTICARIO MÉXICO AL DÍA
MARTES 11 DE ENERO DE 2011

PROGRAMA 703

ACTUALIZACIÓN 22:17

MN01	Loc		Noticia	Origen	Video	Reporter	Tiempo	Cuenta
1			TEASSER	GRABACIÓN			00:50	00:50
2	ANA Y PACO		BIENVENIDA	A CUADRO			00:40	01:30
3			CORTINILLA	VTR			00:25	01:55
3.1	ANA	Presidencia	SE REUNE PRESIDENTE FCH CON SU GABINETE	TEXTO		ADRIÁN VALLE	00:40	02:35
4	PACO	Presidencia	ANUNCIA PRESIDENTE AMPLIACION SEGURO POPULAR	GRABACIÓN		GRISEL PEREZ	02:48	05:23
5	ANA	SE	SUSPENDE MÉXICO CARRUSEL DE PRODUCTOS SUJETOS A MEDIDA DE REPRESALIA POR INCUMPLIR TLC	GRABACIÓN		GUSTAVO CASTILLO	01:55	07:18
6	PACO	SHCP	ANUNCIA SECRETARIO DE HACIENDA NOMBRAMIENTOS EN LA DEPENDENCIA	GRABACIÓN		ANGÉLICA MELIN	01:18	08:36
6.1	ANA	SCHP	OTORGA FMI LÍNEA DE CRÉDITO A MÉXICO POR 72 MIL MDD	TEXTO		ADRIÁN VALLE	00:25	09:01
7	PACO Y ANA		MANDA A CORTE CON AVANCE INFORMATIVO	A CUADRO			00:40	09:41
8			PIZARRA INDICADORES ECONÓMICOS		*		00:35	10:16
9			<u>CORTE</u>				01:00	11:16
10			CORTINILLA SEGURO POPULAR	MAC	*		00:30	11:46
11	PACO	SEGOB	ACUERDAN SEGOB Y GUERRERO FORTALECER ACCIONES DE LA SEGURIDAD	TEXTO		CÉSAR REYES	00:30	12:16
12	ANA	Gabinete de Seguridad	CONFERENCIA DE PRENSA DE ALEJANDRO POIRE	GRABACIÓN		ADRIÁN VALLE	01:45	14:01
13	PACO	PGR	DETIENEN A SECUESTRADORES DE MIGRANTES	TEXTO		ADRIAN VALLE	00:30	14:31
14			CORTINILLA MUNDO	MAC			00:05	14:36
15	ANA Y PACO		SECCIÓN MUNDO: OBAMA RINDE TRIBUTOS A VÍCTIMAS DE TIROTEO/ ZAPATERO DICE QUE NO ACEPTARÁ CONDICIONES DE ETA/ ACUERDAN CHINA Y EU REFORZAR RELACIONES MILITARES/ SEUL RECHAZA PROPUESTA DE DIÁLOGO DE PUONGYANG/ IRÁN AFIRMA HABER	TEXTO		MEMO DE GANTE	02:30	17:06
16	ANA		CÁPSULA ASESORES - INFONACOT	GRABACIÓN		G. RAMIREZ	00:50	17:56
17	PACO		MANDA A SECCIÓN ESTADO DEL TIEMPO	A CUADRO			00:05	18:01
18	PAMELA		SECCIÓN ESTADO DEL TIEMPO	GRABACIÓN		PAMELA RAMOS	02:30	20:31
19	ANA Y PACO		MANDA A CORTE CON AVANCE INFORMATIVO	A CUADRO			00:40	21:11
20			<u>CORTE</u>				01:00	22:11
21			CORTINILLA DENUNCIA PGR	MAC	*		00:20	22:31
22	ANA	SEP	INICIA APLICACIÓN DE LINEAMIENTOS PARA VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ESCUELAS	GRABACIÓN		ADRIÁN VALLE	02:04	24:35
23			CORTINILLA CULTURA Y ESPECTÁCULOS	MAC			00:05	24:40
24	PACO		SECCIÓN CULTURA Y ESPECTÁCULOS: OBRA MUSICAL LA LÍNEA DEL CORO/ HORACIO FRANCO Y FRANCISCO	GRABACIÓN		RUFINO ENRIQUEZ	02:00	26:40
25			CORTINILLA DEPORTES	MAC				26:40
26	ANA		MANDA A AVANCE DE DEPORTES:	A CUADRO			00:05	26:45
27	JM GÓMEZ		AVANCE DEPORTES: ENTREGAN EL BALÓN DE ORO				00:30	27:15
28	PACO		MANDA A PRIMER RESUMEN DE NOTICIAS	A CUADRO			00:10	27:25
29			RESUMEN DE NOTICIAS	GRABACIÓN		CARMEN CRUZ	01:45	29:10

30			CORTE				01:00	30:10
31			CORTINILLA ENTREVISTA	MAC			00:05	30:15
32	ANA		JORGE ALFREDO RAMÍREZ TALAMANTE, DIR. GRAL DE PREVENCIÓN DEL DELITO DE LA PGR	GRABADA EN ESTUDIO		ANA Y PACO	05:15	35:30
33	PACO		BREVES NACIONALES: INICIA AVISTAMIENTOS DE BALLENAS EN BC/ CONCLUYE OPERACIÓN SALVADIDAS- SEMAR / ORDEN DE APREHENSIÓN CONTRA UN BARRIL DE DYNAMITE	GRABACIÓN		CÉSAR REYES	01:25	36:55
34	ANA	Especiales	MANEJO INTEGRAL Y SUSTENTABLE DE LOS OCÉANOS Y COSTAS. MÉXICO, PARAÍSO RODEADO DE MARES	GRABACIÓN		CARMEN CRUZ	03:00	39:55
35	PACO Y ANA		MANDA A CORTE CON AVANCE INFORMATIVO	A CUADRO			00:05	40:00
36			CORTE				01:00	41:00
37			CORTINILLA RECOMENDACIONES TEMPORADA DE FRÍO	MAC	*		00:25	41:25
38	PACO	SFP	DESARTICULA SFP RED DE CORRUPCIÓN EN ADUANA Y TESORERÍA DE LA FEDERACIÓN	GRABACIÓN		BLANCA GUTIÉRREZ	01:43	43:08
39	ANA	CONAGUA	EMPLEO TEMPORAL CONAGUA EN XOCHIMILCO	GRABACIÓN		ANGÉLICA MELIN	01:40	44:48
40	PACO		CULTURA Y ESPECTÁCULOS: 100 AÑOS DEL CIRCO EN MÉXICO, REPRESENTACIÓN VISUAL EN EL SALÓN	GRABACIÓN		TOÑO LÓPEZ	02:00	46:48
41	ANA		MÉXICO ES TU MUSEO: CONVENTO DE TEHUACAN	GRABACIÓN		CARMEN CRUZ	02:00	48:48
42	PACO Y ANA		MANDA A CORTE CON AVANCE INFORMATIVO	A CUADRO			00:20	49:08
43			CORTE				01:00	50:08
44			CORTINILLA GALERÍA NACIONAL	MAC	*		00:20	50:28
45	ANA		MANDA A SECCIÓN DEPORTES	A CUADRO			00:05	50:33
46	J.P ÁGUILA		SECCIÓN DEPORTES: CAMA DE VIDEO TAZÓN FIESTA/ DECLARACIONES DEL ENTRENADOR DE LOS JETS/ ALEJANDRO VALVERDE SUSPENDIDO / RALLY DAKAR/	VIDEO GRABACION VIDEO		ANTONIO ENRIQUEZ	02:00	52:33
47	PACO		MANDA A NOTA AMABLE	A CUADRO			00:05	52:38
48	ANA		NOTA DE INFORMACIÓN AMABLE: APOYA FONART ARTESANÍAS DE ÁMBAR	GRABACIÓN		ADRIÁN VALLE	01:20	53:58
49	PACO		AGENDA Y PIE A RESUMEN FINAL	GRÁFICO			00:30	54:28
50			RESUMEN FINAL	GRABACIÓN		CARMEN CRUZ	01:20	55:48
51	ANA Y PACO		DESPEDIDA	A CUADRO			00:30	56:18

STOCK

		SEMAR	REPORTAJE CAMPO DE TIRO Y SIMULADOR TÁCTICO DE LA SEMAR	GRABACIÓN		ATLANTE MUÑOZ	02:00	02:00
		CDI	DERECHOS DE LOS INDÍGENAS	GRABACIÓN		ANGÉLICA MELIN	01:20	

2.7 Dirección de Investigación

Esta Dirección se encarga de analizar los programas de gobierno encaminados a mejorar la vida de los mexicanos con el propósito de realizar reportajes que destaquen las bondades de éstos y la forma en que la población puede hacerse beneficiaria de los mismos en todo el país.

Además de realizar efemérides de fechas rito, es decir, de las fechas oficiales contenidas en la Ley sobre el Escudo, la Bandera e Himno Nacional.

- Conocer a profundidad programas, logros y líneas principales de acción del Gobierno Federal, para buscar formatos informativos que permitan una mejor difusión del tema.
- Mantener coordinación con la Dirección de Información para lograr estructuras informativas coherentes en los materiales informativos.
- Conocer, derivado de la relación con las Coordinaciones de Comunicación de las dependencias del Gobierno Federal y de la revisión de la agenda pública, los temas de interés prioritario para la ciudadanía.
- Redactar y revisar la información generada por los investigadores, así como hacer la corrección de estilo y generar los guiones correspondientes para cada caso, ya

sea para los informativos como para los programas especiales.

Los temas que se manejan no son de coyuntura ni van relacionados a un boletín, se buscan temas interesantes ejemplo de ellos son el Desarrollo de Programas, explicados de una manera muy sencilla, con la finalidad de que la gente los conozca, se informe y tenga material que le ayude a mejorar su calidad de vida.

La línea editorial que se maneja es la misma que para todo el noticiario.

Se manejan varios productos:

- Cápsulas de Investigación
- México es tu Museo (sitios históricos de nuestro país)
- Efemérides (fechas marcadas en el calendario cívico)
- Panorama México (se resumen las actividades del Presidente de ese día)

La redacción debe de ser sencilla debido a que está dirigido al público en general, como dice Sophia Huett: “tiene que ser sencillo porque de repente hay temas de políticas públicas que ya de por sí el nombre de políticas públicas no todo el mundo lo entiende, entonces la idea es explicárselo del modo más sencillo y también del modo más directo sin darle muchas vueltas y también incluimos en casi todos los materiales, entrevistas, ya sea por ejemplo con beneficiarios de los propios programas y con

funcionarios y también con académicos para que se expliquen los tres puntos de vista de los temas”.²⁴

En el caso específico en donde se abordan temas históricos se buscan recrear esa atmósfera para que la gente pueda recordar el tema que se tocó.

2.8 Proceso de las notas hasta producción

Los reporteros van y cubren diferentes fuentes, van acompañados de un camarógrafo; el reportero recaba la información y el camarógrafo levanta la imagen del evento.

Cubierto el evento se trasladan a las oficinas, en donde el reportero realiza un trabajo de redacción, seleccionando los más importantes de acuerdo a los objetivos del programa y presenta su trabajo final a la Jefatura de Información y a la Dirección de Información para que le autoricen su nota.

Después de haber sido autorizada se procede a la grabación en audio y pasa el texto de su nota al área de edición, en esta área buscan de acuerdo al texto, las imágenes adecuadas, insertos *bites* o declaraciones de los funcionarios, se cortan y se hace un montaje seleccionando, dando así, una secuencia lógica y rítmica para transmitir lo que se quiere.

