

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN

DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS Y PROPUESTA DEL MANEJO,
USO, DISTRIBUCIÓN Y SEGUIMIENTO DIARIO DE
INFORMACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE
DIFERENTES PRODUCTOS COMUNICATIVOS EN LA
DIRECCIÓN SISTEMA DE INFORMACIÓN DE
TELEVISA, S.A. DE C.V. SAN ÁNGEL, DURANTE EL
PERIODO DE ABRIL A OCTUBRE DE 1994

TESIS QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

PRESENTA:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAVARRIEGA LOZADA, GEORGINA

1996

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

27
2ej



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Descripción, análisis y propuesta del manejo, uso, distribución y seguimiento diario de información para la realización de diferentes productos comunicativos en la Dirección Sistema de Información de Televisa, S.A. de C.V. San Ángel, durante el periodo abril a octubre de 1994.



A QUIENES JAMÁS DIRÉ ADIÓS

***AUNQUE LA MUERTE CUMPLA SU ASQUEROSA
PUNTUALIDAD...***

A MIS PADRES...

*Desde siempre han estado a mi lado.
Lo mismo limpiando lágrimas de alegría que de tristeza.
Me han dado siempre su mano para alcanzar y llegar a la cúspide.
Jamás han fallado.
Son ellos:
mis padres.
Fue sencillo abrir los ojos y descubrirlos,
Lo difícil ha sido merecerlos.
Siempre lo mejor y a pesar de todo lo mejor.
Son sus ojos, sus palabras, sus acciones reflejos de sabiduría,
amor, energía, fortaleza,
confianza, voluntad, esperanza, pasión, entrega, dedicación,
libertad, coraje...
Los tiempos se funden. La vida transcurre. Un sueño se cumple.
Esto es un punto y aparte.
Es algo sencillo pero importante.
Quizá por eso busqué lo más maravilloso.
Fue como pensé en el mar.
Me sumergí hasta el fondo del océano y entusiasmada
encontré un puñado de perlas. ¡Cuánto brillaban!
Pero al salir a respirar, el sol las convirtió en cuentas de vidrio.
Lloré y quise hundirme en el abismo de la noche.
Después conmigo a la par del amanecer,
vi a mis padres y las cuentas se dejaron caer.
Ellos las tomaron, sonrieron y dijeron:
"...los logros más significativos se suscriben en la convicción de
que algo falta,
de que es necesario intentarlo de nuevo, de nunca estar satisfecho.
Las glorias también brillan. El éxito no incluye aspectos
propagandísticos.
El éxito, como las cuentas de vidrio o como las perlas,
es relativo, provisional, engañoso..."
Jamás me cansaré de preguntar por qué desde que abrí los ojos
están ahí.
Estoy segura que nadie me responderá.
Gracias a ellos todo es posible.
Quizá lo imposible sólo esté en mi.*

A MI HERMANO:

*Siempre mimos y cariños,
Sonrisas sin palabras.
Uno se acostumbra.
Piensa que todo es así, pero la vida es enérgica, dura,
disciplinada, exigente: como tú.
Difícilmente puedes ser así conmigo.
Tal vez de ahí nuestras diferencias.
Sin embargo, eso no importa.
Yo también te quiero y jamás saldrás de mi corazón.*

A LA FAMILIA TOIMIL:

*Una mujer excepcional:
Manuela
Mis hermanos:
Sergio, Mario y Manolito
Mi tía:
Silvia,*

y a todos sus integrantes:

gracias por dejarnos ser uno de los suyos

**A MIS AMIGOS
DE HOY,
MAÑANA Y
SIEMPRE:**

**ANDREA, NELLY, LUIS, MARCO, RENATO, WENDY,
OTHÓN, DAVID...**

*No hay escritos que expliquen mi sentir.
Se trata de algo que no es mío.
Son distintas las escenas, pero la misma obra:
la vida.
Los nombro en voz alta.
Son ellos quienes detienen mi soledad.
Son mis amigos de quienes tengo urgencia de oírlos, de verlos.
Será porque nuestra sangre se mezcla.
Mis amigos que aún creen en la justicia, en el amor, en la
libertad.
Gracias por hacerme sentir que puedo hacer de un revés una
victoria, del fracaso una esperanza.
Es su fortaleza la que me eleva para ver desde el horizonte.
En su mirada día a día algo muere, algo nace, algo se transforma.
Pero su actitud honesta jamás.
Son ustedes los incondicionales.
Son ustedes solidarios como abejas, aguerridos como jaguares,
tímidos como gotas que se niegan a caer, más no se dejan vencer.
Son sus gritos alegres los que me contagian.
Es su voz la que ahuyenta mis miedos y hacen de mis errores algo
pequeño.
Son ustedes mis amigos que me hacen vibrar.
Después de todo la nostalgia existe.
Gracias por ser los hermanos que pude escoger.*

ESPECIALMENTE:

A DIEGO:

*Definitivamente hay quienes son de otra
magnitud.
Para quien debido a esa grandeza no hay
palabras:
gracias por recorrer el camino y poder
llegar a la meta conmigo.*

A DAVID:

*A quien extraño tanto o igual que el agua
de la alberca.
Ambos han dejado un vacío abismal que
aún no he podido llenar.
Ahora es otro el motivo de mis desvelos y
de mi entrega.
Su huella la tengo tatuada en la sangre
obligándome a tener mi cuerpo en
movimiento para prolongar la energía del
espíritu.
Gracias por hacerme comprender que la
derrota no es una opción.
En el agua no libré la mejor competencia,
es la vida diaria la que me presenta una
batalla conmigo misma,
porque la aniquiladora muerte hay un afán
no sólo de vivir sino de hacer realidad mis
sueños.*

A ZARAHY:

*Quien con su confianza y todo su apoyo no
ha dejado que la puerta de la Universidad
se cierre, sino que ha abierto la posibilidad
de abrir y transitar por otros caminos. Es
necesario prepararse, ser profesional y ya
no seguir siendo el mismo, sino el mejor.*

A GUSTAVO:

*Todas la partes de mi vida tienen algo tuyo.
Recuerdo nuestros momentos y siento un
nudo discreto en la garganta.
Fue algo extraordinario.
Esta vez no voy a llorar.
Es como tener un invisible aguacero que me
empapa.
Quizá por ello se niegue a salir el sol.
Gracias por hacer sacudir y disfrutar parte
de mi juventud.
Fue como un río que nadie había tomado en
sus manos.
Sin embargo, olvide que todo empieza y
termina.
Todo llega y se va.
Te amo.
Siempre lo haré.
Sin embargo, el amor también es marcado
por el tiempo...*

¿Qué hacer ante seres extraordinarios?

Solamente intentar ser uno de ellos

ÍNDICE

PÁG

INTRODUCCIÓN

CAP. I LA EMPRESA

1.1. Antecedentes de la televisión en México	3
1.1.1. La formación y expansión de la televisión comercial	7
1.1.2. La era del satélite; la construcción de Televisa y su inserción en el campo de la educación y de la cultura	12
1.2. Grupo Televisa, S.A. de C.V.	26
1.2.1. Cadenas y canales de televisión	27
1.2.2.1. Cadena del canal 2	28
1.2.2.2. Cadena del canal 5	29
1.2.1.3. Cadena del canal 9	30
1.2.2. Televisión por cable	30
1.2.3. Noticiero ECO	31
1.2.4. Servicios	31
1.2.5. Pago por evento	32
1.2.6. Univisión	32
1.2.7. Galavisión	33
1.2.8. Publicaciones	34
1.2.9. Grupo AMÉRICA	34
1.2.10. Periódicos	35
1.2.11. Audio	35
1.2.12. Radio	36
1.2.13. Discos	37
1.2.14. Video	37
1.2.15. Videoteca y contratos por licencia	38
1.2.16. Otros negocios	39
1.2.17. Producción cinematográfica (Televisine)	39
1.2.18. Servicios de doblaje	40
1.2.19. Publicidad	40
1.2.20. Anuncios exteriores	41
1.2.21. Promoción de eventos deportivos y eventos especiales	41
1.2.22. Mensajes electrónicos personalizados	42
1.2.23. Comunicaciones vía satélite	42
1.3. Televisa: impuestos y tarifas	43
1.4. Televisa y la provincia	47
1.5. Televisa y sus trabajadores	47

CAP. II LA DIRECCIÓN

2.1 Definición del SI	51
2.2.1. Objetivo central	51
2.2.2. Objetivos específicos	51
2.2. Características del MIS	53
2.3.1. ¿Qué hace productivo a un MIS?	53
2.3.2. ¿Qué ventajas debe ofrecer un MIS?	55
2.3. Productos comunicativos: síntesis informativas	56
2.4. Recursos materiales	56
2.5. Recursos humanos	57
2.6. Responsabilidades dentro de la Dirección, SI.	58

CAP. III PRODUCTOS COMUNICATIVOS: SÍNTESIS INFORMATIVAS

3.1. Productos comunicativos	
3.1.1. Descripción de elaboración de los diferentes productos comunicativos	62
3.1.2. Políticas de redacción de las síntesis informativas	65
3.1.3. Diseño de las síntesis informativas	67
3.1.4. Esquema del contenido de las síntesis informativas	68
3.1.5. Ejemplos de las diferentes síntesis informativas	68
3.1.6. Distribución de las síntesis informativas: <i>¿Quiénes las recibían?</i>	71
3.2. Análisis de la Síntesis de Economía, Política y Finanzas	72
3.3. Propuestas para la Síntesis de Economía, Política y Finanzas	87

CAP. V REGISTRO DE TIEMPO DE LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS, DE LOS CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA EN 1994 EN LOS NOTICIARIOS NOCTURNOS: 24 HORAS, HECHOS Y PUNTO POR PUNTO

- 4.1. Describir la manera de que se registra el tiempo de los candidatos presidenciales en los noticiarios televisivos *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*. 90
- 4.2. Analizar la forma en que se registra el tiempo de las campañas proselitistas de los candidatos presidenciales en los noticiarios televisivos *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*. 98
- 4.3. Proponer la forma de cómo mejorar el registro de tiempos durante las campañas proselitistas de los candidatos presidenciales en los noticiarios *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*. 103

CAP. V LA INFORMACIÓN

- 5.1. Descripción de la organización de temas de interés para Televisa y para la Dirección, SI, Sistema de Información 108
- 5.2. Análisis de la forma en que se organizaba la información en la Dirección, SI, Sistema de Información 112
- 5.3. Propuesta para mejorar la organización en la Dirección, SI, Sistema de Información 117

CAP. VI MONITOREO DEL NOTICARIO 24 HORAS

- 6.1. Describir la forma en que se realizaba el monitoreo del noticiario 24 Horas de la noche conducido por Jacobo Zabudovsky 123
- 6.2. Analizar el procedimiento del registro del contenido del noticiario 24 Horas de la noche conducido por Jacobo Zabudovsky 124
- 6.3. Proponer una forma de monitoreo del contenido del noticiario nocturno 24 Horas conducido por Jacobo Zabudovsky 125

CAP. VII RELACIÓN ENTRE LA PRÁCTICA Y LA FORMACIÓN PROFESIONAL 127

CONCLUSIONES 140

BIBLIOGRAFÍA

ANEXO

INTRODUCCIÓN

Televisa incluye 205 empresas, de las cuales abarcan 34 giros diferentes: servicios de seguridad, equipos de fútbol, empresas de administración de bienes raíces, de limpieza, líneas aéreas, etc. Sin embargo, el negocio que aporta más ganancias es el de publicidad exterior, de donde proviene el 54.9% del total de sus ventas.

Su máximo representante y accionista, Emilio Azcárraga, mejor conocido como "*El Tigre*", forma parte de la lista de los 24 hombres más ricos del mundo -según la revista *Forbes*- con una fortuna acumulada en 1,700 millones de dólares.

Además, de acuerdo con documentos de organismos internacionales e instituciones académicas, este selecto grupo de millonarios obtienen un ingreso equivalente el que perciben, en conjunto, cinco millones de mexicanos. Sin embargo, no es nuestra finalidad estudiar la distribución del ingreso de la nación. Lo anterior sirva acaso para reflexionar las dimensiones de Televisa. Debido a su proyección internacional todos, más de una vez, hemos visto alguno de sus programas, ya sea de entretenimiento o informativos. Más aún como estudiosos de la comunicación la citamos, la cuestionamos constantemente. No obstante se cuenta con poca información de ésta. Televisa, como uno de los consorcios televisivos más fuertes en el mundo, presenta en sí misma un hermetismo difícil de traspasar. Por tanto, la representación que tenemos de ella surge a partir de lo que proyecta a su exterior: su producción, su forma, su apariencia. Antes de seguir especulando es necesario, importante e interesante, conocer qué sucede a su interior; es a partir de la unión de la forma y el fondo como se puede estudiar, comprender y retomar lo mejor que ésta pueda tener.

En el presente trabajo encontraremos, bajo la modalidad de memoria de desempeño profesional y a diferencia de investigaciones y/o publicaciones que involucran a Televisa, el testimonio de alguien que laboró en esta organización, específicamente en la dirección SI, Sistema de Información, por lo tanto, no analizamos a esta empresa desde su producción como medio de comunicación, tampoco se estudia su estructura organizacional. No es objetivo de este documento poner en tela de juicio el papel que Televisa desempeña en la sociedad o la programación, menos aún la calidad de ésta. La intención de este trabajo es describir algunas de las funciones desempeñadas dentro del SI, la que a un año de su nacimiento desaparece. Bajo esta perspectiva se desprende el contenido de nuestros capítulos.