²⁴ Huett, Sophia, la entrevista integra, la puede consultar en el Anexo 8

La nota completamente terminada se “ingesta” en un servidor para transmitirse en el noticiario.

En algunas ocasiones, cuando no se puede cubrir el evento, se solicita a la fuente la información e imagen, pero muchas veces la fuente tampoco cuenta con equipo para levantar imagen, entonces lo que se hace es pedir apoyo, en algunos casos se acude a CEPROPIE (Centro de Producción Programas Especiales) quien por lo general cubre muchos eventos o a otra televisora, suele suceder que entre televisoras surge mucho apoyo.

Como dice Arturo Escajadillo, “por ejemplo cuando a Canal 11 se le va una nota nos habla y nos solicita el material y se lo prestamos o puede ser una televisora privada, Televisa o Milenio o Efecto y así mismo, nosotros también les solicitamos a ellos material, no es frecuente que así sea pero se han dado casos, cuando de plano no hay imagen buscamos en otros medios o de plano buscamos fotos del evento o en última instancia si es algo así como muy difícil de tratar lo damos a cuadro, se da la información con el conductor o la conductora a cuadro”.²⁵

²⁵ Escajadillo, Arturo, la entrevista íntegra, la puede consultar en el Anexo 8

3 Dirección de Producción

Esta Dirección se encarga de planear y producir los diversos productos encomendados por la Dirección de Información mediante un guión, realiza la logística diaria de las coberturas de cámaras, servicios de edición, postproducción y servicios de vehículos, así como mantener en orden el proceso de calificación, ingesta y respaldo de los materiales generados, tanto originales como productos terminados, MASTERS. Además de coordinar que tanto el estudio donde se realiza el programa como al Staff.

- Conceptualizar la producción de las notas y programas a realizar
- Definir la infraestructura necesaria para realizar un trabajo de calidad.
- Definir los perfiles del personal de producción y servicios para su contratación.
- Definir los tiempos y desarrollar los procesos de levantamiento de material original, edición y postproducción.

3.1 Conformación del área de producción

La conformación de esta área depende de varios elementos que integrarán el programa, pero en general se parte de tres grandes áreas, **portátiles, post-producción y estudio.**

Los *portátiles* son los camarógrafos que están encomendados a grabar el material que se utilizará para ilustrar las notas, estos deben tener características especiales diferentes a los camarógrafos convencionales, deben estar en comunicación con el reportero para estar al pendiente de cuándo deben grabar un *chacaleo* – entrevista banquetera de algún personaje – y debe desarrollar el sentido periodístico para obtener imágenes interesantes que por sí solas den nota o ejemplifiquen algún suceso y que cumplan con las mismas características de la Línea Editorial.

El área de *post-producción* se integra por editores, post-productores, musicalizadores y diseñadores gráficos con conocimiento de animación para televisión, ellos se encargan de armar las notas como fueron pedidas por los reporteros, hacen las cortinillas informativas, musicalización y todos los gráficos que se necesiten.

En estudio, labora el *Staff*, que es el nombre que se le da al grupo de personas que integran el equipo de trabajo tanto en locación como en estudio y está integrado por el Jefe de estudio, Director de Cámaras, Floor Manager, técnicos,

camarógrafos, microfonistas, iluminadores, vestuario y maquillaje.

El número del personal que integra cada una de las áreas, dependerá de la cantidad de reporteros y de las fuentes informativas a cubrir; en el caso de un noticiario se debe buscar personal que trabaje durante la noche si el programa es matutino o durante el día si el programa es nocturno, o bien, tener dos turnos en caso de tener dos emisiones.

3.2 El audio en las notas

Aunque el video tiene gran relevancia (una imagen vale más que mil palabras), el audio es muy importante en televisión; es la mitad del mensaje. La pista de audio debe conjugar los elementos sonoros armoniosamente para impresionar y transmitir emociones. La intensidad del sonido de las notas debe estar estandarizada en el nivel adecuado.

3.2.1 Voz off e insertos de entrevistas

Las voces de los reporteros y de los entrevistados, son los audios más importantes en las notas, se deben oír y entender claramente. Ocupan un primer plano auditivo y su nivel de volumen debe ser de -18db's.

3.2.2 Ambientales

Las notas llevan siempre sonido ambiente en la ilustración para la voz off. Si el material que es utilizado no lo tiene, o por sus características se puede usar, se “fabrica” ese ambiente, ya sea obteniéndolo de un video con una toma similar (por ejemplo un helicóptero volando), o recurriendo a librerías de efectos de sonido (sfx). El nivel de volumen de los audios ambientales debe ser de -28db’s.

3.2.3 Incidentales

Los efectos de sonido incidentales utilizados para las transiciones y las plecas deben estar en un tercer plano; que apenas se perciban, que no distraigan y que no cansen al espectador. Complementan y refuerzan los efectos de video y su nivel de volumen debe ser de entre -28 y -33 db’s.

3.2.4 Música original o de librería y derechos

La música es vital para el informativo. Se utiliza música institucional para la entrada del programa, ir y regresar de corte y para créditos. Ésta es música original, que se escribió, arregló, ejecutó, produjo y grabó ex profeso para México al Día, a quien le pertenecen, en exclusiva, los derechos de uso.

Para las cortinillas de las secciones; reportajes y cápsulas; y algunas notas informativas, se utiliza música de librería, cuya licencia de uso la adquirió la Dirección General de Televisión Educativa junto con los discos que contienen el material musical. El nivel de volumen de la música debe ser de -28 db's.

3.3 Proceso de Producción para las notas

La Jefatura de Información recibe invitaciones para eventos que se llevarán a cabo al día siguiente en las diferentes fuentes, y solicita a la Coordinación de Producción, vehículos y camarógrafos, al mismo tiempo que asigna a los reporteros para hacer la cobertura.

Con base en esa solicitud, la Coordinación de Producción programa las cámaras y vehículos, hace una Orden de Trabajo en la que aparecen claramente la fecha, el nombre del camarógrafo, el nombre del chofer, el nombre del reportero, el evento que se va a cubrir, la dirección en donde se llevará a cabo el evento, la hora del llamado y la hora de inicio del evento; así como los teléfonos del personal que cubrirá el evento y de la persona a contactar. La tríada chofer-camarógrafo-reportero, sale para hacer la cobertura del evento correspondiente.

Con la información recabada, el reportero escribe su nota y la entrega para su revisión y/o aprobación al Jefe de Información y a la Directora de Noticias. Mientras, el camarógrafo transfiere el material videográfico de sus tarjetas a videotape, lo califica y lo ingresa a la videoteca.

Autorizada la nota por la Directora de Noticias, el reportero procede a hacer la grabación del audio.

La Coordinación de Edición recibe los textos de las notas y las distribuye entre los editores. Estos hacen el montaje de las notas, con el apoyo, si se requiere, de diseño gráfico y animación, y del operador de audio para la musicalización y efectos de audio.

La Coordinación de Edición ordena las notas en un videocasete en orden consecutivo a como saldrán al aire, que entrega al operador de videotape en el estudio para la transmisión del programa.

3.4 Ventajas de una producción en vivo

Las ventajas que tiene cualquier producción en vivo sobre los programas grabados son:

- Frescura que permite un mayor dinamismo y favorece la expresión comunicativa.

- Flexibilidad para alargar o acortar alguna sección; modificar el orden; cancelar o agregar notas, cápsulas o reportajes.
- Capacidad de integrar información que se esté generando en ese momento.
- Oportunidad de tener enlaces en vivo desde una locación que represente un interés noticioso²⁶.

3.5 Características del Vestido de Pantalla y su influencia en el programa

Se le llama “Vestido de Pantalla” a todo el paquete gráfico que se emplea para complementar la imagen que se trasmite, su diseño debe reflejar características propias del programa.

La selección del Vestido de Pantalla es un proceso bastante largo. Comienza con un requerimiento por parte de la Coordinación General y Producción al equipo de animadores, “se le plantea que es lo que quiere reflejar o proyectar empezando por el tipo de programa, formato, duración, horario de transmisión, objetivos, y con base en ello se hacen los primeros bocetos, el equipo de diseño y animación presenta un racional con los conceptos que considera apropiados y de ese punto de partida se van haciendo ajustes hasta llegar al concepto final”.²⁷

²⁶ Escajadillo, Arturo, la entrevista completa en el anexo 8

²⁷ Ídem

Ya con este concepto se realizan pruebas a cuadro; se ve si funciona o no y se hacen las modificaciones y ajustes pertinentes. Todo este proceso abarca alrededor de un mes, que va desde el trabajo de escritorio hasta el trabajo que la computadora hace de “render”, el cual también lleva un tiempo.

Los colores son importantes dentro de cualquier programa, el horario del noticiario influyó en la decisión de tonalidades a utilizar; tonos amarillos, naranjas y ocre por considerarlos cálidos y que reflejan el amanecer de un nuevo día.

Los elementos que conforman el Vestido de Pantalla son:

- Diseño del Logotipo
- Cortinilla de entrada
- Cortinillas para ir y regresar de corte
- Las “plecas” que se utilizan para ponerle el nombre a los entrevistados o para poner datos duros en las notas
- El sello que se lleva en el ángulo superior izquierdo
- Los “backs” que se utilizan para los letreros
- El loop del logotipo animado en los plasmas de la escenografía
- Diseño de los mapas
- Cortinillas de las secciones
- Transiciones
- Los créditos²⁸

²⁸ Ídem

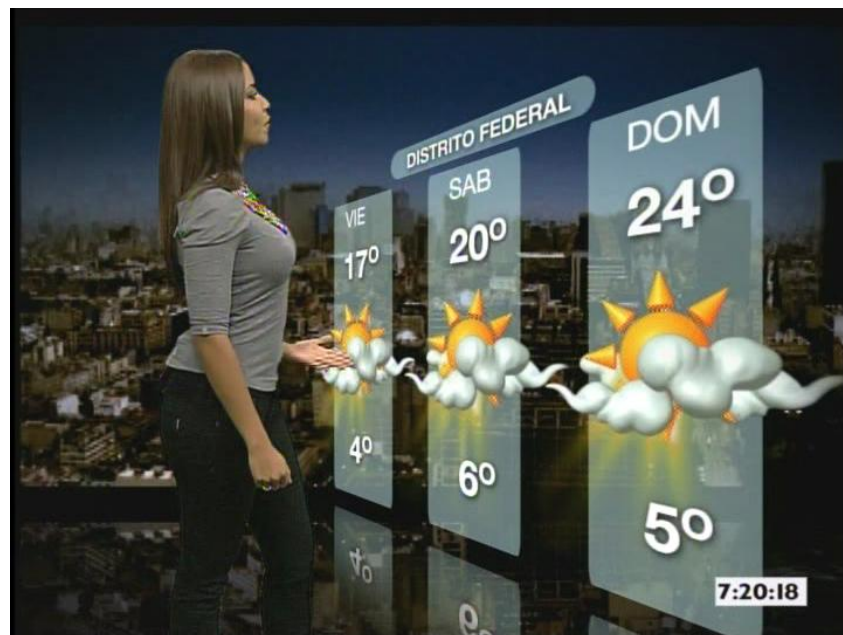
ESCENOGRAFÍA O CORPÓREO



GRÁFICOS DE ALGUNAS SECCIONES



ANIMACION INCRUSTADA



CORTINILLA EN ANIMACIÓN 3D



SET VIRTUAL



ENTREVISTAS EN SET VIRTUAL



3.6 Cómo se conjunta el Vestido de pantalla con la ambientación del foro para el programa

Se busca hacer atractivo el programa, por lo que hay que conjuntar el Vestido de Pantalla con la escenografía y la iluminación del foro para crear la ambientación adecuada, si se utilizan colores cálidos en el Vestido de Pantalla, la iluminación del foro deberá ir en el mismo sentido.

Sin embargo hay que recordar que el noticiero se compone de varias secciones y cada una de ellas debe tener una personalidad propia por lo que la escenografía es diferente entre sí creando ambientes adecuados para cada sección, buscando siempre la unidad visual.

4 Cobertura

El noticiario de México al Día comenzó con una emisión diurna de siete a ocho horas y posteriormente conforme fue creciendo el proyecto, se inicio una segunda emisión con duración de media hora de veintiuna a veintiuna treinta horas.

La transmisión de este noticiario sale por el Canal 412 que se llama “Aprende” y debería salir por otros sistemas de cable de la República Mexicana a través PCTV, que pertenece a la Cámara Nacional de la Industria por Cable (CANITEC) en diferentes Estados de la República Mexicana en los sistemas básicos, sin embargo por cuestiones de contenidos del Canal en muchos Estados lo bajan; por lo tanto para poder proyectar el programa, se realizaron convenios con diferentes televisoras y cableras líderes en varios estados:

ESTADOS: D.F. y Estado de México, Aguascalientes, Jalisco, Guerrero, Morelos, Nuevo León, Puebla, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Aguascalientes, Morelos, Guanajuato, Guerrero, Durango, Sonora, San Luís Potosí.

TELEVISORAS: Canal 22 (Tv Abierta, Cable Y Sky), Radio Y Televisión De Aguascalientes (Tv Abierta), Sistema Jalisciense De Radio Y Tv, Siga Tv (Tv Por Cable), Mundo Tv (Tv Por Cable), Universidad Autónoma De Nuevo León (Tv Por Cable), Ultra Visión (Tv Por Cable), Sistema Morelense De Radio Y Tv (Tv Abierta), Unidad De Televisión De Guanajuato (Tv Abierta), Soy Guerrero (Tv Abierta), Universidad España De Durango (Tv

Abierta), Universidad España De Durango (Tv Abierta), Telemax (Tv Abierta), Radio Sonora, Canal 9 (Tv Abierta).

La difusión y promoción del programa se maneja de la siguiente manera:

Para el caso del Canal 412 "Aprende", se producen "spots" televisivos, sin ningún costo, los cuales salen de la misma producción. La DGTVE no cuenta con presupuesto para pagar inserciones en periódicos, revistas, ni radios.

En el caso de los convenios que se tienen con otras televisoras, existe un compromiso de producir los "spots" para televisión y ellos se los retransmiten por sus espacios, además de hacer publicidad mediante espectaculares en sus localidades, en algunos casos, por sus estaciones de radio, también inserciones en periódicos y revistas. Todo esto sin un costo para la DGTVE.



Revista Cambio, Aguascalientes, Ags. Diciembre de 2009

La DGTVE transmite sus programas de tres formas: por el Canal Aprende en diferentes sistemas de televisión por cable, por Internet en su portal y en varios portales del Gobierno Federal, ya que cuenta con la posibilidad de hacer un “streaming”, es decir; se hace la conversión en tiempo real de lo que sale al aire en “broadcast” (calidad profesional), de esta forma la transmisión llega a gran parte de la República Mexicana, y por la Red Edusat.

De la misma forma baja por vía satelital al sitio de la Presidencia de la República, ahí lo comprimen y los suben por el Canal de Youtube del Gobierno Federal y por el “Portal” del mismo sitio, y se replica en varios portales de diversas dependencias.

En el caso del Canal 22, el cual es de televisión abierta permitió llegar a la zona conurbada de la Ciudad de México; “Canal 22 tiene una muy buena aceptación en televisión abierta, cubre todo el Valle de México, tiene una buena cobertura, está en un horario que es muy atractivo”.²⁹

Canal 22 tiene una coproducción con el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), a esa hora no tenía programación y se hicieron gestiones para utilizar ese espacio teniendo buena aceptación. “Un mes antes por su señal internacional llegaba a Estados Unidos a través del Sistema de DirecTV, se llega a las diez principales ciudades de habla hispana”³⁰, al ver el resultado se interesaron por transmitir el noticiario a nivel nacional por televisión abierta y a través de “Sky”.

El resultado de esto es que se atacan tres puntos:

- A través de DirecTV, llegar a Estados Unidos
- Por televisión abierta, en la zona conurbada.
- Y por el “Sky”, llega a toda la República Mexicana”,

Logrando una cobertura nacional con la combinación de varios medios.

²⁹ Palavicini, René; entrevista completa en el anexo 8

³⁰ Ídem

5 Conclusiones

La televisión como medio de comunicación a nivel mundial tiene un compromiso muy grande con la sociedad, debido a que la influencia que posee sobre el auditorio se ve reflejada en sus actitudes.

En el caso específico de México es impresionante viajar por sus carreteras y ver que en pequeños pueblos en donde las calles no están pavimentadas, se cuentan con sistemas de antenas para recibir señal de televisión, esto significa la posibilidad de estar en contacto con información no solo local sino estatal, nacional y en alguno de los casos internacional.

Los dueños de medios no han reparado en la importancia que tiene poder llegar a toda esta población y utilizarla para la creación de proyectos que ayuden al bienestar y superación de la misma.

Desafortunadamente en el ámbito de la televisión privada el único interés que existe por parte de los dueños de las mismas es el de obtener audiencia y esto lógicamente lleva a la obtención de ganancias; por lo que su programación está rodeada de estereotipos y formas de vida incongruentes para la población consumidora, así como la del amarillismo y el escándalo que es lo que atrae a los televidentes.

En el caso de la televisión pública, aunque con este trabajo realizado se demuestra que se tiene infraestructura para hacer programas de calidad, los intereses y presupuesto afectan la producción y transmisión de los mismos.

La creación de la actualmente DGTVE, en 1964, para llevar una alternativa educativa a todos esos lugares a los cuales no había acceso a escuelas de nivel secundaria es buena, más aún la creación del Canal “Aprende” en el año 2005, para hacerlo de una manera completa, pues quien tuviera acceso al mismo podría tener programas educativos de gran variedad; sin embargo al observar su programación, la mayor parte se ve obsoleta y pasada de moda, se transmiten programas hasta de casi 20 años de producidos, lo cual para la época actual la calidad es muy mala, salvo algunas pocas excepciones, más si se quiere competir y tener referencia de otros canales de este tipo que se transmiten por las cableras.

En el caso del noticiario “México al Día”, programa analizado en la presente tesina, la justificación de su realización en la DGTVE, un Canal Educativo, es positivo, ya que considero que el evitar un gasto innecesario por contar con infraestructura requerida para hacer esta producción habla bien y va en concordancia con a la correcta utilización de los recursos públicos.

De acuerdo a las entrevistas realizadas, todos los participantes coinciden en el logro de los objetivos, desde el ámbito de su competencia, se comenta que sea han ido cumpliendo metas, las que han llevado a tener un proyecto de calidad satisfactoria.

Concluiré haciendo una reflexión de acuerdo a varios puntos importantes:

Con respecto a la infraestructura para el programa, fue un acierto que se realice en un lugar como la DGTVE, en donde ya se contaba con los fierros y los espacios para una producción de este tipo.

Además de aprovechar el equipo para realizar sets virtuales con el que cuenta la televisora para jugar con imágenes y locaciones que le dan versatilidad al programa y combinarlo con distintos sets en donde comparten todos sus conductores, hacen que el noticiario sea cálido y agradable.

El programa, tiene una excelente calidad y cuenta con todos los elementos para competir con cualquier noticiario nacional e internacional. Su ambientación y los colores del vestido de pantalla son sobrios y atractivos hacia el público.

Dar la información de las actividades que se realizan dentro del Gobierno Federal y combinarla con otras secciones y temas de interés general, la complementan y refrescan el noticiario.

La línea editorial que se maneja, en donde únicamente se da la información sin tratar de influir o enaltecer las actividades que realizan tanto el Presidente como su esposa o las diferentes

Secretarías, es una de las cosas más importantes, ya que ese es uno de sus ejes fundamentales, simplemente informar y apoyar al público dando a conocer los programas que se llevan a cabo dentro del Gobierno Federal, habría que tomar en cuenta que la información que se maneja es de primera mano y sin agregarle o mutilarle.

En lo que respecta a la estructura del programa, hace falta presupuesto para poder contar con mayor personal que pueda cubrir todas las fuentes, por lo que investigue, muchas veces un solo reportero cubre varias fuentes y en algunos casos se apoyan con las mismas dependencias y hasta con otros medios informativos para poder sacar la nota. La misma situación se presenta para los camarógrafos y producción en general.

Eso con lleva a que se lleguen a momentos de gran presión por tratar de obtener la información y cumplir.

La difusión del noticiario es muy pobre, tomando en cuenta que se proyecta por diversas cableras a nivel nacional y con las cuales se tiene un convenio para hacer su propia difusión mediante prensa, radio, televisión y espectaculares en algunos casos; la televisora en sí, no cuenta con presupuesto para realizar la difusión de su Canal "Aprende" y por lo tanto de su programación, quedando solo en la recomendación de la gente y en la difusión por algunos portales de Internet.

Esto me hace pensar que la estrategia de difusión que se maneja no es está completa, ya que hace falta que la DGTVE cuente con recursos para promocionar su Canal en diferentes medios de comunicación.

En cuanto al programa, sería benéfico que se contara con este presupuesto para que así la gente pudiera conocer que hay un noticiario del Gobierno Federal, que tiene el interés de dar a conocer las actividades y programas sin ninguna tendencia oficialista.

Aunque es un noticiario del Gobierno Federal y su objetivo es dar a conocer sus actividades oportunamente, se vuelve complicado tener entrevistas con personajes de primer nivel y a quienes si se les ve en otros medios pues lo que buscan es tener mayor proyección, debido a que estos medios cuentan con más y mejores estrategias de difusión. Esto lo he observado en el hecho de que se ven más de estos personajes en medios privados que en este noticiario.

Finalmente, la idea de crear un programa para dar a conocer las actividades y programas del Gobierno Federal es muy bueno, hacerlo de buena calidad para que compita con otros, es una prioridad; no contemplar información de los gobiernos estatales, de partidos políticos y nota roja lo hace atractivo para las televisoras del país.

Sería un acierto que contará con apoyo en ámbitos como el presupuestal y el de difusión, para que este proyecto tuviera una trascendencia sexenal, pues es un medio por el que cualquier Gobierno podría dar a conocer sus actividades y programas de beneficio social.

6 Glosario

Broadcast.- Transmisión televisiva y radiofónica con amplio ancho de banda que da como resultado una difusión de alta calidad, o calidad profesional dentro de los estándares aceptados de transmisión internacional.

Carrier.- Fragmento de tiempo utilizado para poner un grupo de spots; vehículo, transportador o portador de spots y cápsulas, entre otros.

Chacaleo.- Entrevista hecha de manera informal, no planeada y vulgarmente llamada “entrevista banquetera”.

Conflicto.- Problema, cuestión, materia de discusión.

Corpóreo.- Que tiene cuerpo o consistencia. Perteneciente o relativo al cuerpo o a su condición de tal.

Criterios de noticiabilidad.- Norma para conocer la verdad. Juicio o discernimiento para dar una noticia.

Decibel (db’s).- Unidad de referencia que se utiliza para medir la potencia de un sonido.

Imprevisibilidad.- Cualidad de imprevisible. Que no se puede prever.

Implicación.- Acción y efecto de implicar. Repercusión o consecuencia de algo

Línea Editorial.- Es el conjunto de valores y criterios que guían a una mesa de redacción frente a diversos temas y está integrada por las fuentes que se cubren, la manera de tratar la información, la jerarquización de notas y el punto de vista que se quiera dar.