El capítulo I presenta antecedentes de la televisión en México. En este apartado encontraremos una cronología -de los principales acontecimientos- de la televisión para explicar, en ese contexto, el origen y desarrollo de Televisa. La información de éste grupo se caracteriza por ser escasa, en este sentido este trabajo incluye datos actualizados hasta 1994.

El capítulo II, está dedicado a conocer los orígenes y estructura del SI, así como sus objetivos.

En el tercer capítulo dedicado a los productos comunicativos, se detalla el proceso a seguir para realizar las síntesis informativas. Nuestra atención se centra en la de Economía, Política y Finanzas, por constituir su proceso de elaboración una responsabilidad de nosotros. Las otras dos síntesis, de Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías, así como la de Espectáculos, son presentadas a manera de ejemplo.

En el capítulo IV, se refiere al registro del monitoreo de los tiempos dedicados a los candidatos presidenciales en tres noticiarios nocturnos. Posteriormente, en el capítulo V, se describe lo relacionado al archivo hemerográfico como parte del acervo informativo. En el capítulo VI, se expone las actividades de monitoreo en tres noticiarios.

Debido a la importancia de la relación entre la práctica y la formación profesional, decidimos abordar este tema en el capítulo VII para señalar, los aspectos académicos retomados y aplicados en las distintas actividades.

El nivel de desarrollo en cada apartado es de descripción, análisis y propuesta. Considerando el carácter de este trabajo, la presentación en términos descriptivos abarca mayor espacio. Ello responde a la forma detallada y sistemática que se presentan todas las actividades y a la forma ilustrativa que dan los ejemplos. Lo anterior tiene el fin de mostrar, paso a paso, el proceso de la utilización que se le da a la información.

Asimismo, es nuestra intención que se comprendan y se consideren todos los aspectos para que al desarrollar una actividad similar, puedan superarse. Si bien es cierto, el uso que se le daba a la información, es una tarea que puede desempeñar una persona debidamente capacitada, al final eso no es lo realmente significativo, sino el reto, y la aportación de este trabajo es poder diseñar, desarrollar y aplicar, a partir de las habilidades alcanzadas, una estrategia comunicativa que permita brindar no solamente, -a quienes así lo demanden-, información procesada, sino presentarla y hacerla funcional, entenderla como parte de todo, como un conjunto de métodos para mantenerse al tanto del acontecer en función de necesidades informativas específicas señaladas, para finalizar en la toma de decisiones.

De igual manera, esta memoria, al describir el uso que se le puede dar a la información, principalmente de la prensa escrita para elaborar síntesis informativa, permite ver cómo se pueden aplicar algunos conocimientos adquiridos durante la carrera, al tratar de elaborar una estrategia capaz de nutrir de información especializada a un equipo de personalidades que cotidianamente toman decisiones importantes en el sentido de que se juega el futuro de la organización e intereses económicos que involucran a otras organizaciones, y por lo tanto no pueden permanecer ajenos al acontecer nacional.

No por ello, la preocupación de estar informados es únicamente de quienes toman decisiones, como en el caso de los directivos de Televisa, sino también lo es de nosotros, quienes estudiamos a la comunicación, porque jugamos un doble papel: difundir información y hacer uso de la misma. En este sentido, en términos de experiencia profesional, nos percatamos de que en la aplicación de conocimientos teóricos también es necesario desarrollar ciertas habilidades, por ello es importante partir y contar con un conocimiento de causa, es decir, saber a detalle todos los puntos a desarrollar para cumplir un fin, un objetivo, en el uso que se le puede dar a la información.

Como hacerlo permite adquirir ciertas destrezas, realizar observaciones, contemplar algunas consideraciones. Por esta razón, el conjunto de las actividades desempeñadas en el SI, intentan compartir un conocimiento que nos lleva a pensar en otras posibles aplicaciones, distribución y/o seguimiento que ofrece la información retomada de los medios masivos de comunicación. La utilidad puede estar presente en otras áreas de la comunicación, que vayan más allá del registro y presentación de la información en general, sino ofrecer un servicio con información especializada.

Por lo que se refiere al registro de tiempo de las campañas presidenciales pueden conducirnos a pensar en la necesidad de diseñar métodos de análisis y evaluación de imagen visual, imagen de instituciones políticas, de sus principales actores, y retomar los resultados arrojados de alguna de estas tareas para pensar en cuáles serían los puntos a considerar y desarrollar una estrategia de campaña en televisión, por ejemplo.

Bajo los mismos términos, nadie duda de que una de las principales fuerzas que mueven hoy al mundo es la información. Acaso también el presente trabajo nos lleve a pensar en la presentación de sus diferentes modalidades: libertad de expresión, el uso que se le da en nuestro régimen actual de gobierno, cómo debiera ser ésta bajo términos democráticos, se da o no el acceso a múltiples opiniones; la existencia de la objetividad ante la presencia de intereses de los medios, de la relación de éstos con el gobierno, la forma que se le da a las distintas producciones informativas, los motivos y/o intereses personales de los comunicadores, comentaristas, entre otros aspectos.

Uno de los mayores logros de esta memoria sería, y a partir del conjunto de actividades desempeñadas, el inicio para reflexionar en temas que consideramos importantes a raíz de estar en contacto constante con la prensa escrita y con la televisión, principalmente; el despertar el interés, para pensar en distintas aplicaciones del manejo, uso y distribución de la información.

La importancia que tiene el poder establecer de manera metodológica y sistemática un seguimiento de la misma. Esto nos puede llevar a ver cómo el gobierno ha ejercido, o ejerce presión, a través del manejo de la información: cómo es que en condiciones deprimentes como las que vivimos actualmente se presenta y utilizamos la información; cuáles son nuestras reacciones y qué canales utilizamos para hacer llegar nuestras demandas; saber determinar quiénes son los principales actores, en qué espacios se mueven; cómo participan los partidos políticos; de qué forma el gobierno legitima su poder a través del uso de la información; es a través de tener a la ciudadanía informada cómo se tiene acceso a una cultura democrática. ¿La información responsabiliza y refuerza nuestras actitudes, orienta hacia la participación, nos conduce a tomar una postura crítica y activa? Los partidos políticos bajo que términos exigen el acceso a los medios de comunicación y si es la equidad la más adecuada.

Consideramos que es tan importante tener los conocimientos teóricos como saber y poder aplicarlos, ¿cómo dar cuenta de éstos? Compartirlos con quienes aún están en las aulas, con los docentes, con la comunidad universitaria, y con todos aquellos interesados en el tema.

En cuanto al análisis este trabajo se realizó en términos de contenido y de producción. En el primer caso, para poder examinar las síntesis informativas se recurrió a la técnica de análisis de contenido. Como se sabe, esta técnica permite hacer descripciones objetivas, sistemáticas y cuantitativas. De esta manera se establecieron categorías, retomadas a partir de la estructura de las síntesis, -no del contenido informativo de un día específico sino de las secciones establecidas- como referencia y para ser más precisos. Después, se jerarquizó la información en ítems (que son las unidades de análisis). Posteriormente, se registró la frecuencia de cada ítem, en términos numéricos. Inmediatamente se elaboraron cuadros de concentración de datos para explicar e interpretarlos en relación con los objetivos de cada producto comunicativo.

En el aspecto de la producción, también la analizamos porque forma parte del proceso de elaboración de los productos informativos, pues no solamente es necesario conocer las diversas actividades sino los tiempos invertidos en términos de calidad y de funcionalidad.

En cuanto a las propuestas, éstas se presentan al final de cada capítulo. Sin embargo, en un principio solamente encontraremos consideraciones a partir de las mismas tareas y cómo poder mejorarlas en particular. Es en el capítulo de conclusiones en donde se pretende integrar todas las actividades y hacer un análisis de las mismas para dar cuenta de los alcances y limitaciones de éstas, como una propuesta en global.

El bombardeo de la información a través de los medios de comunicación y debido a la constante transformación de acontecimientos que vive nuestro país, resulta difícil no sólo enterarnos de los hechos, nacionales e internacionales, sino también por razones de tiempo, no nos es posible consultar, escuchar o ver, diferentes medios de comunicación. Bajo esta línea, más ambicioso observarlos, analizarlos y concluir. Lo cual, es además indispensable en nuestra formación académica.

Asimismo uno de los objetivos de las síntesis informativas era mantener informadas a personas de primer nivel dentro de Televisa; presentar en un mismo documento, información que mostrara un abanico de hechos relacionados con las principales áreas de interés general: política, economía, finanzas, y, en particular, información de medios de comunicación, nuevas tecnologías y espectáculos. Contar con información selectiva, y al leerla, saber cuál es la realidad nacional presentada a través de los medios de comunicación a partir de una pluralidad de opiniones como resultado de revisar más de 15 periódicos, revistas, noticiarios en televisión, etc. y tener además, un documento de consulta.

En este punto, las síntesis informativas para los ejecutivos de Televisa, sí cumplían éstas expectativas, sin embargo, esto no siempre se logra. En dependencias gubernamentales, en donde generalmente se hace este tipo de trabajo, nos encontramos con síntesis reducidas al recorte de notas de periódicos pegadas sin criterios. En este sentido, las síntesis realizadas en el SI, superan, en gran medida a éstas.

De ahí la importancia de conocer el proceso para su realización. Nuestro contexto social nos enseña formas más o menos comunes de usar las cosas y las relaciones; en este sentido podemos decir que nuestros significados comunes están informados o que nuestra comunicación está informada, aunque en muchas ocasiones no sepamos exactamente por qué o para qué.

La información es la materia prima de nuestro trabajo, por ello es necesario definirla. Información la vamos a entender como "conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que les sirva como guía de su acción"¹, es decir, es un elemento fundamental para poder actuar. Cualquier error en su uso puede conducirnos a realizar movimientos fallidos. Si esto es válido para la acción individual, se puede deducir que puede ocurrir también con un conjunto de individuos de una sociedad organizada, de una nación, si su información es insuficiente, sin embargo no solamente se trata de proporcionar información en términos de cantidad sino de calidad. Por esta razón es importante saber organizar la información y utilizarla para no permitir que esa aplanadora informativa nos neutralice. La información, pasa a ser un medio insustituible para optimizar los criterios en la toma de decisiones.

¹ PAOLI, Antonio, "Comunicación e Información", México, Trillas, 1990, pág. 15

Es bajo el contexto de 1994, cuando estuvimos en Televisa, es donde la historia de México aumentó no sólo sus páginas, sino la necesidad de detenerse a analizarlas, porque los acontecimientos ocurridos provocaron el desvío del rumbo del país y por consiguiente la vida de todos los mexicanos.

El año de cambio de estafeta presidencial se inició con un conflicto armado al sureste del país; secuestros de empresarios, asesinatos políticos, debates entre los principales candidatos, renunciaciones a principales puestos políticos, gobernadores sustitutos, escándalos financieros...¿dónde quedaba la promesa de que nuestra nación tomaría el rumbo hacia la modernización?

En la política nacional son innumerables los problemas que a diario se viven, la legitimación del poder se encuentra, sin duda, en crisis. El supuesto beneficio que encierra el rompimiento con la justicia social y la legalidad que niega el fraude como práctica de su política habitual, éstos constituyen los ejes del reconocimiento de quienes tienen en sus manos el futuro de un pueblo.

No es de extrañarnos que el gobierno mexicano a lo largo de la historia ha ejercido presión. Los ciudadanos hemos pagado con creces los errores de quienes han conducido y determinado el camino de la nación. Es en términos de negociación como se perfila una de las formas de relación de una política sana. Sin embargo, dadas las condiciones en que vivimos los mexicanos, la presión continúa como otra forma de relación para tratar de hacer llegar las demandas y exigir una mejora en los niveles de vida.

La participación de todos es importante. Formamos parte de una sociedad que se niega a seguir aceptando engaños. Es durante este proceso llamado de transición, que debemos aprender a cuestionar la realidad presentada a través de los medios y compararla con la realidad que a diario enfrentamos, en la que el sobrevivir un día más puede ser acaso el triunfo de muchos mexicanos. En nuestro país el acceso a la educación es cada vez más difícil. Entendamos a la educación como el poder acceder a tener una nueva visión de la vida y a demandar que ésta deba ser la mejor. En este sentido ¿de qué manera nuestra profesión corroborará en este proceso de cambio? ¿cuál es nuestro papel como estudiantes universitarios de la carrera de periodismo y comunicación?

El futuro está cerca: es el siguiente minuto, puede ser la próxima hora, o quizá el futuro este dibujado en el mañana. Pasado, presente y futuro representan la memoria, la conciencia y la esperanza. Lo que pasó es una ausencia del olvido. El presente demanda hacer un cálculo de ese recuerdo y de lo que vendrá. Es nuestro deber pensar en el futuro en términos de porvenir. Considerar el mañana y explicarlo con ligereza no es nuestra labor. La tarea, acaso sea, empeñarnos es decidir no prescindir de las enseñanzas de la historia. Reflexionar, cuestionar, analizar la información que en cada tiempo se presenta; participar, formar parte de nuestros ideales, acaso sea lo más ambicioso que pueda aspirar este trabajo. Quizá éste puede ser el pretexto para empezar.

Mayo, 96
Georgina Lavariega Lozada

CAPITULO I

Televisa

APARTADOS

1. La empresa

1.1. Antecedentes de la televisión en México

1.1.1. La formación y expansión de la televisión comercial

1.1.2. La era del satélite: la construcción de Televisa y su inserción en el campo de la educación y de la cultura

1.2. Grupo Televisa, S.A. de C.V.

1.2.1. Cadenas y canales de televisión

1.2.2.1. Cadena del canal 2

1.2.2.2. Cadena del canal 5

1.2.1.3. Cadena del canal 9

1.2.2. Televisión por cable

1.2.3. Noticiario ECO

1.2.4. Servicios

1.2.5. Pago por evento

1.2.6. Univisión

1.2.7. Galavisión

1.2.8. Publicaciones

1.2.9. Grupo AMÉRICA

1.2.10. Periódicos

1.2.11. Audio

1.2.12. Radio

1.2.13. Discos

1.2.14. Video

1.2.15. Videoteca y contratos por licencia

1.2.16. Otros negocios...

1.2.17. Producción cinematográfica (Televisine)

1.2.18. Servicios de doblaje

1.2.19. Publicidad

1.2.20. Anuncios exteriores

1.2.21. Promoción de eventos deportivos y eventos especiales

1.2.22. Mensajes electrónicos personalizados

1.2.23. Comunicaciones vía satélite

1.3. Televisa: impuestos y tarifas

1.4. Televisa y la provincia

1.5. Televisa y sus trabajadores

1.1. Antecedentes de la televisión en México ¹

1934

El ingeniero Guillermo González Camarena comienza a realizar, ayudado por las actrices de radio, Rita Rey y Emma Telmo, programas experimentales de televisión. El equipo empleado había sido construido por el propio González Camarena.

1935

El presidente Lázaro Cárdenas apoya los experimentos de González Camarena y dispone que se faciliten a éste, para que trabaje en ellos, los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario. Esta emisora trae a México, en junio de 1935, un equipo de televisión.

1940

El ingeniero González Camarena patenta en México y en los Estados Unidos un sistema de televisión a colores denominado *Tricromático*, basado en los colores verde, rojo y azul.

1942

González Camarena abandona los experimentos en circuito cerrado y realiza, a través de la estación XHGC, la primera transmisión de televisión en México enviando la señal por el espacio aéreo.

1944-1949

Los gobiernos de Manuel Ávila Camacho y de Miguel Alemán Valdés reciben numerosas solicitudes de concesión para operar comercialmente canales de televisión por parte de diversos empresarios mexicanos y extranjeros. Entre ellos destacan Cecilio Ocón, Gonzalo J. Escobar, Santiago Reachi, Julio Santos Coy, Alberto Rolland, Guillermo González Camarena, Rómulo

¹ DELABRE, Trejo Raúl, coord. "Televisa, el quinto poder". México, ed. Claves Latinoamericanas, 1991, 5a. edición, págs. 19-39

O'Farril, Emilio Azcárraga Vidaurreta y los estadounidenses Lee Wallace (de la empresa *Tele Shows*), David Young (senador en el Congreso estadounidense) y Lee de Forest (afamado inventor, pionero de la radiodifusión y creador, entre otras cosas, del bulbo de vacío).

1946

7 de septiembre. El ingeniero González Camarena transforma la XHGCI en estación experimental, con permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, y opera para fines de investigación, un circuito que va desde su domicilio (Havre 74) a la XEW emisora de la cual González Camarena era jefe de operaciones desde 1940. Transmite un programa cada sábado.

Se constituye, en 1946, Televisión Asociada, organización que agrupa a los principales propietarios de estaciones de radio, difusoras de Latinoamérica. El objetivo de esta organización es constituir un frente continental que aglutine a los empresarios de la radiodifusión para presionar con mayor fuerza a los gobiernos latinoamericanos con el fin de que éstos acepten que la televisión tenga un uso comercial. Como dirigentes de esta agrupación actúan Emilio Azcárraga Vidaurreta, de México (presidente); Clemente Serra Martínez, de México (vicepresidente), Goar Mestre, de Cuba (secretario); y Raúl Fontaine, de Uruguay (tesorero).

1947

A petición del presidente Miguel Alemán Valdés, el director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), Carlos Chávez, nombra una comisión para que se encargue de analizar la forma de operar de los dos sistemas de televisión en ese momento: el estadounidense (comercial-privado) y el británico (monopolio estatal). Para tal efecto, la comisión designada por el INBA e integrada por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Guillermo González Camarena, deberían realizar un viaje por los Estados Unidos y Europa, y entregar, al término del mismo, un informe al presidente Alemán Valdés con el fin de que el gobierno de México contara con los elementos para determinar cuál de las dos formas de operar la televisión convenía más a nuestro país.

1947-1950

El ingeniero González Camarena instala circuitos cerrados de televisión en las tiendas más importantes de la ciudad de México y en los cines del circuito de exhibición *Cadena de Oro*, propiedad del industrial de la radio Emilio Azcárraga Vidaurreta.

Mediante dicho circuito se anuncian diversos productos y se invita a los transeúntes a mirar su imagen en el receptor de televisión. En entrevista concedida a la revista Transmisiones (número 21, marzo-abril de 1948, pp. 21-22) en el *hall* del cine Alameda, González Camarena afirma que el dinero invertido en sus experimentos es "incalculable" y que "el apoyo económico para costearlos se debe a don Emilio Azcárraga".

1948

La Comisión enviada por el INBA a los Estados Unidos y Europa entrega al presidente Alemán Valdés el resultado de su análisis. El texto del informe consta de dos partes. La primera, escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos, financiamiento y contenido de los sistemas de televisión británico y estadounidense; la segunda, escrita por el ingeniero González Camarena, quien se refiere a las características de la operación técnica en ambos sistemas.

Los trabajos de la construcción del edificio *Radiópolis* ("La ciudad de la Radio") que había empezado el 18 de septiembre de 1943 con el objeto de instar ahí las emisoras XEW y XEWW (onda corta), se interrumpen momentáneamente. El edificio se inauguró el 12 de enero de 1952.

1949

El secretario de Comunicaciones y Obras Públicas, Agustín García López, declara a la prensa que el gobierno hará uso de la televisión con fines sociales y culturales, al tiempo que será motivo de explotación comercial por parte de los particulares.

Se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. El titular de la concesión es la empresa de Televisión de México, S.A., propiedad del señor Rómulo O'Farril, dueño también del diario *Novedades* de la ciudad de México. La estación adopta las siglas XHTV y se asigna el canal 4.

A petición de diversos empresarios vinculados con la radiodifusión, el gobierno de Miguel Alemán Valdés forma una comisión encargada de elaborar un reglamento para el funcionamiento de la televisión en México. Como asesor técnico de esa comisión es designado el ingeniero González Camarena.

1950

11 de febrero. El *Diario Oficial de la Federación* publica el "Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de televisión". En este decreto se hallan incluidas todas las especificaciones técnicas que el ingeniero González Camarena había recomendado en 1948 al gobierno del presidente Alemán Valdés.

26 de julio. El canal 4 de televisión, XHTV, empieza a funcionar en transmisiones de prueba. Se inaugura oficialmente el 31 de agosto con una transmisión desde *Jockey Club* del Hipódromo de las Américas. A la ceremonia asisten importantes funcionarios públicos y empresarios de México y del extranjero. Al día siguiente, 1º de septiembre de 1950, el canal 5 comienza sus transmisiones regulares con la emisión del IV informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

1951

El 21 de mayo inicia sus transmisiones regulares la estación XETV, canal 2 concesionado a la empresa Televimex, S.A. propiedad del magnate de la radio Emilio Azcárraga Vidaurreta, dueño de las emisoras XEW y XEQ, y accionista mayoritario de la empresa Radio Programas de México, la más importante cadena radiofónica del país y, al mismo tiempo, la más grande productora de programas de radio en México.

1952

Comienza sus transmisiones regulares, el 18 de agosto, la tercera estación de televisión en México. Se trata de XHGC, canal 5, concesionada al ingeniero González Camarena a través de la empresa Televisión González Camarena, S.A.

1.1.1 La formación y expansión de la televisión comercial

1955

26 de marzo. Los concesionarios de los canales de televisión 2, 4 y 5 deciden construir una empresa encargada de administrar y operar esas emisoras. La nueva empresa, Telesistema Mexicano, S.A. no se convierte en concesionaria, con lo cual salva legalmente lo establecido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el sentido de no permitir las prácticas monopólicas en México. Las concesiones continúan perteneciendo a las empresas que originalmente las obtuvieron: Televimex, S.A. (canal 2), Televisión de México, S.A. (canal 4) y Televisión González Camarena.

Como directivos de Telesistemas Mexicano fueron designadas las siguientes personas:

Emilio Azcárraga Vidaurreta (presidente)
Rómulo O'Farril (vicepresidente)
Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farril, Jr. (gerentes)
Antonio Cabrera (subgerente administrativo)
Luis de Llano (subgerente de producción y programación)
Miguel Pereyra (subgerente técnico)
Ernesto Barrientos (subgerente de ventas)

Las acciones que la empresa (10 mil con valor de mil pesos cada una, y que representaban un capital de 10 millones de pesos), quedan distribuidas de la siguiente forma: Emilio Azcárraga Vidaurreta, 4 mil acciones; Rómulo O'Farril, Jr. 500, Ernesto Barrientos Reyes, 500; y Fernando Diez Barroso, 500.

1956

Comienza a funcionar la XEAWTV, repetidora del canal 2, instalada en el cerro de El Zamorano (Guanajuato). La estación, con potencia de 30 kilovatios y ubicada a 2,800 metros sobre el nivel del mar, permite cubrir la región del Bajío y los estados de Michoacán, Tamaulipas, San Luis Potosí y Querétaro.

1958

La estación XEFBTV de la ciudad de Monterrey, afiliada a Telesistema Mexicano adquiere de la empresa AMPEX la primera máquina de videotape en México. La introducción del videotape en México representa un enorme adelanto para la producción televisiva en la medida en que permite la grabación y edición de programas reduciendo al mínimo los errores en éstos.

Mediante la grabación en videotape, esta empresa comienza a exportar programas -especialmente telenovelas- a Latinoamérica y a los Estados Unidos.

1959

Telesistema Mexicano cubre con repetidoras 20 estados de la República y anuncia que invertirá 21 millones de pesos para cubrirlos todos antes de 1960.

1960

Se publica el 19 de enero en el *Diario Oficial de la Federación* la Ley Federal de Radio y Televisión. El contenido de esta ley es coincidente con el documento titulado "12 bases para uniformar la legislación sobre Radiodifusión en América", elaborado por la Asociación Interamericana de Radiodifusión, organización que agrupa a los concesionarios de radiodifusoras comerciales en todo el continente.

Algunos de las características principales de esta ley son:

- a) El derecho a la libertad de expresión que estaba vedado para la radio y la televisión, se extiende a estos medios.
- b) La radio y la televisión dejan de ser considerados prestadores de un servicio público y pasan a ser prestadoras de un servicio de interés público; esto faculta legalmente a los concesionarios de las empresas de radio y televisión a decidir libremente, sin intervención de ninguna autoridad, el monto de las cifras cobradas por los servicios publicitarios que las emisoras prestan; las faculta, igualmente, para decidir a quién venden tiempo de estación y a quién le niegan el servicio.
- c) La Ley otorga concesiones hasta por 30 años para operar comercialmente estaciones de radio y televisión

1961

Se publica en el *Diario Oficial de la Federación*, el 29 de diciembre, la Ley de Impuestos para las Empresas que Explotan Estaciones de Radio y Televisión. Esta Ley dispone que dichas empresas deben pagar como impuesto el 1.25 por ciento de sus ingresos brutos.

1962

Se crea la empresa Teleprogramas de Acapulco, filial de Telesistema Mexicano. Esta empresa, dirigida por el licenciado Miguel Alemán Velasco, se encarga de producir programas de televisión para el consumo nacional y para la exportación a los Estados Unidos y América Latina. Adquiere tal importancia en los años 60 que las televisoras de muchos países de Centro y Sudamérica conformaban su programación con su alto porcentaje de programas de Teleprogramas de Acapulco.

1966

Comienzan en México las transmisiones de televisión a colores con el programa *Escaparate 360*, del canal 4. Para 1967, la televisión a colores funciona ya de manera regular con la serie inglesa *Los Thunderbird*.

1968

Se concluyen los trabajos de la Red Nacional de Telecomunicaciones, iniciados en 1963. Esta red incluye, entre otras instalaciones, la Red Federal de Microondas y la Estación Terrestre para comunicaciones Espaciales de Tulancingo (para envío y recepción de señales por satélite), comunicada con los satélite INTELSAT III y IV. Estas instalaciones hicieron posible la comunicación de México con otros países a través del satélite.

1º de septiembre. Comienza a funcionar, con la transmisión del IV Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz, la estación XHTM, canal 8. La concesión se otorga a la empresa Fomento de Televisión, S.A. de C.V. filial de Televisión Independiente de México, empresa adscrita al poderoso grupo industrial Alfa de la ciudad de Monterrey.