Loop.- secuencia de imágenes y sonidos que se repiten con una duración variable.

Negatividad.- Cualidad de negativo. Pesimismo. Que incluye o contiene negación o contradicción.

Noticiero.- Programa de radio, cine o televisión en que se dan, generalmente noticias de actualidad de forma breve.

Periodicidad.- relativo al tiempo que duran ciertos fenómenos. Espacio de tiempo que incluye toda la duración de algo.

Proximidad.- Cualidad de próximo. Lugar próximo. Cercanía

Streaming.- (transmisión continua) Forma de entregar y recibir audio y/o video digital como un flujo continuo de datos que se pueden escuchar o mirar mientras la entrega está en progreso.

Vestido de Pantalla.- paquete gráfico que se emplea para complementar la imagen que se trasmite, su diseño debe reflejar características propias del programa.

7 Bibliografía

- Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, Presidencia de la República. Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, México, IEPSA, 2007, p.p.290-291
- Sartori, Giovanni. Homo Videns, La Sociedad Teledirigida, 16. ed., Taurus, México, 2010, p.p. 204
- Iyengar, Shanto; Kinder, Donald R. “*Televisión y Opinión Pública, Información es Poder*”, México, Gernika, 1993, p.p. 273
- Claudia Benassini. *Teorías de la Comunicación en Estados Unidos y en Europa*, Teoría de la Comunicación II, Tomo I, Serie Iberoamericana de Comunicación. México: Ediciones de Comunicación, S.A. de C.V. y Universidad Iberoamericana, A.C.1986. p 27.
- Fernando González; “*Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana*”, Revista Mexicana de la Comunicación, 1ª. Edición, marzo 1998, México D.F., p.p.587
- Real Academia Española, “*Diccionario de la real Academia de la Lengua Española*”, Volumen II, 22 Edición, Ed. Espasa, México D.F., Enero 2009
- Florence Toussaint Alcaraz, “*¿Televisión Pública en México?*”, 1ª. Edición, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; México 1993, p.p. 179

- M.L. Fleur, S.J. Ball-Rokeach, *“Teorías de la comunicación de masas”*, Editorial Paidós, diciembre de 2009, México D.F. p.p. 448
- Miguel Ángel Sánchez de Armas y María del Pilar Ramírez, *“Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana II”*, Revista Mexicana de la Comunicación, 1ª. Edición, marzo 1999, México D.F., p.p.425
- Mónica D. Gutiérrez González, Myrthala I. Villarreal Barocio, *“Producción de Televisión, Géneros, Lenguaje, Equipo, Técnicas”*, Editorial Trillas, 2ª. Edición, enero 2008, México D.F., p.p. 153
- Hebert Zettl, *“Manual de producción de televisión”*, Editorial Cengage Learning, Décima Edición, diciembre 2009, México D.F., p.p. 465

Páginas de Internet

“<http://es.wikipedia.org/wiki/Televisa/oC3º/oB3n>”. 08/10/2010,
11:30

“http://es.wikipedia.org/wiki/Informativo_televisivo” 08/10/2010
11:30

“Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México. El Estado frente a las estructuras de propiedad y control; José Carlos Lozano Rendón;
perspectivagrabar.asp?idarticulo=3&rev=55.htm; 24 octubre 2010.

8 Entrevistas

LIC. RENÉ PALAVICINI SÁNCHEZ

Coordinador General de Información México al Día

Nació en la ciudad de México en 1968 y es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNAM.

Desde 1992 inicia su labor profesional en CONACYT en el área de Comunicación Social, posteriormente pasa a la iniciativa privada para colaborar en el equipo de producción tanto de televisión como de radio de la periodista Ma. Victoria Llamas.

Ha sido director de producción de varias empresas de comunicación en donde se realizaban campañas promocionales y la producción de programas industriales.

Participó en el equipo de campaña del Presidente Felipe Calderón haciendo el seguimiento videográfico.

Fue Director de CEPROPIE y actualmente es el Coordinador General del Noticiero Federal de México al Día producido en la Dirección General de Televisión Educativa de la SEP.

1) MACARENA.- ¿Cómo nace este proyecto de México al día?

RENÉ PALAVICINI.- El proyecto de México al día nace por la necesidad que tiene el Gobierno Federal de dar a conocer las actividades del Gobierno Federal en tiempo y forma para que la población conozca de fuente de primera mano lo que se hace con sus impuestos, todo lo que emprendió para beneficio de la ciudadanía, los proyectos que puedan beneficiar directamente a ciudadanos o comunidades en específico; por ejemplo es lo que es un proyecto que tiene características muy particulares y está alejado de todas las líneas que tiene todos los noticieros comunes y corrientes se busca que llegue la información sin editorializar que llegue sin morbo que llegue sin

amarillismo y que llegue la información como fue generalizada lo más pura posible.

2) M.- ¿Cuáles son los objetivos del programa?

RP.- México al día tiene varios objetivos es el primero es que la gente se entere de las actividades del gobierno federal en tiempo y forma eso está sustentado en el Plan Nacional de Desarrollo 2007 y 2012 en el eje 5 en la estrategia 5.5; en donde dice que el gobierno tiene que utilizar todos los medios que tenga a su disposición para informar a la ciudadanía de los acontecimientos y acciones que realice, ese eje principal.

El segundo eje es, como ya lo había mencionado que llegue la información de interés general sin ningún tipo de tendencias, no se mete con la información de los gobiernos de los estados o gobiernos locales es simple y sencillamente información que se maneja para la ciudadanía y de ámbito federal. No con tendencias políticas particulares.

Otro de los objetivos es que sea un programa, se busca que sea un programa atractivo, dinámico, diferente que aunque es un programa del gobierno federal no parezca un programa gubernamental o un programa oficialista; entonces se rompe con todo el tipo de eje o estereotipo que marca los programas del gobierno que son acartonados, secos, aburridos, aquí se incorporan varios elementos para que sea un programa dinámico se equilibra en información, no nada más..., información más importante es la del Presidente Calderón y conforme el orden de importancia de los Secretarios de Estado es como se va estructurando el programa pero para que no sea pesado se equilibra lo que es información lo que es información federal lo que es información de cultura espectáculos, deportes, de otras secciones para hacerlo un programa ameno; también esta ayudado por cuestiones visuales.

3) M.- ¿Por qué se produce en la DGTVE?

RP.- El programa de México al Día se produce en la DGTVE porque es una televisora que pertenece a la Secretaría de Educación Pública, donde se produce Telesecundaria y otros programas de televisión.

Lo que da una ventaja que ya hay infraestructura instalada, por lo que no tenía que existir ningún tipo de inversión en cuanto a equipo. El equipamiento ya estaba puesto, lo único que se hizo fue hacer una pequeña inversión en cuanto a nómina para conformar el área de noticias en la televisora porque no existía.

Es mínima la inversión que se hizo y precisamente por costo-beneficio se tomó la decisión de hacerlo en la Dirección general de Televisión Educativa.

4) M.- ¿El foro en donde se produce ya estaba tal y como está o tuvo que hacerse alguna remodelación, o alguna inversión de algún tipo para tener el green screen, los implementos que se necesitan para poder vestir el programa?

RP.- Es muy chistosa la pregunta y muy curiosa, porque la Dirección General de Televisión Educativa contaba con dos aparatos que son sets virtuales, un aparato era más viejo que el otro, por diversas circunstancias extrañas de la vida, alguien tomó la decisión de que el primer aparato que estaba estructurado a base de malla no entendieron para que era la malla y se quedó sin usar.

El segundo aparato se compró, pero siempre se utilizó en una mínima parte, tenía problemas porque la capacidad, la computadora donde se instaló no era suficientemente poderosa para correrlo, no la ocupaban a su máxima capacidad tenía problemas y no vieron que pasaba y estaba arrumbado.

En cuanto llegamos para ver lo del proyecto, partimos precisamente el proyecto, pensado en ese equipo. Nos dimos cuenta que el equipo estaba incompleto, que no tenía capacidades y le hicimos las adecuaciones para que pudiera funcionar como lo necesitábamos.

Pero lo más chistoso es que a pesar de que es un set virtual que necesita características específicas, está montado en un estudio que no cumple con esos requisitos, está montado en donde está un ciclorama que no tiene los colores específicos ya que se deben utilizar dos colores como es un verde muy especial y un azul muy especial.

Se escogen estos dos colores porque son los que están exactamente opuestos al tono de la piel, y esto se usa para que sea fácil hacer incrustaciones y perforaciones para poder montar imágenes sobre los cuerpos humanos.

Por eso es que para utilizar estos equipos no se tiene que utilizar ropa que tengan tonos verdes o azules cerca de los fondos. El que se está usando ahora ya está instalado con especificaciones que requiere el equipo, las cámaras infrarrojas están montadas sobre una tramoya que no requiere ningún movimiento, se cambió el foro del ciclorama que había, porque estaba en un teatro estudio y no se podía usar el ciclorama porque era azul y estaba mal empleado.

El que se hizo es más pequeño y es de color verde y así ya se usan los estudios como debe ser, si se hizo una pequeña adecuación y el equipo que está montado en el estudio A que se usaba antes, será montado aún tercer estudio, para que se quede ya funcionando como debe ser el teatro estudio y las producciones en virtual sean ya como deben de ser en un ciclorama específico diseñado nada más para eso.

La inversión que se hace es muy poca, porque el ciclorama se hace de una manera muy sencilla, es prácticamente con hojas de triplay muy delgadas y con tabla para poder levantar las paredes, la gente de escenografía y el material se tienen en la DGTVE, lo que es poco caro es la pintura porque es especial, pero ya se buscó la forma de conseguir pintura barata de otra marca igualando el color.

5) M.- ¿Cuál es la estrategia de difusión?

RP.- La estrategia de difusión que tiene México al Día, primero déjame decirte que son varios los programas que se tienen, inicialmente se empezó con un solo noticiario, que es un programa que se transmite de lunes a viernes de 7 a 8 de la mañana, y conforme fue creciendo el proyecto, sólo un programa de deportes de 8 a ocho y media de la

mañana en vivo, a las 6:45 se tiene un resumen de actividades de la agenda presidencial y de 21 a 21:30 horas se tiene la segunda emisión del noticiario de México al Día.

La difusión que tiene es un poco complicada porque es el Canal 412 de cablevisión y se supone que debe salir por otros sistemas de cable de la República Mexicana por PCTV que es de la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable, en diferentes estados de la república en los sistemas básicos pero por cuestiones de contenidos del Canal en muchos estados lo bajan, para poder proyectar bien el programa sobre todo el de la mañana el de las 7 a 8:00 AM se hicieron varios convenios con diferentes televisoras y cadenas líderes en diferentes estados.

Estamos saliendo por 22 televisoras tanto en televisión abierta como televisión de paga, la forma en que nosotros estamos dando la difusión y la promoción en el Canal en Aprende, hacemos spots la Dirección de Televisión Educativa no tiene dinero para pagar en secciones en periódico ni entrevistas, ni hacer spots de radio, entonces nada mas hacemos los spots para televisión que no nos cuesta.

Y con los convenios que se tienen celebrados con las diferentes televisoras ellos se comprometen a que nosotros producimos el spots de televisión y ellos lo retransmiten por todos sus espacios además están de alguna manera comprometidos hacer publicidad en espectaculares en sus localidades algunas de esas televisoras tiene radiodifusoras también salimos por esos spots en radio de las mismas cadenas en secciones en prensa local y en algunas revistas eso no le cuesta a la Secretaría de Educación Pública.