Diciembre. Los días 30 y 31 de diciembre el gobierno de la República emite las siguientes disposiciones que se relacionan con la radio y la televisión:

a) Se establece un impuesto de 25 por ciento al importe total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la Ley.

b) Se designa a los concesionarios de estaciones de radio y televisión "causantes solidarios" de ese impuesto y se establece la obligación para ellos de separar 25 por ciento de los pagos que sus empresas reciben por el servicio de radiodifusión y entregarlo a la autoridad fiscal.

c) Se propone una alternativa para cumplir con este impuesto: la Secretaría de Hacienda y Crédito Público otorgaría un subsidio equivalente al total del impuesto mencionado siempre y cuando los concesionarios de las empresas de radio y televisión se sujetarán a las siguientes requisitos: 1) colocar un 49 por ciento de sus acciones (sin incluir las de voto limitado), en un fideicomiso irrevocable, en instituciones nacionales de crédito, a fin de que pudieran emitirse certificados de participación susceptibles de ser adquiridos por el público; 2) que los miembros del Consejo de Administración titulares de las acciones de voto ilimitado tuvieran la facultad de vetar la prestación de los servicios para salvaguardar las actividades de la sociedad y de determinar las normas a las que se debe ajustarse la empresa sobre la prestación de los servicios para salvaguardar el interés público que corresponde a las actividades de la sociedad; 3) que la Asamblea Ordinaria de accionistas decidiera reinvertirlas.

Los empresarios de la radio y la televisión consideran estas medidas nocivas para sus intereses e inician negociaciones con funcionarios del gobierno para tratar de eludirlas.

1969

1º de julio. Después de seis meses de negociaciones entre representantes de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión y del gobierno federal, el presidente Díaz Ordaz emite un decreto que añade la opción para cubrir el impuesto mencionado. Este contempla que el gobierno de la República considere cubierto dicho impuesto si las estaciones de radio y televisión ponen a disposición del Estado 12.5% del tiempo diario de su programación para que los utilice de la manera que juzgue pertinente.

Asimismo, en el decreto se hace la observación de que este tiempo de transmisión no será acumulable, ni su uso podrá diferirse aún cuando no sea utilizado, pues se entiende que el concesionario cumple con su obligación con sólo poner dicho tiempo a disposición del Estado. Si el ejecutivo no utilizase, total o parcialmente, ese tiempo deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines a fin de interrumpir el servicio de radiodifusión.

En esa misma fecha, el presidente Díaz Ordaz emite un acuerdo que autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a expedir nuevos títulos de concesión a los empresarios que en ese momento operan estaciones de radio y televisión. el acuerdo afirma que las concesiones se otorgarán por un término de 10 años adicionado del tiempo que falte por transcurrir hasta el vencimiento de las concesiones con la salvedad de que la duración total no excederá de los 20 años. Esta disposición uniforma el término de las concesiones, de las estaciones existentes en ese año, para 1979. Hay, sin embargo, excepciones importantes. Por ejemplo, los canales 2 y 4 de la ciudad de México finalizan sus concesiones en 1985. Lo anterior se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* del día 17 de noviembre de 1970.

1969

20 de mayo. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorga a la empresa Cablevisión, S.A. filial de Telesistema Mexicano, concesión para operar en la ciudad de México el servicio de televisión por cable. Aunque la televisión por cable empezó a operar en algunas ciudades del norte de la República en 1954, a partir de 1969 empieza a extenderse y a constituir un negocio significativo.

1970

Telesistema Mexicano, que hasta entonces no producía noticieros informativos creó una Dirección de Información. Esta decisión fue explicada, algunos años después, por el señor Aurelio Pérez, funcionario de Televisa quien dijo que hasta ese momento se estaba sujeto a gran parte de periódicos, los que abastecían de noticias y de información general. Se dependía de su criterio para enfocar y juzgar la importancia de las noticias, lo que no era conveniente porque los intereses no siempre eran los mismos.

Esta nueva Dirección, a cargo de Miguel Alemán Velasco, participó en la Convención de Noticieros de los Estados Unidos y Canadá, celebrada en Denver, Colorado. De ahí surge el proyecto del noticiario 24 Horas, sin duda el más influyente de la televisión mexicana.

1.1.2. La era del satélite; la construcción de Televisa y su inserción en el campo de la educación y de la cultura

1971

Marzo. Se constituye en México la Organización de Televisión Iberoamericana (OTI), cuyo objetivo es el de intercambiar programación, a través del satélite, entre las televisoras de Latinoamérica, Portugal y España. Las representaciones de Argentina, Brasil, España y México (este último a través de Telesistema Mexicano) poseen 48% del total de votos en las asambleas de la OTI y aportan 70% de las cuotas con las que se sostiene esta organización. Para llevar a cabo su plan de trabajo, la OTI contrata los servicios del consorcio multinacional denominado Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (Intelsat).

4 de noviembre. México se adhiere al sistema Intelsat. Para el efecto, el gobierno de la República adquiere 1.5% del total de acciones de este consorcio multinacional.

1972-1973

En diciembre de 1972 se lleva a cabo la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México en una sola entidad encargada de administrar los recursos de que disponían ambas empresas: Televisión Vía Satélite, S.A. (Televisa). Al igual que Telesistema Mexicano, Televisa no es empresa concesionaria. Las concesiones de los canales 2, 4, 5 y 8 siguen siendo propiedad de las empresas que los obtuvieron originalmente: Televimex, Televisión de México, Televisión González Camarena y Fomento de Televisión Nacional, respectivamente. Televisa empieza a operar formalmente el 8 de enero de 1973.

1973

El Diario Oficial de la Federación publica el 4 de abril el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. En éste se precisan las atribuciones de la Secretaría de Gobernación como instancia del Ejecutivo Federal encargada de vigilar que los contenidos de las emisoras de radio y televisión se ajusten a lo estipulado en las leyes vigentes. Asimismo, el Reglamento fija los límites del tiempo que las estaciones de radio y televisión pueden ocupar para transmitir publicidad. En el caso de la televisión pueden ocupar para transmitir publicidad. En el caso de la televisión, las emisoras pueden dedicar 18% del tiempo total de transmisiones para programar anuncios publicitarios.

1974

Se funda la empresa Satélite Latinoamericano, S.A. (*Satesat*) con los objetivos de "difundir la imagen de México en América Latina" y de ocuparse de "la producción, distribución, representación, compra, venta y comercio en general de programas de televisión por satélite". Del total de acciones de *Satesat*, 52% pertenece a los canales de televisión 11 y 13, al Banco Nacional Cinematográfico y a Notimex, y 49% a Televisa.

1976

Televisa adquiere 20% de las acciones de la empresa *Spanish International Communication Corporation* de los Estados Unidos y funda el sistema UNIVISIÓN, que ese mismo año incluye una emisora en Los Ángeles, otra en Nueva York y una más en San Antonio. Televisa comienza a exportar programas a los Estados Unidos por medio de satélite y microondas a través del sistema UNIVISIÓN.

Televisa comienza a transmitir en el mes de enero la serie *Introducción a la Universidad*. Se construye, también, la Fundación Cultural Televisa. Su consejo consultivo lo integran los señores Antonio Carrillo Flores, Andrés Henestrosa, Gustavo Baz, José Luis Martínez, Francisco Monterde, Enrique González Casanova, Salvador Zubirán, Silvio Zavala, Carlos Graeff Fernández y Francisco López Cámara.

1980

Mayo. Televisa contrata, mediante la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los servicios del satélite estadounidense *WESTAR III*, con lo cual este consorcio adquiere la posibilidad de cubrir el territorio nacional con señales de televisión, además de que le permite transmitir directamente su programación a los Estados Unidos a través de la cadena SIN (constituida por más de 100 estaciones afiliadas a la empresa *Spanish International Network*, de la cual Televisa posee 75% de las acciones). Utilizando el *WESTAR III*, Televisa transmite 19 horas diarias de programación.

8 de octubre. Televisa y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) firman un convenio para instalar 80 estaciones terrenas para comunicación vía satélite.

De acuerdo al convenio, Televisa financia la instalación de 44 de esas estaciones (200 millones de pesos) y la SCT la de las restantes (70 millones de pesos). A través de estas estaciones se planea cubrir 13 mil 500 poblaciones en el país.

Según el convenio, una vez instaladas las estaciones financiadas por Televisa, ésta deberá cederlas al gobierno federal para que las opere por conducto de la SCT. Al mismo tiempo, como la SCT se obliga a proporcionar a Televisa los servicios de conducción de señales de televisión descontando de las tarifas cobradas por la Secretaría un porcentaje convenido por ambas entidades.

Asimismo, Televisa adquiere a través de la cláusula séptima del convenio prioridad para transmitir su señal cuando a través de un canal sólo pueda transmitirse una señal de televisión. Finalmente, Televisa adquiere el derecho de transmitir sus señales a través de esta red de estaciones terrenas durante nueve años.

10 de octubre. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes anuncia que para 1985 México tendrá su propio satélite, el cual, tentativamente, comienza a ser llamado Ihuicahua (*Señor del Cielo*) en lengua náhuatl.

En 1980 Televisa estaba asociada a 47 empresas, distribuidas en diferentes áreas:

1. Televisión

Televisa, S.A.
Televisora de la Laguna, S.A.
Televisora Europa, S.A.
Televisora Potosina, S.A.
Televisa Internacional
Marketing Group
International Satélite
Network
Univisión
Promociones y Filmaciones para Televisión, S.A.

2. Radio

Sistema Radiópolis, S.A.
Producciones Artísticas Latinoamericanas, S.A.
Y las estaciones:
XEW-AM y FM
XEX-AM y FM
XEWK en Guadalajara, Jalisco
XEWV Onda Corta

3. Exportación

Productora Teleprogramas, S.A.
Galavisión
Unimán, S.A.

4. Publicaciones

Editorial Televisión S.A.
Provenemes, S.A. de C.V.
Edivision Cía. Editorial, S.A.
Editorial PALSA, S.A.
International Graphics

5. Espectáculos

Promotora Nacional de Espectáculos, S.A.
Promovisión Mexicana, S.A.
Imagen y Talento, S.A.
Móvil Espectáculos, S.A.
Mugaverde Productions
Club de fútbol América, S.A.
Escuela de fútbol del Club América, A.C.
Multiteatros, S.A.

6. Inmobiliarias

Inmobiliarias Marlos, S.A.
Terma, S.A.
Dimar, S.A.

7. Cablevisión

Cablevisión, S.A.
Tecnicable, S.A. de C.V.
Cablepelículas, S.A.

3. Exportación

Productora Teleprogramas. S.A.
Galavisión
Unitan. S. A.

4. Publicaciones

Editorial Televisión S.A.
Provenemex, S.A. de C.V.
Edivisión Cía. Editorial, S.A.
Editorial PALSA, S.A:
International Grapics

5. Espectáculos

Promotora Nacional de Espectáculos. S.A.
Promovisión Mexicana, S.A.
Imagen y Talento, S.A.
Móvil Espectáculos, S.A.
Magaverde Productions
Club de fútbol América, S.A.
Escuela de fútbol del Club América. A.C.
Multiteatros, S.A.

6. Inmobiliarias

Inmobiliarias Marlos, S.A.
Terma, S.A.
Dimar, S.A.

7. Cablevisión

Cablevisión, S.A.
Tenicable, S.A. de C.V.
Cablepelículas, S.A.

8. Producciones de películas para cine

Televisine. S.A.
Dibujos Animados Mexicanos, S.A.
Televisine Distribución, Inc.

9. Discos

Producciones de Discos América, S.A.
América Musical, S.A.
Originales de Música Grabada, S.A.
Discos América Inc.

10. Culturales

Fundación Cultural Televisa, A.C.
Museo Rufino Tamayo
Instituto de Estudios y Documentos Históricos

11. Servicios

Jets ejecutivos, S.A.
Aseo y Mantenimiento Técnico, S. A.

12. Turismo

Mesoneros de México, S.A. de C.V.

Televisa administra y programa cuatro canales de televisión que forman las siguientes redes:

Redes	Repetidoras	Transmisoras de baja potencia
Canal 2	41	53
Canal 4	2	2
Canal 5	15	12
Canal 8	3	0

Televisa Europa, en 1979, produjo 1.600 programas originados en Europa.

Televisine, hasta 1980, había producido 13 películas en México y cuatro producciones en España.

Publicaciones:

Historias del Hombre
Tele-guía
Activa
Buena Vida
y Cantinflas Show

Con un tiraje anual de aproximadamente 44 millones de ejemplares cada una.

1981

3 de abril. El presidente José López Portillo inaugura la primera etapa de la red nacional de Estaciones Terrenas. Esta primera etapa consta de 14 estaciones con antenas para envío y recepción de señales de televisión por satélite y de 21 estaciones con antenas que sólo reciben señales.

16 de octubre. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes anuncia que el presidente José López Portillo ha dado su autorización para la ejecución del proyecto del satélite mexicano.

29 de octubre. El *Diario Oficial de la Federación* publicó el decreto por el que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes intervendría en la instalación y operación de satélites y sus sistemas asociados por sí o por conducto de organismos que tengan como finalidad la explotación comercial de dichas señales en territorio nacional. En este decreto se establece que la SCT será la

encargada de regularar la emisión, conducción y recepción de señales de telecomunicaciones por satélite.

Asimismo, la SCT queda facultada para autorizar la instalación y operación de antenas domésticas para la recepción individual de señales emitidas y retransmitidas por estaciones especiales y que estén destinadas a la recepción directa por el público en general.

1982

19 de enero. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes informa que cuatro empresas extranjeras- dos francesas, una estadounidense y una canadiense- presentaron sus candidaturas al concurso convocado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para construir el satélite mexicano.

22 de junio. El presidente López Portillo inaugura la segunda etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas, la cual consta de 71 estaciones. De ellas, 39 han sido instaladas por la SCT y 32 por Televisa.

29 de noviembre. La empresa Televisión de la Provincia, S.A. de C.V. filial de Televisa, recibe de la SCT la concesión para operar y explotar la red de 95 estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país, según cifras del *Diario Oficial de la Federación* del día de ese mismo día. (pág. 62).

Diciembre. Por iniciativa presidencial, el artículo 28 constitucional es reformado para fijar un conjunto de áreas estratégicas en las cuales solamente el Estado debe intervenir. Entre estas áreas se encuentra la comunicación vía satélite.

1983

23 de marzo. El rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, Octavio Rivero Serrano, y el presidente de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo, formalizan la renovación y ampliación que en 1977 habían firmado ambas instituciones. De acuerdo con este convenio, Televisa se compromete a presentar de lunes a viernes, de las 8 a las 15:30 horas, los programas de divulgación de temas y tópicos universitarios e introducción a la Universidad.

4 de abril. El canal 8 de Televisa cambia las características de su programación. La intención es convertirse en un canal de divulgación cultural. En conferencia de prensa, el vicepresidente de Televisa, Miguel Alemán Velasco, da a conocer la nueva frase de identificación del canal: "La alegría en la cultura", y dijo que ellos iban a entretener para educar porque el Estado debía educar para entretener.

Junio. Durante la reunión de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, celebrada en Ginebra, Suiza, la delegación mexicana, encabezada por el ingeniero Luis Valencia, funcionario de la SCT, consigue que se asignen a México cuatro lugares para colocar satélites en la órbita geoestacionaria. En esta reunión actuó como presidente el ingeniero Luis Valencia.

1984

En 1984, los dueños de Televisa encabezaron a un grupo de empresarios privados que pretendían formar una alianza que se hubiera denominado Libre Empresa, S.A. (LESA), y que tendría el propósito de adquirir aquellos negocios de los que tuviera que deshacerse, por la crisis económica, el Estado mexicano.

1986

La presencia de Televisa, como es conocido, no se reduce a la República Mexicana. Vende, y transmite directamente, programas a casi toda América Latina, y también a Europa. En Estados Unidos, los dueños de Televisa eran propietarios de las cadenas *Spanish International Communications Corporation (SICC)*, y *Spanish International Network (SIN)*. Pero, en enero de 1986, un juez federal ordenó que no fueran renovadas las licencias de trece estaciones ligadas al SIN, por considerar que eran ilegales.

Hasta entonces, el 75% de las acciones del SIN eran propiedad de Televisa. En vista de la resolución judicial, el consorcio tuvo que vender sus estaciones de televisión, aunque no se desligó de esa industria en los Estados Unidos. Inicialmente, se había dicho que las televisoras podrían ser adquiridas por el ex embajador John Gavin, a quien antes se le habían señalado vinculaciones con Televisa. Más tarde, Gavin fue designado director de *Univisa Satellite Communications*, ligada a Televisa en Estados Unidos. Televisa, finalmente, dejó de tener la propiedad de las cadenas mencionadas, pero mantuvo una fuerte influencia en la producción de programas, que los principales canales de la televisión estadounidense en español le siguen comprando.

Un negocio también reciente y muy conocido de ese consorcio, fue el Campeonato Mundial de Fútbol, en junio de 1986, que significó para Televisa ganancias que los dirigentes de este grupo empresarial se negaron a precisar. El Comité Organizador del Mundial estuvo encabezado por funcionarios desde tiempo atrás ligados a Televisa y la principal fuente de ingresos por el torneo, la venta de la señal de televisión al extranjero, fue capitalizada por un consorcio que pertenecía en un 75% a Televisa.

En las elecciones de Chihuahua de 1986, en más de una ocasión miembros del Partido Acción Nacional efectuaron protestas por la que consideraban "manipulación informativa" del consorcio privado de la televisión mexicana, sobre aquellos comicios. Las demostraciones del PAN -partido de clase media y con militantes poco habituados a la protesta en las calles- eran modestas y de efectos no siempre redituables, pues en nada, en muy poco contribuyeron a cambiar la orientación en los noticieros de la televisión privada. Pero aquellas protestas fueron, de alguna manera, pioneras de la que más tarde, con algunas reservas, comenzaría a ser costumbre de algunos grupos disidentes, o reclamantes, dentro de la efervescente sociedad mexicana.

En mayo de 1986, la Confederación Nacional Campesina rindió homenaje a Televisa y le agradeció los favores recibidos, en una comida ofrecida a Azcárraga, por el secretario general de esa central, Mario Hernández Posadas, también apodado *El Tigre*. "Nosotros hemos tenido en Televisa un respaldo sin igual. Nosotros de Televisa hemos recibido siempre el apoyo para que nuestros compañeros del país reciban, a través de la imagen o el sonido de sus radios, nuestros mensajes, el resultado de nuestras gestiones, nuestros logros o nuestros fracasos; pero siempre con la verdad", dijo Hernández Posadas. "Y lo más importante, jamás, ni Televisa, ni Televisa Radio, le han cobrado un solo centavo a la Confederación Nacional Campesina por el tiempo empleado en sus pantallas". Azcárraga le contestó: "Televisa le agradece, señor, sus amables y gentiles palabras... el reconocimiento, lo entendemos, es para nuestra empresa, para cada uno de los 6 mil empleados que trabajan para nosotros. Porque los que estamos tras bambalinas somos los que verdaderamente trabajamos, aunque tenemos quien da la cara por nosotros, como son Jacobo Zabludovsky y Raúl Velasco".²

1987

Durante este año se puede observar la participación de Televisa en la esfera política. Se comenta que es en esta ocasión, de varias elecciones locales en 1987 y las federales de 1988, cuando la adhesión del consorcio de la televisión privada hacia los candidatos del Partido Revolucionario Institucional, posiblemente le quitó votos al PRI, más que proporcionárselos, dada su excesiva cobertura.

Durante la campaña de Miguel de la Madrid, en abril de 1982, Televisa, a través de Guillermo Ochoa, se convirtió en "un canal confiable" por lo que se podían hacer críticas constructivas. Eso duró hasta que un boletín aclaró las cosas: "El único organismo responsable para recoger la opinión del pueblo dentro del contexto de la consulta popular, es el PRI". Seis años después **Azcárraga** se exhibió cerca de **Carlos Salinas** cuando realizó su campaña como candidato a la Presidencia. Y no perdió oportunidad para calificarse como "**soldado del presidente**". "Nosotros - dijo en enero de 1988 -, **somos del PRI**, miembros del PRI, no creemos en ninguna otra fórmula. Y como miembros de nuestro partido haremos todo lo posible porque el candidato nuestro triunfe. Eso es muy natural".³

² CORRO, Salvador, artículo "De los gobiernos priistas, Emilio Azcárraga ha recibido todos los favores y, como priista confeso, sabe ser agradecido", Proceso, No. 922, 4 de julio, 94, pág. 6.

³ ibidem, págs. 6-7

La insistencia en propagandizar a los candidatos de dicho partido, sobre todo las elecciones presidenciales fue calificada como excesiva, por lo cual es posible pensar que tuvo una suerte de efecto *boomerang*.

También se han conocido ocasiones en las que, más que solidarizarse con los intereses de otros grupos empresariales, Televisa ha privilegiado los suyos. Se han señalado, entre otros casos, la responsabilidad indirecta de ese consorcio en el *crack* que sufrió la Bolsa Mexicana de Valores en 1987, las insistencias que a través de *24 Horas* manifestó Televisa para comprarle al gobierno la Menera Cananea o la Compañía Mexicana de Cobre, o las presiones para incursionar en el negocio de la telefonía celular. También se ha sabido que en agosto de 1989 el gobierno le negó a Televisa las concesiones que deseaba para tener cuatro canales, en la banda de Ultra Alta Frecuencia en el Distrito Federal y para los cuales, sin permiso, ya había comenzado a hacer pruebas.

En cuanto al monto de tarifas oficiales de Televisa (es decir, las que dicha empresa da a conocer a los anunciantes, aun cuando en diversos casos pueda llegar a acuerdos especiales con algunos de ellos) se mantuvieron prácticamente sin movimiento entre el primero de diciembre de 1987 y el último día de marzo de 1990.

Tres años antes, en julio de 1987, cuando el minuto de publicidad en el canal 2 de Televisa costaba 33 millones de pesos, se calculaba que un trabajador sujeto al salario mínimo de entonces, tendría que laborar durante poco más de 20 años para obtener lo que el consorcio de televisión lograba en sesenta segundos. En julio de 1990, para ganar lo que Televisa obtiene con la venta de un minuto de publicidad, un trabajador de salario mínimo requeriría casi 53 años y medio. En julio de 1987 el salario mínimo en el Distrito Federal era de 4 mil 500 pesos diarios, en julio de 1990, era de 10 mil 80 pesos diarios.

1988-1989

En el caso de los panistas, en 1988 volvieron a frecuentar las calles aledañas a Televisa. Sólo que en esa ocasión no fueron los únicos. No hubo partido de oposición que no se quejara de distorsiones y sobre todo, omisiones en la cobertura que esa empresa hacía sus actividades proselitistas. Y al mismo tiempo, por primera vez en la política mexicana las demandas de los partidos incluyeron algunas medidas para airear la todavía muy hermética estructura de los medios de comunicación en este país. De hecho, en la consulta que se desarrolló en 1989 sobre una posible reforma electoral, el asunto de los medios fue incluido como uno de los temas principales.

Los partidos exigieron espacios propios en la comunicación electrónica y que hubiera alguna fiscalización -del gobierno, de la sociedad o de ellos mismos- para que en la información política no se mantuvieran tantas desigualdades como hasta entonces.

Los desequilibrios, en cuanto a los tiempos asignados en los noticieros televisivos durante las campañas electorales, comienzan a modificarse. Una de las causas principales para que así ocurra, es la atención del mundo social y político a lo que los medios dicen, pero sobre todo, a lo que dejan de decir. En mayo de 1989, en pleno apogeo del movimiento gremial de los maestros democráticos, varias de las demostraciones callejeras de los profesores se realizaron ante las oficinas de Televisa. Incluso el 3 de mayo, cuando los maestros aún sostenían el paro que llegó a durar un mes, una comisión de ellos fue recibida por el anterior presidente ejecutivo de Televisa, el después embajador especial Miguel Alemán Velasco, quien les prometió cambios en la información que se presentaba sobre ellos. Doce maestros acudieron y después de quejarse por la parcialidad informativa de los noticieros en esa compañía, recibieron una oferta inesperada: graben ustedes sus propias opiniones, expliquen sus puntos de vista ante las cámaras, les invitó Alemán Velasco.

1990

En marzo de 1990, los noticiarios de Televisa se caracterizaron por ser punta de lanza en la campaña que la Cervecería Modelo sostuvo contra los trabajadores que se pusieron en huelga. Hacia mediados de marzo, incluso, el presidente de Televisa, Emilio Azcárraga, llegó a considerar que dicha huelga formaba parte del que denominó un plan para desacreditar a México en el exterior, aunque nunca pudo demostrarse que los trabajadores estuvieran pugnando por algo más que mejoras de sus condiciones laborales.

En su nueva apertura hacia América Latina, Televisa y sus dueños parecen estar reconociendo que han tenido límites (y desengaños) cuando han tratado de hacer negocios en otras áreas del continente y del mundo. Particularmente, la mirada de Televisa hacia el resto de Latinoamérica pareciera ser consecuencia de las dificultades que tuvo para conservar en Estados Unidos la cadena Univisión y del, nada espectacular, efecto que han tenido en Europa las transmisiones del sistema Eco. A pesar de lo que Televisa dice en sus noticieros transmitidos en México, no hay elementos suficientes para considerar que Eco en Europa haya logrado México, al menos hasta la primera mitad de 1990. Investigaciones recientes han sostenido que Galavisión, como se denomina Televisa en Europa, no tiene ni siquiera el 10 por ciento de la audiencia con la que asegura contar y sus tarifas de publicidad -que son siempre un indicador, indirecto pero significativo, de la presencia social de la televisión- eran más de treinta veces menores a las tarifas de la Radio Televisión Española.

1991

En diciembre de 1991, Grupo Televisa adquirió el 49% del capital social de Red Televisiva Megavisión, S.A., que opera una cadena de televisión en Chile, integrada por 32 estaciones propias. Megavisión se encuentra en el tercer lugar en términos del auditorio en ese país.

La marca de Discos América se creó en 1991 con el fin de mejorar la capacidad de Televisa para promover a otros artistas mexicanos, principalmente a grupos populares. Asimismo, esta marca ha venido promoviendo lanzamientos de otras grandes compañías grabadoras.

En enero de 1991, se produjeron otros cambios en Televisa, luego de aventuras y desventuras financieras de Azcárraga en el extranjero, (recordemos el fracaso del periódico deportivo *The National*, la renta, venta y construcción de Yates en Manhattan) principalmente en Estados Unidos. Nuevamente *El Tigre* volvía a retomar el control total.

En una plática con los artistas que intervinieron en la telenovela *Los ricos también lloran*, Azcárraga dijo:

"Yo no sé gastar dinero. No tengo la menor idea de cómo debe gastarse el dinero...Estamos en el negocio del **entretimiento**, de la información, y **podemos educar**, pero fundamentalmente **entretener**. México es un país de una **clase modesta muy jodida**, que **no va a salir de jodida**. Para la **televisión** es una **obligación** llevar **diversión** a esa gente y **sacarla** de su **triste realidad** y de su **futuro difícil**. La clase media, la media baja, la media alta. Los ricos como yo, no somos clientes, porque los ricos como yo no compramos ni madre".^{4 3}

1992

Adicionalmente en 1992, Televisa adquirió 76% del capital social de Compañía Peruana de Radiodifusión, S.A.