6) M.- ¿Aprovechan la internet para publicitarse como estrategia de difusión?

RP.- No para publicitarnos pero si como estrategia de difusión la DGTVE cuenta con un “striming” que es hacer la conversión en tiempo real de lo que sale al aire en broadcast de los programas que se suben por televisión que son de calidad profesional por eso se llaman broadcast.

Sale de dos maneras como por la televisión por el Canal Aprende que es el 412 de cablevisión y aquí en esa televisora también se maneja todo el sistema de Edusat, hay un Canal que se repite que es igualito al de Aprende por Edusat y esos Canales que suben y bajan por decodificadores como si fuera cablevisión, Sky, cualquiera de estos sistemas en 34 mil puntos de la República Mexicana, lo que se sube por estos sistemas por todos estos Canales entra por un proceso se “extrimea” se comprime y se sube en tiempo real por internet.

Si tú te metes a la página de Aprende TV en transmisión al aire en transmisión en vivo vas a tener varios programas la programación de todos los Canales que están en ese momento al aire y los vas a ver por internet en cualquier parte de la República Mexicana, pasa de la misma forma vía satelital baja al sitio de Presidencia de la República y ellos lo comprimen y lo suben por el Canal de Youtube y por el portal de la misma dependencia.

Y además varias de las páginas del Gobierno Federal de las Secretarías de Estado como Gobernación, SEDESOL, Función Pública obvio por varias razones y se está buscando tener una mayor cobertura por internet se está viendo la posibilidad de que no dependa la transmisión del servidor de la Secretaría de Educación Pública, porque tiene muchas funciones se vuelve muy lento.

Se necesita un servidor aquí en la DGTVE que albergue los Canales nada más de la DGTVE, y que se pueda mandar muchos programas bajo demanda de esa manera estamos utilizando la infraestructura que se tiene que es internet digamos todos los lugares donde tengan acceso a la página del Gobierno Federal y por los sistemas cerrados que tenemos que son de Edusat y el Canal de Aprende.

Y la otra es salir con ese tipo de señal de vía Satelital que la reciban en los diferentes Canales juntos si utilizamos la televisión satelital y se replica por todo lados por el Canal.

7) M.- ¿Qué nos puedes decir de esta estrategia de haber salido por televisión abierta en Canal 22?

RP.- Fue muy buena al principio empezamos a salir en Canales abiertos en algunos Estados de la República Mexicana lo que tiene Canal 22 es que nos abrió la puerta

para poder llegar a la zona conurbada del Valle de México, Canal 22 tiene una muy buena aceptación.

Básicamente es un programa de alguna manera local en televisión abierta cubre todo el Valle de México tiene una buena cobertura esta en un horario que es muy atractivo porque Canal 22 a esa hora, no tenía programación y tiene una coproducción con el ILCE que es el Instituto Americano de Comunicación, tampoco tenía una programación a esa hora era un horario digamos que desperdiciado vacío se hicieron gestiones para poder utilizar ese espacio de 7 a 8:00 AM.

Ha tenido buen impacto pero esto sucedió un mes después de que ya habíamos empezado a salir por el mismo Canal 22 en una señal que tienen internacional que llega a Estados Unidos a través del sistema de DirecTV, llega a las 10 principales ciudades de habla hispana con un potencial de 7.5 millones de habitantes.

En el momento en que vieron que tenía una buena aceptación en Estados Unidos a través del Canal 22, facilito el acceso para poder entrar a través de su sistema nacional en televisión abierta y por el sistema de Sky que también mandan señal la primera llegar a Estados Unidos la segunda esta en televisión abierta en el área conurbada en el Distrito Federal en el Valle de México y la tercera es que a través de Sky, cubrimos toda la República Mexicana a través del Canal 22 lo cual complementa la cobertura que tenemos específica en muchas de las localidades en la República y estamos llegando prácticamente a tener una cobertura nacional.

8) M.- ¿Cómo se publicitan estos programas?

RP.- Es complicada la publicidad de o la promoción de estos Canales porque nada más se promocionan en los portales del Gobierno Federal, en el "link" que dice "México al Día" le das un clic y aparece la transmisión del día o bajo demanda y aparecen los horarios.

Es complicado y básicamente lo que hemos hecho es esperar a que la gente de los diferentes Canales nos vea y que ellos hagan lo propio con los convenios de sacar la publicidad.

9) M.- ¿En el caso de los Estados que hablabas de que ellos tiene que pues de alguna manera tienen que publicitarse a habido, conocen cuál es su estrategia de publicidad en los Estados?

RP.- Sí, básicamente cuando salimos, la parte más fuerte de publicidad que han tenido es cuando iniciamos la relación, cuando empezamos a salir alrededor de tres semanas antes con dos tipos de spots, unos preventivos y otros ya normales diciendo los horarios, después siguen los spots común y corriente pero si se esmeran en sacarnos en diferentes periódicos locales, eso es importante.

Hemos tenido varios carteles, espectaculares, en Morelos nos tocó ver unos y otro si mal no recuerdo en Aguascalientes, y en varios periódicos de lo que nos sacan es planas completas, planas intermedias en los diarios más importantes locales.

10) M.- ¿Cuál es la estructura del proyecto en cuanto a Recursos Humanos y por qué?

RP.- Tiene una característica como en todos los noticiarios, el área de noticias en todas las televisoras se maneja completamente aparte de toda el área de producción, tiene una dinámica d diferentes, una logística diferente, tiene trabajo diferente, aquí prácticamente se trabaja veinticuatro horas al día, de lunes a lunes, el único día que se descansa entre comillas es sábado en la tarde y domingo, pero de todos modos hay guardias de reporteros, camarógrafos y choferes por lo que pueda suceder.

Precisamente por esa dinámica tenemos que conformarnos en un equipo un poquito amplio que contempla todo es Staff completo de televisión, un grupo de reporteros redactores, choferes, camarógrafos, editores, tanto de día como en la noche; tenemos un videoteca propia independiente de la videoteca central, que es una videoteca de tránsito la de nosotros en donde trabajan tres personas veinticuatro horas en diferentes turnos.

Tenemos como en cualquier área de noticias, un área de mesa de información, otra de redacción, gente que las coordina; y hay diferentes áreas, tenemos el áreas de deportes, área de investigación, área de información, el área de producción, así es como se conforma más o menos estamos hablando de un equipo alrededor de cien personas que trabajan todo el año, no hay vacaciones

porque muchas veces es cuando el Presidente de la República tiene más actividades por ser día cívico, y es cuando tenemos más trabajo.

11) M.- ¿Por último, en tú opinión se han cumplido con los objetivos que dan origen al programa?

RP.- Sí, se han cumplido los objetivos, cada una de las metas o de los logros cumplen estos de los objetivos que se trazaron, se está llegando a la gente; se le está llegando de una manera con información pura.

Lo que se vuelve atractivo de nosotros y lo que nos da una certidumbre y que estamos haciendo de alguna manera bien las cosas es de que todos los Canales con los que hemos celebrado convenios no nos han bajado a pesar de que muchos de ellos son Estados de gobiernos de extracción priista o perredista, que eso es importante, no nada más en gobiernos panistas, sino que tenemos una diversidad de Canales con gobiernos de diferentes extractos.

Eso es un parámetro muy bueno, porque no tenemos forma de medir la audiencia que tenemos ni la aceptación que tenemos, pero el simple hecho de que no nos bajen de los Canales es muy bueno y sobre todo en Estados como Guerrero, Puebla, Veracruz, Tamaulipas, que muchos de ellos son gobiernos prisitas, eso es importante.

El primer objetivo es que es un programa que es aceptado, que es dinámico que no es aburrido, que no es un programa oficialista, tenemos muchos elementos muy interesantes, una parte del programa sea en el set virtual, la otra se hace en corpóreo o en la escenografía tradicional, tenemos muchos elementos visuales muy ricos muy atractivos, esa es una parte.

La otra parte es que le estamos llegando a la gente, no solamente en el Distrito de Federal, en donde hay una gran variedad de oferta televisiva en noticias sino que le llegamos a muchas personas en los Estados donde hay una escasa oferta de televisión y más en noticias: En muchos Estados no se hacen noticias en las televisoras locales porque es muy caro hacerlas, es caro conformar un equipo de reporteros, estar cubriendo, equipo para poder levantar las imágenes, para hacer los seguimientos, estar en todos lados. Muchos de esas televisoras no tienen el

personal adecuado, infraestructura en edición, tienen recursos limitados.

Es una gran oportunidad para nosotros y para ellos porque nosotros les estamos mandando una producción de cinco horas diarias en vivo nueva a la semana, no invierten un centavo, no se les vende el programa, estamos llegando con información del Gobierno Federal sin tendencia, sin amarillismo, sin meternos en conflictos locales de diferentes partidos y se les llega con información que se produce todos los días que siempre tiene un beneficio para la ciudadanía, que siempre tiene la intención de que a la gente le sirva, porque no es solamente son las noticias que se pasan sino que se complementa el programa con cortinillas informativas para que la gente sepa como acceder al Seguro Popular, a la asistencia del DIF, Infonavit, Fovissste, Seguro Social, a la Secretaría de Salud.

El Gobierno Federal tiene más de ciento ochenta y cinco de programas federales encaminados al beneficio para que la gente viva mejor y muchos de ellos se quedan perdidos porque no hay manera de que las Instituciones tengan recursos para darlos a conocer en radio y televisión, nosotros somos la ventana que esta ex profeso para que todas las Instituciones saquen esa información creada y que la gente lo conozca en diferentes partes de la República Mexicana, lo importante es que no solo estamos llegando a una población concentrada en el Distrito Federal sino que le llegamos a la población que habita en trece Estados de la República.

12) M.- ¿Cómo consideras que es la calidad de tu programa?

RP.- De acuerdo a la infraestructura que tienes, tienes diferentes niveles de calidad, tenemos la misma infraestructura, claro en menor grado, pero de la misma calidad con la que cuentan Televisa y TV azteca, y es un estándar que se ha estado convirtiendo para todas las televisoras a nivel mundial.

Son equipos con ciertas características, las cámaras. Las islas de edición, la paquetería que es utiliza para editar, para hacer audio y para hacer video, es el mismo. La gente que hace las cosas y su talento es lo que hace la diferencia, aunque tenemos menos recursos buscamos gente talentosa que tenga ganas de trabajar; chavos con

una visión diferente a como se hace tradicionalmente la televisión, que aporte, que siempre este innovando; aquí la gente tiene la libertad de opinar, aportar, decir, para hacer un programa de calidad.

Nos han llegado diferentes comentarios de que es un programa que tiene mejor calidad que están al aire de televisoras conocidas.

La gente de la Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable y de PCTV, están muy emocionados o muy entusiasmados de que este programa es de muy buena calidad y que tienen grandes posibilidades para poderlo impulsar y que pueda estar en las 1100 cableras de todo el país.

LIC. FERNANDA MORA ZENTENO
LICENCIADA EN CIENCIA POLÍTICA, ITAM

Nació en la Ciudad de México el 10 de junio de 1973, es Licenciada en Ciencia Política en el Instituto Tecnológico Autónomo de México, ITAM. Fue becada por la Universidad de San Diego, California, UCSD, para tomar el curso sobre gobierno de Estados Unidos. Trabajó en el Departamento de Estudios Políticos del Centro de Investigación y Docencia Económicas, CIDE, con investigadores como la Dra. María Amparo Casar, Lic. Ignacio Marván Laborde y Dr. José Antonio Crespo. Colaboró con el Lic. Jaime González Graff y Lic. José Agustín Ortiz Pinchetti en el proyecto “Consulta Ciudadana sobre reformas constitucionales al Distrito Federal” que buscó equiparar como estado 32 a esta entidad.