⁴ ibidem, pág. 7

Peruana opera un canal de televisión (el canal 4) en Perú; mismo que ocupa el tercer lugar en participación de mercado de ese país. La cadena cuenta con 10 estaciones de televisión que, sumadas a otras cinco estaciones afiliadas, tienen una cobertura del 75% del teleauditorio en el Perú. La compañía Peruana también es propietaria de 5 estaciones de radio.

Musivisa fue creada en este mismo año, con el fin de incrementar la capacidad de Televisa para promover a otros artistas mexicanos, principalmente grupos populares.

1993

En 1993, Grupo Televisa realizó considerados avances en la ampliación del alcance y presencia de sus operaciones de producción de programas de televisión, llevando a cabo alianzas estratégicas con *QVC Network*, *News Corp.* y *Discovery Communications Inc.*, empresas líderes a nivel mundial en programación y transmisión de televisión.

En abril, Televisa anunció su asociación en partes iguales al 50% con *QVC Network* para la formación de un servicio de ventas por medios electrónicos, inicialmente en el idioma español. Este servicio comenzó a transmitirse en México a partir del mes de noviembre y se planeó que en un futuro sea transmitido a España y Latinoamérica y, posteriormente, en el idioma portugués a Brasil y Portugal. Este programa tiene algunas de las características interactivas de su similar en los Estados Unidos de Norteamérica; además, es producido en México y transmitido a través de televisión abierta y de sistemas de televisión por cable.

En septiembre, Televisa firmó una asociación también en partes iguales con *News Corporation* para coproducir y distribuir programas de televisión. Las producciones incluían telenovelas, eventos especiales y deportivos en los idiomas inglés y español, utilizando para su distribución los canales y redes con que cuentan ambas compañías a nivel mundial.

De igual modo, Televisa realizó convenios con *Discovery Communications Inc.*, para producir la versión en español del "*Discovery Channel*", que actualmente está siendo transmitido a través del sistema de televisión por cable de Televisa. El lanzamiento formal de este canal se llevó a cabo el 1 de marzo de 1994.

En ese mismo año, Televisa adquirió una participación minoritaria en una empresa española propietaria de 10 estaciones de radio y afiliada con otras 13 estaciones en ese país.

De acuerdo con estimaciones del INRA, la estación de Televisa con mayor potencia de transmisión, la XEW-AM, con 250.000 *watts*, estuvo durante 1993 dentro de los cinco primeros lugares de popularidad en la Ciudad de México. De igual manera, cada una de las estaciones de FM de Televisa, mantuvo su posición dentro de las primeras diez estaciones en la Ciudad de México.

Con el fin de incrementar el auditorio de sus programas, Televisa proporciona señales de audio correspondientes a diversos programas de televisión de alta popularidad, a un grupo de 30 estaciones de radio afiliadas, autorizándola a que difundan simultáneamente las pistas sonoras, el momento en que se transmiten los programas de televisión. En 1993, las citadas estaciones de radio no afiliadas transmiten en forma simultánea más de 800 horas de la programación de Televisa. A cambio, Televisa obtuvo ingresos adicionales por ventas de publicidad correspondientes a los comerciales transmitidos en esos programas, como resultado de su mayor alcance.

En enero de 1993, mucho antes de que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes diera a conocer oficialmente a quién le sería otorgada la concesión de 62 nuevos canales de televisión, Azcárraga no sólo aseguraba que sería para Televisa, sino que ya había invertido por lo menos 50 millones de dólares en equipo.

1995

Devaluado, sí, pero Emilio *El Tigre* Azcárraga no podía quedarse fuera de la lista de los multimillonarios. Después de haber ocupado el segundo sitio del año pasado con una fortuna estimada en 5.4 mil millones de dólares, esta vez el empresario se colocaba en el cuarto sitio con una riqueza evaluada en mil 600 millones de dólares.

En una operación calificada por muchos como el resultado de tener acceso a información privilegiada, Azcárraga, que tiene un gran poder sobre los medios de comunicación, reestructuró y convirtió a moneda nacional una deuda superior a 900 millones de dólares meses antes de que ocurrieran los llamados "errores de diciembre".

Con todo y las previsiones, el "soldado del presidente" como el mismo se ha definido, fue obligado a tomar medidas para reestructurar el consorcio Televisa, del cual posee la mayoría accionaria.

Ante la crisis y la caída de la publicidad -su empresa acapara 80 % de las inversiones nacionales en este renglón-, ordenó un corte de personal de seis por ciento, la suspensión temporal de proyectos, entre los que estaba la compra de la cadena española Tele 5, y una menor producción de programas.

La compañía también se deshizo de varios de los títulos que distribuía por medio del Grupo Editorial América y desapareció el periódico *Suma*. Sin embargo, mantuvo su presencia en Televisa, Argentina; Megavisión en Chile; Univisión en Estados Unidos, así como sus asociaciones con Venevisión, QVC y *News Corporation*. Azcárraga también es dueño de los equipos América y Necaxa; promueve espectáculos y conciertos musicales; produce, distribuye y dobla películas al español; controla el grupo Radiópolis; posee Discos Melody; participa en *Skytel*; es dueño de Vendor, una firma de publicidad exterior, y opera escuelas "de talento" en el país.

1.2 . Televisa, S.A. de C.V. desde su interior (1994)

*"...en lo sofisticado y diverso de nuestras operaciones, nosotros fabricamos un producto único y valiosísimo: **entretenimiento**"*

Emilio Azcárraga Milmo

Televisa es ante todo, una compañía de producción de programas de información y de entretenimiento que cuenta con un sistema de distribución que utiliza los medios de comunicación y tecnología de vanguardia para hacer llegar dicha producción a 350 millones de personas de habla hispana, alrededor del mundo.

Grupo Televisa, S.A. de C.V. es la compañía de medios de comunicación más grande de México que, a través de sus subsidiarias, produce, distribuye y transmite programas de televisión para el mercado nacional e internacional, publica y distribuye revistas y periódicos, produce y transmite programas de radio, produce y distribuye discos, presta servicios por cable, produce y distribuye películas, presta servicios de transmisión de señales vía satélite, comercializa anuncios exteriores, promueve espectáculos deportivos y eventos especiales, duplica videocassettes, presta servicios de doblaje y subtitulado y presta servicios de mensajes electrónicos personalizados.

Durante más de sesenta años, Grupo Televisa y las empresas que le precedieron, han desarrollado e invertido en compañías de producción y medios de comunicación, dando como resultados un importante conglomerado de medios de comunicación con una sólida integración vertical y horizontal. La extensión de sus operaciones permite lograr importantes sinergias concernientes a la producción, a la programación, al talento artístico, a las adquisiciones, a la distribución, así como al efecto de complementación de esfuerzos publicitarios.

Los objetivos estratégicos de Televisa consisten en forma prioritaria en la participación continua en la industria del entretenimiento, introduciendo en el mercado productos y servicios innovadores, que fortalezcan su presencia en todos los campos del sector de los medios, consolidando sus esfuerzos en el mercado doméstico, así como buscando expandir el alcance global de sus productos de información y entretenimiento, utilizando múltiples canales de distribución.

El Grupo Televisa está presente en una gran diversidad de áreas:

- Televisión
- Publicaciones
- Discos

- Satélites
- Anuncios Exteriores
- Mensajes Electrónicos Personalizados
- Producción y distribución personalizados
- Producción y distribución cinematográfica
- Comercialización de productos de consumo
- Operaciones Internacionales
- Deportes y promociones
- Televisión por Cable
- Radio

1.2.1. Televisión

Televisa produce más programas de televisión en español que ninguna otra empresa en el mundo, produciendo anualmente más horas de programación que *ABC, CBS, NBC y Fox*, combinadas. Tan sólo en 1993, se produjo más de 42 mil horas de programación original orientadas a satisfacer a diversos teleauditorios como son el nacional, internacional, el de cable y el de los mercados locales. Adicionalmente, Televisa cuenta con una infraestructura que le permite ser completamente autosuficiente en todas y cada una de las etapas de producción, logrando que su estructura de costos se ubique por debajo de los promedios de la industria.

Los programas transmitidos en las cadenas de Televisa, son los más vistos de la televisión en México. De acuerdo con estadísticas del *International Research Associates Mexicana (INRA)*, desde 1990, Televisa ha transmitido prácticamente todos los programas dentro de los 50 de mayor popularidad en la Ciudad de México, habiendo producido lo primeros 25.

Adicionalmente, no más de 10 programas producidos en el extranjero, han logrado colocarse dentro de los 50 de mayor popularidad durante el mismo periodo. Televisa tuvo una participación de mercado del 84% de los televisores encendidos en la Ciudad de México y su área metropolitana durante 1993.

Las producciones de Televisa incluyen una gran variedad de programación tales como:

- Telenovelas
- Noticieros
- Eventos deportivos
- Programas musicales
- Concursos
- Eventos culturales
- Debates

- Programas cómicos e infantiles
- Eventos especiales

Estos últimos van desde las tres visitas del Papa a México, en 1979, 1990 y 1993, hasta un igual número de peleas de campeonato de Julio César Chávez en 1993. Adicionalmente Televisa ha transmitido todos los campeonatos mundiales de fútbol *soccer* desde 1962 hasta 1994.

Grupo Televisa es propietario y opera cuatro de los ocho canales de la Ciudad de México. Los canales de Televisa son el 2, 4, 5 y 9; los tres primeros operan como ancla de un igual número de cadenas de televisión, contando con una red total de 226 estaciones afiliadas localizadas a lo largo del territorio nacional.

El alcance del canal 9 está actualmente concentrado exclusivamente al área metropolitana de la Ciudad de México. La cobertura de Televisa tiene un alcance superior al 96% del total de hogares en México.

Además, es propietaria de 171 de las 230 estaciones de televisión (incluyendo estaciones ancla y las afiliadas) y tiene participación mayoritaria en otras 14. Además, dada la aprobación recibida para operar 62 estaciones adicionales, Televisa planea incrementar su cobertura por medio del lanzamiento de su cuarta cadena.

1.2.1.2. Cadena del Canal 2

El poderío de Televisa es de tal manera incontrolado, que en el gobierno federal existen informaciones imprecisas sobre el número de repetidoras que tiene el canal 2, que es el principal con que cuenta este consorcio. Tampoco hay datos claros sobre la audiencia que tienen sus programas, pero parece cierto que ésta puede superar, en el territorio mexicano, a los veinte millones de personas.

El canal 2 es la cadena de televisión líder en México. En 1993 genera la mayor parte de los ingresos de Televisa por ventas nacionales de tiempo publicitario en televisión. El canal 2 llega a más de 14 millones de hogares en México (más del 96% del total nacional) por medio de 147 estaciones afiliadas. Opera 24 horas al día, siete días a la semana con base a encuestas del INRA, el canal 2 tuvo en 1993 una participación de mercado promedio, de aproximadamente el 47% de los televisores encendidos en la Ciudad de México.

La programación de la cadena del Canal 2 está dirigida a una típica familia mexicana de habla hispana e incluye telenovelas, noticieros, programas de polémica, programas de variedades, películas, programas de concursos, programas cómicos y eventos deportivos. Su programación es producida, prácticamente en su totalidad, por Televisa, siendo en su gran mayoría programas de estreno.

1.2.1.3. Cadena del canal 5

La programación del canal 5, se transmite a través de 32 estaciones afiliadas y llega aproximadamente a 10 millones de telehogares, lo cual representa aproximadamente el 68% del total nacional. De acuerdo con estimaciones del INRA, el canal 5 tuvo en 1993 una participación de mercado del 18% de los televisores encendidos en la ciudad de México.

La programación del canal 5 está integrada básicamente por programación de origen extranjero. Consiste en dibujos animados, películas, miniseries, programas infantiles, eventos deportivos y noticiarios. Algunas de sus estaciones afiliadas transmiten la programación del sistema de ventas por medios electrónicos producida por la asociación entre Televisa y la empresa norteamericana QVC. La mayor parte de la programación extranjera, principalmente de origen norteamericano, es subtítuloado o doblada al español en las instalaciones de Televisa.

1.2.1.4. Cadena del canal 9

El canal 9 transmite su señal en el área metropolitana de la Ciudad de México, llegando aproximadamente a 4 millones de telehogares, que representan alrededor del 22% del total nacional. En 1993 tuvo participación promedio de mercado aproximadamente el 12% del total de televisores encendidos en la Ciudad de México, de acuerdo con estimaciones del INRA.

El canal 9 transmite principalmente repeticiones de programas que tuvieron alta popularidad, transmitidos originalmente por el canal 2, así como telenovelas, noticiarios y eventos especiales. De lunes a viernes también transmite programas educativos producidos por la Secretaría de Educación Pública.

1.2.2. Televisión por cable

De acuerdo con el Reglamento de Televisión por Cable, este servicio es "el que se produce mediante sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas".

Dicho reglamento data de 1979. La primera estación según los concesionarios de esta industria, se inició en 1954 en Nogales, Sonora.

Hasta 1993 se consideraba que Televisa operaba el sistema de televisión por cable más grande de México a través de su subsidiaria Cablevisión S.A. de C.V. quien cuenta con la concesión de operación en México y su zona Metropolitana.

A partir de esa época la TV Cable se desarrolló aisladamente, sobre todo en el norte del país; no fue sino hasta los años sesenta cuando adquirió cierta extensión en el territorio. Con la aparición de Cablevisión en el Distrito Federal la televisión por cable se convirtió en un acontecimiento. La empresa Televisa fue la impulsora de esta red de cable que se inició con dos canales en inglés y que actualmente opera en 5 canales. Cablevisión se organizó en 1966 e inició sus operaciones de televisión por cable, de tal manera que en 1970 existían sólo seis sistemas de TV Cable en el país; en 1974 aumentaron a 24 y en 1979 llegaron a ser 56.

La tendencia a la integración de la industria de la comunicación no es ajena a Cablevisión. Esta empresa forma parte del grupo Televisa, que controla la radio, la televisión y cuya presencia es importante en el campo editorial y cinematográfico.

Su instalación requirió grandes inversiones, que, al igual que en los Estados Unidos, sólo pudieron ser solventadas por la industria de la televisión, que adaptó a la TV por Cable como un servicio complementario.

Cablevisión tiene (1993) como principal accionista a Emilio Azcárraga Milmo. Cablepelículas es la empresa que se dedica a distribuir, reproducir y grabar las películas que se transmiten por Cablevisión y, aparte de los accionistas, quienes tienen poderes para manejar la empresa: Emilio Azcárraga M., Rómulo O'Farril, Jr. Miguel Alemán Velasco, Fernando Diez Barroso y Guillermo Cañedo.

En México, las imágenes de Cablevisión se obtienen de tres formas: programas a través de microondas o satélites; y cassettes o películas extranjeras. Para ello, Cablevisión cuenta con una torre de antenas recortadas para los canales del D.F. y con un receptor para captar del extranjero. En ese centro de procesamiento las señales se mezclan y se distribuyen por cable.

Cablevisión depende, al igual que el resto de los servicios de T.V. Cable en el país, de los proveedores de equipo para el sistema, entre los principales se encuentran: *Anitimex Pruzan Inc.*; *Anaconda Catvld*; *Cable TV Supply Co*; *Bloder Tongue Electrónica*; *Jerrold Electronics Corp.* y *RCA Community Television Systems*.

Cablevisión es un servicio que se inició en zonas residenciales del D.F. (Lomas, Polanco, San Ángel) y posteriormente se fue extendiendo a colonias habitadas por sectores medios. Su principal atractivo han sido desde su inicio las películas de reciente factura que transmite y la proyección exclusiva, o con mucha anticipación, de programas norteamericanos, sobre todo musicales o especiales.

Desde el inicio de sus transmisiones, Cablevisión se manejó en forma elitista, sin subtítulos; actualmente ya incluyen subtítulos y existe un canal de películas en español.

El ritmo de instalación de cable es de más de 155 kms. mensuales. Televisa ha acelerado la expansión de sus sistema de televisión por cable respondiendo a las oportunidades creadas por la demanda de sus clientes. Al desarrollar una nueva área, Televisa ofrece sus servicios en forma de preventa, asegurando así un nivel mínimo de penetración antes de iniciar con el cableado respectivo.

El número de suscriptores de servicio básico pasó de 193,400 al inicio del año, a más de 227 mil a la conclusión de 1993, cifra que a su vez, representa más del 20% de los más de un millón de suscriptores de televisión por cable en la República Mexicana que son atendidos a través de 118 sistemas de cable en todo el país.

1.2.3. Noticiero ECO

ECO es un servicio internacional de información y entretenimiento que transmite noticias las 24 horas del día, su programación es además utilizada por todas las cadenas de televisión de Televisa.

ECO transmite su programación en vivo, la cual está dirigida al auditorio internacional del habla hispana, pudiendo ser vistos en 45 países. Asimismo, cubre los cinco continentes a través de 220 corresponsales aproximadamente, estratégicamente instalados en México y en 55 países alrededor del mundo.

La agencia ECO, cuyo director formal se dijo era Zabludovsky, es una de las ocho subsidiarias de UNIVISA Inc., que es como luego de la desaparición del SIN y SICC.

1.2.4. Servicios

Televisa ofrece a sus suscriptores un servicio básico y dos servicios *PREMIUM*. El servicio básico consiste de un total de 23 canales: los ocho canales de televisión abierta disponibles en la ciudad de México, ocho canales de televisión y cable de los EU de Norteamérica, un canal alemán, seis canales programados por Televisa, incluyendo el "Canal Unicable". Este último canal y otros originados para Televisa son proporcionados a diversos sistemas de televisión por cable existentes en el país, transmitiendo programación en español consistente en telenovelas, videos musicales, programas infantiles, debates, series, películas y miniseries.

Desde el inicio de sus transmisiones, Cablevisión se manejó en forma elitista, sin subtítulos; actualmente ya incluyen subtítulos y existe un canal de películas en español.

El ritmo de instalación de cable es de más de 155 kms. mensuales. Televisa ha acelerado la expansión de sus sistema de televisión por cable respondiendo a las oportunidades creadas por la demanda de sus clientes. Al desarrollar una nueva área, Televisa ofrece sus servicios en forma de preventa, asegurando así un nivel mínimo de penetración antes de iniciar con el cableado respectivo.

El número de suscriptores de servicio básico pasó de 193,400 al inicio del año, a más de 227 mil a la conclusión de 1993, cifra que a su vez, representa más del 20% de los más de un millón de suscriptores de televisión por cable en la República Mexicana que son atendidos a través de 118 sistemas de cable en todo el país.

1.2.3. Noticiero ECO

ECO es un servicio internacional de información y entretenimiento que transmite noticias las 24 horas del día, su programación es además utilizada por todas las cadenas de televisión de Televisa.

ECO transmite su programación en vivo, la cual está dirigida al auditorio internacional del habla hispana, pudiendo ser vistos en 45 países. Asimismo, cubre los cinco continentes a través de 220 corresponsales aproximadamente, estratégicamente instalados en México y en 55 países alrededor del mundo.

La agencia ECO, cuyo director formal se dijo era Zabludovsky, es una de las ocho subsidiarias de UNIVISA Inc., que es como luego de la desaparición del SIN y SICC.

1.2.4. Servicios

Televisa ofrece a sus suscriptores un servicio básico y dos servicios *PREMIUM*. El servicio básico consiste de un total de 23 canales: los ocho canales de televisión abierta disponibles en la ciudad de México, ocho canales de televisión y cable de los EU de Norteamérica, un canal alemán, seis canales programados por Televisa, incluyendo el "Canal Unicable". Este último canal y otros originados para Televisa son proporcionados a diversos sistemas de televisión por cable existentes en el país, transmitiendo programación en español consistente en telenovelas, videos musicales, programas infantiles, debates, series, películas y miniseries.

Los suscriptores inscritos a uno de los servicios *PREMIUM* que ofrece Televisa reciben 5 canales adicionales, con programación consistente en películas en inglés subtuladas o dobladas al español, videos musicales, programación infantil, programas culturales y el canal "CNB". El otro servicio *PREMIUM* consiste en 2 canales adicionales, "HBO OI," y el canal "CNBC".

Los productos y servicios de Televisa llegan a una gran diversidad de mercados gracias a la utilización de múltiples canales de distribución. Las actividades de Televisa, incluyen: tres cadenas de televisión, con un total de 226 estaciones afiliadas; cuatro canales de televisión en la Ciudad de México, tres de ellos sirven de ancla para sus correspondientes cadenas, mientras que el cuarto canal, servirá de ancla a lo que será una cadena adicional, ya en proceso de formación; el sistema de información por cable más grande de México; 16 estaciones de radio que, en su conjunto, cubren aproximadamente a la mitad de su población de México; y tres empresas de discos, que la convierten en la tercera compañía de fonogramas en México por lo que a 1993 respecta.

Adicionalmente, siendo el editor y distribuidor de revistas en español más grande del mundo, en 1993 Televisa incursionó en el negocio del periodismo impreso.

También participa activamente en la promoción del deporte profesional, la producción y distribución cinematográfica, el doblaje, anuncios exteriores, el servicio de mensajes electrónicos personalizados, la promoción de eventos especiales asociaciones con distribuidores de productos de consumo, y la comunicaciones vía satélite.

1.2.5. Pago por evento

Televisa cuenta con dos canales de pago por evento disponibles en el área metropolitana de la ciudad de México, por medio de los cuales ofrece a sus suscriptores la oportunidad de ver películas (incluyendo algunas de estreno), y eventos especiales (incluyendo eventos deportivos y musicales). Las peleas de campeonato de Julio César Chávez, transmitidas a través de este sistema, contribuyeron al incremento en ventas obtenido por esta división.

Adicionalmente, en 1993, Televisa introdujo el servicio de pago por evento a restaurantes y centros de diversión a través de este servicio, se les permite a dichos establecimientos la exhibición a sus clientes, de ciertos eventos especiales y deportivos.

Televisa planea ofrecer servicios adicionales de pago por evento, algunos de los cuales se podrían llevar a cabo a través del uso de señal de televisión de alta definición (HDTV). A través de estos servicios se podrían ofrecer películas de estreno a suscriptores con alto poder adquisitivo.

1.2.6. Univisión

En diciembre de 1992, Grupo Televisa, Venevisión y el inversionista norteamericano A. Jerrold Perrenchio, se asociaron para adquirir UNIVISIÓN, la cadena de televisión en español más importante de EU, así como las 13 estaciones de televisión en español afiliadas en esta cadena.

Televisa es propietaria del 25% del capital de la cadena de televisión y del 12% del capital del grupo de estaciones televisoras, este último puede ser aumentado a 25%, si así lo llegara a permitir la legislación relativa a la participación de capital extranjero en estaciones de televisión de EU con UNIVISIÓN. Televisa tiene acceso a más del 90% de los hogares de habla hispana en ese país, a través de sistemas de televisión por cable y estaciones afiliadas interconectadas vía satélite.

Las 13 estaciones afiliadas consisten en nueve estaciones de alta potencia (localizadas en Los Angeles, Nueva York, Miami, San Francisco, Dallas, San Antonio, Albuquerque, Phoenix y Fresno) cuatro estaciones de baja potencia localizadas en puntos estratégicos.

Mediante contratos individuales, Televisa y Venevisión acordaron proveer programación a UNIVISIÓN bajo un contrato de licencia a 25 años. En términos generales, ambas compañías acordaron otorgarle a UNIVISIÓN la opción para transmitir los programas en español que produzcan o adquieran, respecto de los cuales tuvieran derechos para ser transmitidos en los EU.

En abril, Televisa anuncia su asociación en partes iguales al 50% con QVC Network para la formación de un servicio de ventas por medios electrónicos, inicialmente en el idioma español. Este servicio comenzó a transmitirse en México a partir del mes de noviembre y se planea que, en un futuro, sea transmitido a España y Latinoamérica y, posteriormente, en el idioma portugués a Brasil y Portugal. Este programa tiene algunas de las características interactivas de su similar en los EU de Norteamérica; además es producido en México y transmitido a través de televisión abierta de sistemas de televisión por cable.

1.2.7. Galavisión

Desde hace algunos años, Grupo Televisa a través de Galavisión, ha realizado transmisiones diarias de programación del canal 2, llegando a 45 países en Norteamérica, Centro y Sudamérica, Europa y el Norte de África. El alcance de Galavisión en España se ha incrementado gracias a que Televisa instaló aproximadamente 3.400 antenas parabólicas (asumiendo el costo) en zonas residenciales y grandes complejos habitacionales.

En diciembre de 1991, Grupo Televisa adquirió el 49% del capital social de Red Televisiva Megavisión, S.A. que opera una cadena de televisión en Chile, integrada por 32 estaciones propias. Megavisión se encuentra en el tercer lugar en términos del auditorio en ese país. Adicionalmente, en julio de 1992 Televisa adquirió el 76% del capital social de Compañía Peruana de Radiodifusión, S.A.

Peruana opera un canal de televisión (canal 4) en Perú, mismo que ocupa el tercer lugar en participación de mercado de ese país. La cadena cuenta con 10 estaciones de televisión que, sumadas a otras cinco estaciones afiliadas, tienen una cobertura del 75% de teleauditorio en el Perú. Peruana también es propietaria de 5 estaciones de radio.

Finalmente, la programación del canal 2 también es transmitida en Centro y Sudamérica a través de sistemas de televisión por cable y antenas parabólicas.

Actividades internacionales

Desde hace algunos años, Televisa, a través de Galavisión, ha realizado transmisiones diarias de programación del canal 2, llegando a 45 países en Norteamérica, Centro y Sudamérica, Europa y el Norte de África. El alcance de Galavisión en España se ha incrementado gracias a que Televisa instaló aproximadamente 3,400 antenas parabólicas (asumiendo el costo) en zonas residenciales y grandes complejos habitacionales.

Finalmente, la programación del canal 2 también es transmitida en Centro y Sudamérica a través de sistemas de televisión por cable y antenas parabólicas.

1.2.8. Publicaciones

La división publicaciones de Grupo Televisa es líder en la publicación y distribución de revistas en México y, medido en términos de circulación, líder mundial en la publicación y distribución de revistas en español. Televisa estima que sus publicaciones representan más del 60% del total de revistas en circulación en México.

Principalmente como resultado de la adquisición de GRUPO AMÉRICA en junio de 1992, y de las revistas producidas por terceros que esta misma distribuye, Televisa maneja más del 80% del total de la distribución de revistas producidas en México.