En el año 2000 ingresó al área de investigación política en los noticiarios de Canal Once, del Instituto Politécnico Nacional. Posteriormente fue Coordinadora de Investigación y Análisis del mismo Canal y tuvo la dirección del programa “Perspectiva” bajo la conducción de Adriana Pérez Cañedo. En 2008 fue invitada a colaborar en la creación y puesta en marcha del informativo “México al Día” donde se ha desempeñado como Directora de Investigación y actualmente es la Directora de Información general en dicho proyecto.

1) MACARENA.- ¿Cuál es la línea editorial de México al Día?

Fernanda Mora.- Bueno, este proyecto se creó principalmente para dar voz a las acciones del Gobierno Federal que encabeza el Presidente Felipe Calderón y para informar de todos los programas sociales que a veces les falta un poco de difusión y no llegaban a las personas que más lo necesitan como el Seguro Popular, Estancias Infantiles, etc. Y también da a conocer el otro trabajo que hace el Gobierno Federal desde la Secretarías porque para pareciera que todo es el Presidente Felipe Calderón, y aunque lo encabeza o bueno el Presidente Felipe Calderón porque él lo encabeza pero se va difuminando.

2) M.- ¿Cómo se deciden las notas a cubrir, sabiendo que debe atenderse todo el Poder Ejecutivo?

FM.- Bueno, llena las invitaciones y le damos prioridad por dependencias, si va a estar el Secretario y también una cosa que nos debemos acolar mucho es a ver si tenemos todas las cámaras porque tenemos una limitante de cámaras, entonces tenemos que negociar si las mismas dependencias nos pueden prestar imagen, entonces esa no la cubriríamos pero si la incluimos en el programa.

Es decir, la cobertura es un poco distinta a la inclusión, ese es un criterio, el tener cámaras pero finalmente si participa el secretario, después si es el subsecretario o si ya sabemos de que tema va a tratar, eso es pero la verdad es que se trata de dar cobertura absoluta en todas las Secretarías, sin distinción, no?.

3) M.- ¿Y por ejemplo a que se le da prioridad, primero a quien obviamente yo creo, que al Presidente, a su esposa y luego por secretarías cual sería más o menos?

FM.- Nosotros por ejemplo en cobertura siempre está cubierto el Presidente y tenemos una reportera o un reportero de fijo siempre, también la Señora Zavala y después sería Secretaría de Gobernación, Secretaría de Hacienda y también la Secretaría de Seguridad Pública, SEDESOL, Secretaria de Educación Pública en orden si sería Presidencia, DIF y Gobernación, y después Secretaria de Hacienda.

4) M.- ¿En cuántos bloques está dividido el programa de en la mañana?

FM.- En la mañana son seis bloques tenemos cinco cortes.

5) M.- ¿Y cómo se divide estos bloques?

FM.- Primero es la información del Presidente, las actividades y si la Señora Zavala tuvo también entra también entra también en ese bloque, si el Presidente no tuvo actividad nosotros tenemos algunas notas que saquen generalidades de su Programa de Acción, por ejemplo, que paso en la Cop 16, con todo el programa ambiental,

entonces nosotros hacemos notas. Y en el bloque dos, entraría lo que es Gobernación, Hacienda y SEP o al si hay alguna detención muy importante también podemos abrir con eso.

Casi siempre en el bloque tres como ya tenemos marcada la media hora, es alguna nota informativa de salud y ya vamos con cultura y también con un avance de deportes, porque ya vamos a terminar la media hora y en algunos lugares solo llegamos media hora y así tenemos información de todo.

En el cuarto bloque casi siempre metemos una entrevista que sea con algún funcionario que sea de interés general o de algún programa que esa semana hacemos dándole difusión y el servicio meteorológico también para todos aquellos que quieren saber cómo va a estar el clima.

En el bloque cuatro cuando hay efemérides también entran ahí, en las Breves Nacionales. Las breves nacionales son todas aquellas notitas que ya no nos dio tiempo de meter pero no por ello dejan de ser importantes, entonces metemos como un resumencito.

En el quinto bloque es otro tipo de información, de que es el seguro popular y como entrar al seguro popular, que no es necesariamente una nota del día, y este también otras secciones de cultura y cerramos con deportes.

El bloque seis, se trata de hacer como más ligera la segunda media hora.

Y el seis, es el de deportes.

6) M.- ¿E Internacional en dónde entraría?

FM.- Internacional entraría en el bloque dos. También dentro de esa primera hora que es más informativa entra la sección de mundo.

7) M.- ¿Y en cuantos bloques está dividido el programa de la noche?

FM.- El programa de la noche está dividido en 3 bloques, también seguimos la misma lógica de empezar con el Presidente y con las notas más fuertes y el segundo bloque

podemos meter las notas que no son del día pero que son informativas y el tercer bloqueson totalmente para relajarse desde la nota, de que son los romeritos, luego una Sección de Cultura, Deportes y un Resumen.

8) M.- Creo que ya mas o menos me lo habías comentado pero ¿qué diferencia hay entre las dos emisiones?

FM.- Bueno desde que se hace totalmente el de la noche en Set Virtual y en la mañana tenemos dos tipos de set, porque tenemos entrevistas, en la mañana hay dos conductores con acompañados con una chica de cultura y el chico de deportes y en la noche es una sola conductora y principalmente el tiempo es el que los hace diferentes, es de media hora el de la noche y de una hora el de la mañana.

Y lo que los haría un poco más distinto no es la información sino el formato de la información que uno es mucho más breve y el otro le damos más espacio y podemos tener las entrevistas.

9) M.- ¿En cuanto a la Línea Editorial tienen la misma línea en las dos emisiones?

FM.- Si, es la misma Línea Editorial que es dar difusión a todas las acciones del Gobierno Federal.

10) M.- ¿Por último, en tu opinión, ¿se han cumplido los objetivos para lo cual fue hecho este programa?

FM.- Yo creo que sí, y cada día debemos ir superando más metas, pero partiendo de que es un programa totalmente nuevo y que el objetivo va muy distinto a lo que son otros medios, porque no hay la difusión de lo que hace el Poder Ejecutivo, hay un Canal del Poder Legislativo y un Canal del Poder Judicial, pero no había esta parte del Poder Ejecutivo, yo creo que poco a poco darnos a conocer y ahora estar en televisión abierta si cumple con los objetivos, ya cada vez más gente que nos habla y se va enterando.

Entonces, si se han cumplido pero falta, pero si ha habido un avance.

LIC. SOPHÍA HUETT LÓPEZ
DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN Y NUEVOS
PROYECTOS DE MÉXICO AL DÍA

Es Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Salle Bajío.

Se ha desempeñado en áreas de Logística y Medios Estatales de la Presidencia de la República y de Información en la Secretaría de Seguridad Pública Federal; en el Senado de la República realizó funciones de asesor.

Cuenta con experiencia en medios de comunicación públicos y privados. Entre las áreas en las que se ha desarrollado se encuentran las de producción, generación de contenidos y conducción de radio y televisión.

Ha sido consultora para distintas instituciones, públicas y privadas; ha laborado también en campañas políticas.

En el área de docencia, ha impartido clases en la Universidad de La Salle Bajío y en la Universidad Iberoamericana, a nivel medio superior y superior.

Actualmente es Directora de Análisis y Contenidos del noticiero de Gobierno Federal "México al Día", de la Dirección General de Televisión Educativa.

1) MACARENA.- ¿Qué sentido tiene contar con una sección de investigación en el noticiero?

Sophia Huett.- Que es abordar temas que son de coyuntura o sea que no tiene que ver con la emisión de un boletín ni nada de eso porque muchas veces esta ahí sin que sea un tema noticioso pero que finalmente son un tema interesante como el desarrollo de programas conocer y explicar porque hay ciertas políticas que se manejan así o sea es ir al fondo de los temas explicados de la mejor manera parlante de una forma más simple.

2) M.- ¿Esta área de investigación está sujeta a una línea editorial?

SH.- Pues la línea editorial básicamente sería, no hay una línea editorial establecida, nunca ha existido. El fin o el objetivo de estos materiales es que la gente se informe, para que pueda tener materiales que le ayuden a mejorar su calidad de vida, que conozca programas que a lo mejor sin no es por un material de investigación, no conoce o que entiendan como se manejan cosas de economía o incluso cosas de seguridad, que sí no es porque le presentas materiales a fondo no conoce, como por ejemplo, si alguien quería tomar como opción de vida algún área de gobierno incluso que sepa que hay el Servicio Profesional de Carrera por ejemplo entonces la idea o la línea que maneja es mejorar la calidad de vida, calidad de vida de la gente con información.

3) M.- ¿Es la misma que marca el contenido del noticiario?

SH.- Si es un noticiario hecho para la gente dirigido al ciudadano común que no al que le sirve mas tener información que le ayude en el diario que tener información de coyuntura sobre nota roja o sobre temas políticos.

4) M.- ¿Cuántos productos desarrolla esta área?

SH.- Son las cápsulas de investigación es México es tu Museo que trata sobre sitios históricos de nuestro país, son las Efemérides que se abordan obviamente las fechas marcadas en el Calendario Cívico, y las platicas, sacas algunas anécdotas y Panorama México en el que se resumen las actividades del Presidente de ese día.

5) M.- ¿Qué características debe de tener la redacción de las cápsulas de investigación y porque?

SH.- Debe tener una redacción sencilla porque vas dirigido aún público en general no está como especializado o sea no nos dirigimos aún público especializado si no aun

público en general y que tiene que ser sencillo porque de repente hay temas de políticas públicas que ya de por cierto el número de políticas públicas.

No todo el mundo lo entiende entonces la idea es explicarlo en el modo más sencillo también en el modo más directo sin darle muchas vueltas y también incluimos en casi todos los materiales entrevistas ya sea con beneficiarios de los propios programas con funcionarios y con académicos para que se expliquen de los temas y en general.

Lo que se busca en caso de los materiales históricos es que se les presente del modo más sencillo pero buscando un hecho que les ayude a recordarse de ese tema por ejemplo este buscar recrear momentos no, a lo mejor en el momento en el que se desarrolló una batalla o en el momento en el que se hubo un asesinato en el que alguien fue ejecutado se busca como crear esa atmósfera para que la gente pueda hasta cierto punto sentirlo y acordarse de ese tema.

6) M.- ¿En tu opinión se han cumplido con los objetivos del programa?

SH.- Claro que sí, en una mera opinión yo creo que si digo no tengo las cifras que puedan indicarme lo contrario porque hay una buena aceptación de la gente este material es tomado a parte por televisoras de todos los partidos políticos y se demuestra que no es un material político si no básicamente dirigido a la gente entonces eso ayuda a demostrar que si este haciéndolo como objetivo imparcial sin línea editorial política entonces yo creo que sí.

ARTURO ESCAJADILLO VILLANUEVA
PRODUCTOR EN EL DÍA DE MÉXICO AL DÍA

Con tres décadas de experiencia en medios electrónicos de comunicación, actualmente se desempeña como Director de Producción en el informativo del Gobierno Federal **México al día**, que se transmite por Canal 22 y el Canal 412 de Cablevisión.

Inició su carrera como editor de noticias en **Televisa**.

Fue Coordinador de producción en **24 Horas** con Jacobo Zabłudovsky, en **Televisa**, y de **Café Express**, con Adriana Pérez Cañedo, en **Canal Once**.

Creó y fue Productor General de la barra social de **Canal Once**, **Diálogos en Confianza**, que agrupaba los programas Cuerpo sano, Taller de sexualidad, Escuela para padres, Tiempo de compartir, Ser y hacer.

En **PCTV**, produjo las cápsulas editorializadas **Un minuto con... Julieta Lujambio, Félix Cortés Camarillo y Sergio Uzeta**, entre otros comentaristas; creó y produjo el noticiero **En línea directa**; fue productor de **TVC Noticias**; y Gerente de Producción.

Fue Socio fundador y Gerente de Producción de **María Victoria Llamas y Asociados**, casa productora que realizaba programas corporativos e industriales (inducción, motivación, capacitación y videojuntas), videogramas informativos, reportajes, documentales, promocionales para T.V., y videos educativos.

Se desempeñó como Gerente de producción del **Canal Toro** de **SKY**.

Colaboró como Productor/realizador del programa especial **EL 2000 HOY**, de **ONCE TV**, con una transmisión de 26 horas continuas y la participación de más de 60 televisoras de 50 países.

Participó como Director de cámaras en **Noticias con Sergio Uzeta, Noticias con Adriana Pérez Cañedo y Perspectiva** de **ONCE TV**.

En radio, ha sido Productor de **En sintonía con la noticia**, de **Radiofórmula**, con Sergio Uzeta; **Radio total** con María Victoria Llamas, Paola Rojas y Álvaro Cueva, transmitido por **W Radio**; y los noticieros de **Radio trece** conducidos por Eduardo Pasquel y Paco Ramírez.

1) MACARENA.- ¿Qué es un Vestido de Pantalla?

Arturo Escajadillo.- Bueno el Vestido de Pantalla, es todo el diseño gráfico que plasmamos en nuestra pantalla, en nuestro programa, abarca desde el diseño de logotipo, la cortinilla de entrada, las cortinillas para ir a corte y regresar de corte, las plecas que utilizamos para poner el nombre y el cargo a los entrevistados o para poner datos duros en las notas, el sello que llevamos en el ángulo superior izquierdo, en fin, los backs o estas texturas de fondo que usamos para poner información, letreros, el diseño de los mapas, todo lo que es diseño gráfico y animación, podemos llamarle Vestido de Pantalla o paquete gráfico.

2) M.- ¿Cómo se elige el Vestido de Pantalla?

AE.- Es un proceso que lleva mucho tiempo, la coordinación de México al Día y la producción de México al Día, deciden o le dan al equipo de animadores que es lo que quieren reflejar en la pantalla, que es lo que queremos proyectar, empezando por el tipo de programa, el horario de transmisión, los objetivos del programa, etc.

Y con base en eso, el equipo de gráficos hace unos primeros bocetos, nos presenta un racional con los conceptos que ellos consideran los apropiados y eso es un punto de partida para posteriormente ir ajustándolo hasta que llegamos al concepto final. Pero es un proceso que lleva mucho tiempo, que lleva mucho trabajo de parte de los diseñadores y de los animadores y que incluso hay algunas pruebas que hacemos a cuadro y vemos si funciona o si no funciona.

Aproximadamente podemos hablar, es difícil hablar de tiempos, pero podemos hablar que en un mes se llena a cabo desde la solicitud digamos, hasta el paquete gráfico terminado. Como un mes, es algo también que se lleva tiempo no solo en el escritorio sino también hay un trabajo que la computadora hace render y que eso lleva tiempo.

No solo es la concepción y el trazo, sino también la realización en la computadora, lleva su tiempo.

3) M.- Los colores del Vestido de Pantalla tienen su razón de ser, por algo especial?

AE.- Si claro, hay una razón. Parten del horario y del tipo de programa que es, que es un informativo y que es del Gobierno Federal.

En el matutino se intentó y se logró dar unos tonos entre naranjas, ocres y amarillos, más cerca de esos colores que nos da el sol cuando está saliendo de los colores que os da el amanecer, no?

Y por ahí nos fuimos, son colores cálidos, son colores amables y que de alguna manera permiten que la gente no se distraiga con esos colores y te refuerza el tono de seriedad. Hay muchos estudios al respecto y estos son más o menos los tonos que dan más credibilidad.

Estos amarillos y ocres en la mañana y bueno, el color azul es el rey de los noticiarios, si tú te asomas en la pantalla veras que la mayoría de los noticiarios tienen en su paquete gráfico algún tono de azul, porque efectivamente el azul da más credibilidad.

Decidimos que fuera azul en la noche justamente por eso, porque es un color un poco más frío pero que te da más credibilidad y que va más con el horario de las 9 de la noche, con un horario nocturno.

Hubo por ahí, un conflicto que, bueno tuvimos que resolver y lo resolvimos bien, porque resulta que el azul es un azul panista, entonces ya tenía una cara ideológica que no queríamos que hubiera por ser un Canal del Gobierno federal, sin embargo, después de discutimos, decidimos que aunque el azul sea el color del PAN, o del logotipo del PAN incluso se les conozca como los blanquiazules, finalmente el azul que elegimos es otro tono, no es el mismo del PAN y tampoco nos podíamos amarrarnos las manos así, porque si metes rojo es priista y si metes amarillo porque es perredista y si metes verde porque es el verde ecologista.

Entonces bueno, decidimos alejarnos lo más posible del tono del PAN, por eso fue que decidimos que fuera azul.

4) M.- Ok, ¿entonces las diferencias del Vestido de Pantalla entre los dos programas, básicamente es por?

AE.- Una por el horario y otra por la estructura y dinámica de cada programa. Si cada uno tiene una estructura diferente, una dinámica diferente, en todos sentidos y el paquete gráfico consideramos debía ser diferente, aunque comparten muchos elementos, evidentemente, es una misma marca, un mismo logotipo pero están adaptados cada uno, a un horario, a una estructura y a una dinámica diferente.

5) M.- ¿Cuál es la finalidad del Vestido de Pantalla?

AE.- Bueno, voy hacer un símil con nuestro vestido, es hacer más atractivo al programa, es hacer que la gente voltee a ver nuestra pantalla y mientras más atractiva sea el vestido de pantalla, creemos que la gente va a voltear más a nuestra pantallas.

Esto como todo, es una parte de un todo, obviamente es muy importante el vestido de la Pantalla pero también lo es la objetividad y también lo es la veracidad y también lo es la manera en que lo decimos, entonces es muy importante, pero también es muy importante como presentamos lo que decimos. A todos nos gusta presentarnos ante los demás con nuestra mejor cara y nuestro mejor vestido, bañaditos y per fumaditos, es lo mismo con un programa de televisión. Tiene que dar una buena cara para que la gente lo vea. Tiene que estar bien vestido para que este atractivo a la gente, lo que buscamos es justamente la mirada del teleauditorio.

6) M.- ¿Cuál es el procedimiento de producción, preproducción y postproducción de las notas?

AE.- Vamos a iniciar por el inicio, hay una serie de reporteros que cubren diferentes fuentes y cada día tienen que buscar la información de cada una de sus fuentes.

Van acompañados de un camarógrafo el reportero recaba la información y el camarógrafo recaba las imágenes para armar la nota.

Ya con esta información y con estas imágenes, ese binomio se traslada hacia el cuartel general de México al Día (la redacción), el reportero hace un trabajo de redacción, es decir, de toda la información que trae, selecciona lo que considera más importante de acuerdo con los objetivos del programa, selecciona lo más importante y le da un orden y a eso le da una redacción que le presenta a la Jefatura de Información y a la Dirección de Información para que le autoricen la nota.

Al momento de estar autorizada, el reportero procede a grabar en audio su nota y ya que está grabada, pasa el texto de esa nota al área de edición, bueno.

En edición, de acuerdo con el texto de la nota, se buscan las imágenes más adecuadas, se buscan los insertos o bites o declaraciones de los funcionarios a los que haga referencia la nota, se cortan y se hace un montaje de ellos, también seleccionando las mejores imágenes y dándoles una secuencia lógica y rítmica para lo que nosotros queremos.

Ya estando terminada la nota, se ingesta en un servidor para después transmitirse durante el noticiario.

7) M.- ¿En el caso en el que por ejemplo no se pueda cubrir la fuente, me decía Fernanda Mora, que a veces no se cuenta con el equipo, entonces parece ser que se solicitan imágenes o textos o la información, no?

AE.- Tenemos varias opciones, bueno la información si se le solicita a la fuente, la imagen se le solicita a la fuente, lamentablemente las fuentes no cuentan con equipo que cubran las actividades del Secretario en turno, entonces recurrimos o a CEPROPIE que algunas veces también actividades de los Secretarios o algunas televisoras, entre televisoras siempre nos apoyamos y de repente cuidando a Canal 11 se le va una nota, nos habla y nos solicita el material y se lo prestamos o puede ser una televisora privada, Televisa o Milenio o Efecto.

Así mismo nosotros también les solicitamos material, no es frecuente que así sea pero si se han dado caso, muchos casos. Y cuando no tenemos, cuando de plano no hay imagen, buscamos en otros medios o de plano buscamos videos del evento. O ya en última instancia si es algo así como que muy difícil de tratar, pes lo damos a

cuadro, se da la información pero con el conductor o la conductora a cuadro.

8) M.- ¿Qué calidad en comparación tienen los gráficos de los programas de México al Día, con respecto a los noticiarios de otras televisoras?

AE.- Es muy difícil hacer una calificación de ese tipo, pero si hablamos en lo general, te puedo decir que estamos por arriba de la media y también es muy difícil la comparación por el presupuesto o el tiempo o el equipo que se invierte en ello. Hay televisoras que tienen mucho más presupuesto y que tienen más tiempo para preparar el Vestido, o que se pueden dar el lujo de irse a otro lado a hacerlo, nosotros no.

Pero en general estamos en ese sentido competimos con cualquiera, yo te puedo decir que en todos sentido podemos competir con cualquier televisora, en cuanto a calidad. Concretamente en cuanto al Vestido de Pantalla, yo considero que es muy bueno el equipo humano que tenemos, los animadores y diseñadores gráficos, son de primera líneas, son muy creativos, se hablan de tu con el equipo, lo conocen muy bien, son muy hábiles en el manejo y sobre todo saben perfectamente adaptar un concepto para llevarlo al plano televisivo. Para ponerlo en la pantalla del televisor.

Que eso no cualquiera porque hay diseñadores gráficos que son muy creativos pero que nos son muy hábiles en el manejo de la máquina o que tienen muy buenos conceptos pero la parte de diseño les falla.

Creo, voy a permitirme reiterar, creo que somos en ese sentido, estamos arriba de la media de otras televisoras, incluso televisoras de otros países.

¿Puedo hacer un agregado?

También es muy subjetivo porque no sabes, solo tú sabes lo que tú quieres y sabes cuáles son tus objetivos y cuál es la función de cada uno de los elementos gráficos que pones en la pantalla, sin embargo, no sabes lo que las otras televisoras quieren.

Entonces es muy difícil hablar de calidad, pero en cuanto a diseño, en cuanto a concepción, animación y diseño, no hay duda estamos al parejo del que tú me nombres.

9) M.- Por último, en tu opinión ¿se han cumplido con los objetivos del programa?

AE.- Si, definitivamente y cada día se cumplen más, es decir, cada vez nos ve más gente, en ese sentido, si se ha cumplido el objetivo y cada día se cumple más, porque cada día, bueno no cada día, pero constantemente se están agregando más televisoras y cada vez estamos en nuevos sistemas de televisión y cada vez nos ve más gente.

Cuando empezó México al Día, empezó en la pantalla de Aprende TV, en ese entonces, que sale por televisión restringida por el Canal 412 de Cablevisión, sin ninguna promoción, sin ninguna campaña de difusión, nadie supo que había salido al aire y la gente poco a poco se fue enterando, también salía y sigue saliendo por internet, pero ahora por ejemplo, ya salimos en televisión abierta por Canal 22, salimos en otras televisoras estatales en Canales abiertos, en televisoras de Canales restringidos, entonces yo creo que si se han cumplido los objetivos y se seguirán cumpliendo.

Es muy difícil cuantificarlo, porque nosotros no tenemos una medición de audiencia, podemos medir parte de la audiencia, pero además tiene un costo para el cual no tenemos un presupuesto. Sin embargo, el hecho de que estemos en otras pantallas en otras programaciones en televisión abierta y televisión restringida, pues necesariamente quiere decir que nos ve más gente, pero además, tenemos otros parámetros, por ejemplo, cuando le pedimos a la gente que participe y ha participado.

Te puedo platicar que en un programa que hicimos, el año pasado sobre el AH1N1, la epidemia que hubo en el país de gripe, hicimos un programa especial y en una hora recibimos 100 llamadas, de gente preguntando a los especialistas. Entonces eso, es un parámetro, si efectivamente no nos dice cuanta gente nos ve, pero si nos dice que nos están viendo.

Por ejemplo, es común, no siempre pasa pero es común que demos boletos para la Cineteca y en 5 minutos se agotan, porque la gente llama, entonces eso nos dice que si nos ven. Cada vez, diferentes compañeros del equipo les dicen que ven el programa que está bien, o hacen críticas, gente en la calle, o conocidos o familiares que dicen “a si yo veo el programa tal o cual, me gusta esto o me gusta eso... “, hacen comentarios que te dejan ver que si lo ven.

Entonces yo creo que si se han cumplido los objetivos.

LIC. LUIS FERNANDO CARBONELL PAREDES
LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EX DIRECTOR GENERAL DE TELEVISIÓN EDUCATIVA

Originario de Chihuahua, es licenciado en Ciencias de la Comunicación y en Derecho por la Universidad Iberoamericana, actualmente se desempeña como director general de Relaciones Interinstitucionales de la oficina de Comunicación Social de Presidencia de la República, ha sido titular de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública.

Se ha desempeñado como Director General de Comunicación de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, Medio Ambiente y Recursos Naturales, así como coordinador general de Comunicación en el estado de Morelos y Director de Medios Estatales de la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia.

Además ha sido Secretario de Comunicación del Partido Acción Nacional (DF).

MACARENA.- ¿Qué importancia tiene México al Día dentro de la estrategia de comunicación del Gobierno Federal?

Fernando Carbonell.- Es una importancia muy relevante en principio porque es el primer noticiero que se hace en los últimos 10 años directamente hospiciado por el propio Gobierno Federal me refiero a directamente en el sentido de que cubre de manera consuetudinaria y de manera integral todas las actividades del Señor Presidente de la República en primer lugar y en segundo lugar todas las actividades o actitudes de los integrantes de su gabinete eso por el lado informativo.

Por el lado presupuestal también porque hasta la fecha insisto en los últimos diez años no había habido un esfuerzo que destinará recursos públicos para una cobertura de este tipo entonces en suma yo te diría que es un noticiero que tiene una gran relevancia.

Que tiene una gran importancia para el Gobierno Federal, porque es un órgano informativo que al que está obligado en primer lugar y que esta desempeñado insisto con recursos públicos.

2) M.- ¿Cuáles son las características que hacen atractivo el noticiario para el público?

FC.- Yo diría que son varias la primera es que se aleja de un formato oficialista en la Dirección General de Televisión Educativa tuvo mucho cuidado en eso, bajo que primicia de que la información que proviene de los Gobiernos y no nada más del Gobierno Federal si no de los Estatales y Municipales, carecen de credibilidad y entonces para ellos se implemento un formato que permite que las noticias, toda la información que proviene del Gobierno Federal sea traducida en términos de utilidad para el público.

Esto quiere decir que todas las actividades del Señor Presidente son y sean reportadas y transmitidas tal cual, pero los comentarios que hace el reportero que está inscrito a la fuente y a su vez el conductor que está transmitiendo en el noticiario hacen comentarios al público de estos eventos en los que participa el Señor Presidente o los Secretarios de Estado y tiene como beneficio para la población, para toda la gente entonces es el primer tema del formato.

Que permite que sea atractivo para la gente que permite que se vean en la televisión que permite que vean un producto en uso es una... es un... digamos un gran logro.

El segundo es que no nada más se transmite noticias o información del Gobierno Federal en materia política o en materia de programas de Gobierno, también contiene información deportiva, contiene información cultural y también información internacional situación que si se compara con otros Informativos de cualquier nivel aun yo diría se puede poner al mismo nivel que cualquier noticiario de Televisa o TV Azteca por ejemplo, y por

mucho rebasa a los noticieros a los Informativos que tiene los estados en sus propias Televisoras locales.

3) M.- ¿Cuales son las características que hacen atractivo el Noticiero para el público?

FC.- Bueno eso en primer lugar lo que es en el formato la utilidad para las personas que lo ven y yo diría y remarcaría las diferentes secciones la sección de información oficial la información internacional los deportes y cultura es un noticiero completo que permite prácticamente atender a todos los públicos estarlo sintonizarlo.

4) M.- ¿Por qué se implementa una estrategia de cobertura en el programa con diferentes Televisoras en la República Mexicana?

FC.- Bueno el interés que tiene cualquier Televisora es llegar al mayor público posible en términos de publicidad le llaman costos por millar que quiere decir que entre a más personas llegues, más barato te sale llegar al mercado persona nosotros en principio por lo menos cuando yo estuve como Director General ahí en Televisión Educativa teníamos un elenco de aproximadamente quinientas estaciones de Televisión por cable sistema de Televisión por cable que nos transmitía el Noticiero.

Nos dimos cuenta que eso no era suficiente porque en algunos nos bajaron básicamente porque estamos en un Canal completo entonces si no ven tu Canal completo el Noticiero que sea de muy alta calidad como lo es pues en pocas palabras no lo ven.

Entonces lo que hicimos fue hacer tiros de procesión el objetivo principal era llegar a más personas entonces los tiros de procesión consistieron en colgarnos lo pongo entre comillas en colgarnos de los públicos objetivos ya cautivos que tenían diferentes Televisoras sistemas de cable y Televisoras abiertas sistemas abiertos de Televisión como son las Públicas las Televisoras Públicas

permisionadas en los estados el objetivo era insistir era llegar al mayor número de personas.

Lo que hicimos fue empezar a vender como un producto y pongo a vender entre comillas porque fue a través de asociaciones estratégicas; nosotros en pocas palabras les ofrecíamos información nacional, internacional, deportes y cultura gratis a cambio simplemente de que lo transmitieran.

Entonces nosotros resolvimos para los las Televisoras de los Estados que no tiene la posibilidad de tener una producción de este nivel porque es muy caro y sobre todo los costos de Producción son altísimos.

Poner a su disposición un producto de esta calidad y atender la demanda que sus públicos requerían este tipo de información, entonces ellos al momento que vieron la oferta se empezó a multiplicar la transmisión del Noticiero ya con público cautivo porque la estrategia fue que se transmitiera antes o después del Noticiero estelar de esas televisoras o incluso radiodifusoras locales.

Entonces se logro hasta que yo me fui, por lo menos triplicar el auditorio que teníamos hasta el momento.

Entonces creo que es una estrategia que funciona, que funciona para los dos por un lado nosotros ofrecimos el producto por otro lado los asociados así les llamábamos lograron dar una oferta informativa mucho más amplia a sus públicos .

5) M.- ¿De qué manera se publicita de México al Día matutino en los diferentes estados esto de acuerdo a los convenios firmados con Televisoras y cableras?

FC.- Parte de la estrategia para lograr una mayor cobertura del Noticiero que a propósito de estas alianzas estratégicas, consistió precisamente, en que los convencimos de que para que sirviera el Noticiero necesitaban ellos darle publicidad hacerlo del conocimiento de su auditorio.

Entonces nosotros en Televisión Educativa, fue producirles spots de radio y televisión teniendo como premisa que estábamos dirigiéndonos a medios de comunicación que mínimamente tenían una estación de radio y una televisora, aparte de que sabíamos de que ellos casi tenían convenios con periódicos entonces al momento que le produjimos los originales mecánicos para prensa, los spots de radio y televisión se los regalamos.

También debían hacer la publicidad de un producto que ya es suyo y en ese momento simplemente nos empezaron a transmitir y recibimos muy buena información de éstos, de que este Noticiero México al Día está funcionando muy bien en sus estados y en eso consistió la estrategia de publicidad que corrió a cargo estrictamente de los propios Asociados.

6) M.- ¿Consideras que se han cumplido los objetivos del programa que dieron origen al programa?

FC.- Pienso que con los Asociados sí, por que los conozco, sigo tratando con ellos y me lo han dicho que el noticiero México al Día esta jalando insisto, porque insisto satisface una oferta informativa que ellos mismos no pueden atender.

Pero pienso que el Canal en que se transmite Aprende TV requiere de una estrategia de publicidad especial para que el propio Canal, para atender esos quinientos sistemas de televisoras por cable en las cuales se transmite.

En otras palabras en Aprende TV le haces publicidad y transmites dos emisiones una en la mañana y otra en la noche con sus cortes informativos, si le haces publicidad o sea que le invierta la propia Secretaría de Educación Pública en algunos recursos para publicitarse

En otros medios yo creo que podría efficientarse muchísimo más creo que es la única asignatura que tiene pendiente el Canal Aprende TV y por tanto la única tarea digamos por concluir que tiene México al Día para poder ser un Noticiero más eficiente.

7) M.- ¿Se ayuda un poquito proyectándose por el 22?

FC.- Claro el 22 fue una de las grandes alianzas estratégicas, ahí fue una alianza que se hizo con ILCE que es el usufructuario de uno de los Canales del sistema la Red Edusat, que a su vez transmite por el 22.

Cuando el ILCE nos da permiso y el 22, nos da permiso de atender esa... de transmitir el Noticiero por ese Canal pues bueno.

En principio tenemos cobertura Nacional en televisión abierta y por otro lado con todos repetidores que tiene el 22 aprovechamos todas las alianzas del 22 y aparte todo el Canal Internacional 22 en Estados Unidos de América, entonces que por supuesto que sirvió muchísimo que fue una de las mejores alianzas que se lograron.

Ahora me gustaría precisar que el objetivo era y sigue siendo atender particularmente a los estados del país o sea, si sirve mucho transmitir a los connacionales o a las personas de habla hispana que pudieran estar viendo o escuchar en estados unidos por que también se trasmite por internet pero lo más importante, es el público objetivo que tenemos en la república mexicana y en la que los asociados nacionales locales o sea los estados nos están ayudando eso es mucho más eficiente todavía, pero la suma de los dos bueno nos da una cobertura mucho más amplia.

8) M.- ¿Hay alguna posibilidad de saber por ejemplo hablando del internet que tanto se puede que tanto se tiene acceso la gente o si lo ve por internet?

FC.- Si, si, si, tú le preguntas al área de internet de la DGTVE el número de hits que tiene por región te lo dan o sea la página no sé como estén los números. Pero a veces, yo diría, eso es lo viene y eso es lo que apuesta, que debería de tomar a sumir la televisión de los estados, la televisión del estado mexicano porque la televisión que no reconoce barreras que no reconoce fronteras y la que sobre todo te permite la mayor accesibilidad.

Entonces hay un tema muy importante que la DGTVE tiene toda la infraestructura actual la más avanzada en toda Latinoamérica, encima de todas las televisoras comerciales que conozcan en Latinoamérica.