En enero de 1993, Grupo Televisa ingresó en el negocio de los periódicos líderes en México en términos de circulación.

1.2.2.1. Grupo América

Antes de la adquisición de GRUPO AMÉRICA en 1992, Televisa ya tenía importante presencia en el mercado de revistas en español. Televisa continúa publicando, a través de empresas subsidiarias, dos revistas de gran popularidad: *ERES* y *SOMOS*, y dos revistas más; asimismo, planea publicar libros que promuevan ciertos aspectos de las actividades de programación de televisión del propio Grupo.

La adquisición GRUPO AMÉRICA incrementó en forma muy importante la dimensión y alcance de la división publicaciones de Grupo Televisa. GRUPO AMÉRICA publica más de 125 títulos y tiene una circulación anual de más de 175 millones de ejemplares, distribuidos en 20 países incluyendo: México, Colombia, Chile, Argentina, Panamá, Ecuador y Perú.

En Marzo de 1993, GRUPO AMÉRICA reestructuró su contrato anterior de licencia con la empresa "The Hearst Corporation", formando desde esa fecha una asociación para publicar y distribuir en Latinoamérica, los EU y el Caribe, las versiones en español de "Cosmopolitan", "Buenhogar", "Harper's" y "Mecánica Popular".

1.2.10. Periódicos

La adquisición de OVACIONES en enero de 1993 adicionó un nuevo e importante elemento a la división publicaciones de Grupo Televisa. OVACIONES publica dos ediciones diarias, concentrándose básicamente en información deportiva.

En febrero de 1994, Televisa inició la publicación de un periódico llamado SUMMA, con una concentración especial en áreas económico-financieras y en una cobertura general de noticias. Sin embargo, en diciembre de ese mismo año desapareció como parte del programa de recorte de gastos y a consecuencia de la devaluación económica de esa misma fecha.

1.2.11. Audio

Durante el tercer semestre de 1993, Televisa consolidó las operaciones de sus divisiones de Radio y Discos en una sola división denominada "Audio".

Grupo Televisa es propietario y operador total de 16 estaciones de radio, integradas por 3 estaciones de AM y otras tantas de FM en la ciudad de México, 5 de AM y 2 de FM en Guadalajara, 1 de AM en San Luis Potosí, así como estaciones repetidoras en Monterrey y Veracruz. Las estaciones repetidoras retransmiten la programación de la estación de San Luis Potosí, así como una de las estaciones de AM de la Ciudad de México. En su conjunto, las estaciones de Grupo Televisa pueden ser escuchadas aproximadamente por la mitad de la población de México.

En su conjunto, las estaciones de Grupo Televisa pueden ser escuchadas aproximadamente por la mitad de la población de México. Adicionalmente, también otorga en licencia radionovelas y otros programas de radio transmitidos con anterioridad. Televisa cuenta con 57 mil medias horas de radio programación que es vendida a estaciones de radio en México, los EU y Latinoamérica.

1.2.12. Radio

La radio no podía quedar fuera de los intereses de Televisa. Con un gran arraigo entre la población, probado una y otra vez a lo largo de más de sesenta años de existencia, las ondas hertzianas constituyen el medio de más amplia cobertura del país y por lo tanto uno de los de mayor influencia.

No obstante, la vinculación de Televisa con el medio radiofónico no es tan reciente como su acelerada expansión que se produce especialmente durante los últimos cuatro regímenes de gobierno. En efecto, los nexos del grupo económico que actualmente maneja la empresa se remontan incluso a la génesis misma de la radio en México, dado que surgen con el pionero de la radiodifusión comercial, Emilio Azcárraga Vidaurreta, pilar original y prominente fundador de lo que es hoy el complejo comunicacional de mayor importancia en el habla hispana.

En su conjunto, las estaciones de Grupo Televisa pueden ser escuchadas aproximadamente por la mitad de la población en México. En 1993, Televisa adquirió una participación minoritaria en una empresa española propietaria de 10 estaciones de radio y afiliada con otras 13 estaciones en ese país.

De acuerdo con estimaciones del INRA, la estación de Grupo Televisa con mayor potencia de transmisión, la XEW-AM, con 250,000 wats, estuvo durante 1993 dentro de los primeros cinco lugares de popularidad en la Ciudad de México. De igual manera, cada una de las estaciones de FM de Televisa mantuvo su posición dentro de las primeras diez estaciones en la Ciudad de México.

Con el fin de incrementar el auditorio de sus programas, Televisa proporciona señales de audio correspondientes a diversos programas de televisión de alta popularidad a un grupo de 30 estaciones de radio no afiliadas, autorizándolas a que difundan simultáneamente las pistas sonoras, al momento en que se transmiten los programas de televisión. En 1993, las citadas estaciones de radio no afiliadas transmitieron en forma simultánea más de 800 horas de programación de Televisa. A cambio, obtuvo ingresos adicionales por ventas de publicidad correspondientes a los comerciales transmitidos en esos programas, como resultado de su mayor alcance.

Ocho de las estaciones de radiodifusión de México, transmiten con una potencia de cuando menos 100.000 wats, lo que les permite coberturas de mercado más amplias que sus competidores. Las señales de la XEW-AM en la Ciudad de México y de la XEWA-AM en San Luis Potosí, pueden ser captadas en el sur de los Estados Unidos de Norteamérica y Latinoamérica.

1.2.13. Discos

Las operaciones de Televisa, están dirigidas principalmente al desarrollo y promoción de nuevo talento mexicano. Además es propietario de tres marcas de discos: Discos y Cintas Melody, Discos-América y Musivisa. Las cuales distribuyen discos de larga duración, casetes y discos compactos de artistas mexicanos. También otorgan en licencia ciertas grabaciones a otras empresas.

Discos y cintas *Melody* produce y promueve grabaciones de los principales artistas mexicanos y, en menor grado, distribuye grabaciones de otros artistas latinoamericanos.

1.2.14. Video

La cultura del video se ha desarrollado rápidamente en México. Desde principios de los ochenta se han venido realizando actividades de venta y distribución de equilibrio y películas en videocassette. La cercanía con los Estados Unidos ha permitido la pronta asimilación de esta tecnología y ha sido un factor importante en la expansión del mercado. Para 1985 nuestro país es ya un importante consumidor de equipo de video.

Estudios realizados en Estados Unidos demuestran que el 40% del total de videograbadoras y el 30% del total de videocasetes que exporta ese país, son adquiridos por México. Asimismo, se indica que de las exportaciones del Japón, nuestro país acapara el 10 por ciento de aparatos y el 15 por ciento de cintas.

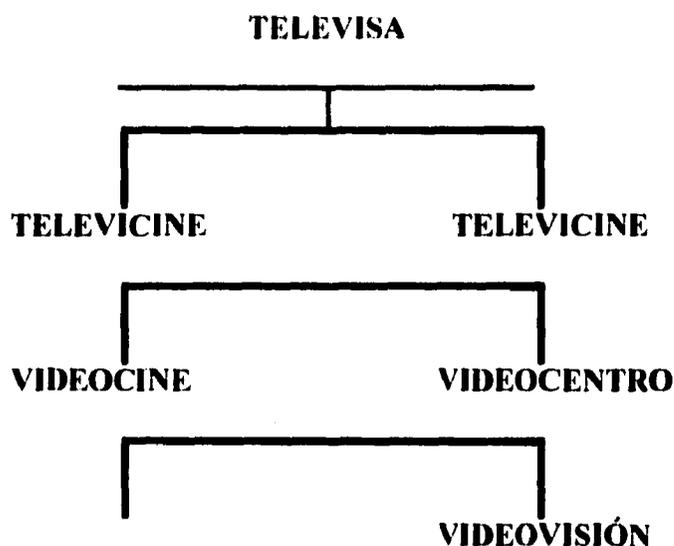
A través de VIDEOCENTRO, S.A. de C.V. Televisa se inició en el alquiler de videogramas. La nueva cadena de Televisa depende totalmente de Videocentro; ésta selecciona los títulos que ofrece Videovisión, generalmente los que la empresa ya ha explotado en el mercado con un mínimo de 10 meses de antigüedad. Los negocios afiliados a Videovisión sólo pueden abastecerse del material que Videocentro les proporciona. Asimismo, Videocentro lleva a cabo la publicidad de la nueva empresa y fija los precios de suscripción y de renta de sus materiales.

El éxito comercial de las dos redes de videoclubes de Televisa se debe, en gran parte, a que el consorcio ha creado una amplia infraestructura para el desarrollo de la industria del video. Casi al mismo tiempo que fue creado Videocentro, Televisa fundó Videovisa, con el objetivo de adquirir derechos de las productoras de películas para su reproducción, distribución y venta en todo el país.

Videovisa ha firmado contratos con aproximadamente 58 compañías productoras y distribuidoras de películas nacionales y norteamericanas, entre las que se cuentan: *Paramount, Cima Films, Canon Films, Release, Family Home Entertainment Orion*, y de las productoras nacionales *Diana Films Telecine*. Videocine provee películas a Videocentro y Videovisión.

Televisa, además maquila videocasetes, distribuye y vende videocaseteras y aparatos reembobinadores. Para ello ha creado otras dos empresas filiales: Galavideo y Compañía Central de Video. La primera se dedica a fabricar el videocasete Viditron en formato VHS y a distribución del Betamax.

En suma, la participación que ha tenido Televisa en la industria del video difícilmente cederá en un corto plazo, sin embargo, ya empieza a ser cuestionada por otras empresas comerciales que recientemente han incursionado en el mercado y ofrecen posibilidades distintas a las del consorcio. Pero, esto no quiere decir que, hasta ahora, "la expansión de Televisa en la industria cinematográfica haya significado la derrota del cine nacional".⁵ A continuación ilustramos la organización de Televisa con el video y el cine:



⁵ DELARBRE, Trejo Raúl, coord. "Las redes de Televisa". México, ed. Claves Latinoamericanas, 1991, 2a. edición, pág. 163

TELEVICINE: Productora de películas

VIDEOCINE: Distribuidora de películas

VIDEOVISA: Reproductora y distribuidora de películas en videocasete

VIDEOCENTRO Y VIDEOVISIÓN: Videoclubes dedicados a la renta de películas en videocasete

1.2.15. Videoteca y contratos por licencia

Grupo Televisa cuenta con una videoteca que consta de más de 100 mil medias horas de programación de televisión en español, misma que es utilizada por sus estaciones de televisión por cable. Adicionalmente, Televisa celebra contratos por los que autoriza a terceros, contra el pago de regalías, a que transmitan los programas que produce o aquellos sobre los cuales es propietario de los derechos de transmisión.

En 1993, Televisa otorgó licencia para la transición de más de 46 mil horas de programación provenientes, prácticamente en su totalidad, de su videoteca. Las exportaciones de programación se realizaron a 85 países, entre los que se incluyen los Estados Unidos de Norteamérica, Rusia, China, Brasil, Italia y Turquía.

1.2.16. Otros negocios

Comercialización de productos de importación

Grupo Televisa ha celebrado diversos convenios con más de 15 fabricantes, para promover en México sus productos, a través de los medios publicitarios de Televisa y de asociaciones que la misma ha realizado con dos importantes distribuidores mexicanos.

1.2.17. Producción cinematográfica

Desde 1978 Televisa produce y distribuye películas de largometraje en español, las cuales son distribuidas en México y el extranjero. En 1993, la producción y coproducción de sus películas significó el 54% del total de películas producidas en México.

En 1988, dada la escasez de salas cinematográficas en México, Televisa comenzó a producir películas para ser estrenadas directamente en videocassetes.

En 1982, la división filmica comenzó a producir videopelículas para televisión, principalmente para ser transmitidas a través de la cadena del Canal 2. Televisa produjo y coprodujo un total de 26 películas en 1993, a un costo promedio de producción aproximado de N\$1.2 millones, cuenta con una filmoteca de 177 películas en español y 24 videopelículas.

TELEVICINE

La conformación de TELEVICINE se dio en uno de los momentos más difíciles de la historia del cine mexicano: cambios radicales en la política cinematográfica del Estado, desarticulación de las estructuras cinematográficas estatales, improvisación y mala administración de los recursos, arraigo y predominio de fuertes grupos con intereses particulares y burocráticos en las áreas de producción, distribución y exhibición, así como la existencia de una ley poco eficaz para regular la industria cinematográfica.

Al finalizar el sexenio de Echeverría, la relación entre el Estado y el grupo monopólico de productores que durante muchos años había dominado la explotación del mercado cinematográfico era muy tensa. En 1975, Rodolfo Echeverría, director del Banco Nacional de Cinematografía, suprimió totalmente los créditos que se otorgaban a los productores privados al no encontrar respuesta de este sector para llevar a cabo la renovación técnica y artística del cine mexicano, propósito de su política administrativa. Decidió entonces financiar únicamente las películas en las que interviniera el Estado. Esta medida en cierta forma propició un desequilibrio en la producción cinematográfica nacional al quedar prácticamente inmovilizada la producción privada dedicada al cine comercial, el sustento histórico de la industria. En este sexenio sólo dieciocho de las cincuenta empresas que existían produjeron lo esencialmente necesario para cubrir sus mercados, otras lo hicieron esporádicamente y las más débiles desaparecieron.

TELEVICINE se convirtió en un agudo competidor para el grupo de productores tradicionales que acaparaban la producción cinematográfica nacional. TELEVICINE no sólo tenía el respaldo del consorcio privado más importante de la comunicación sino que encontró además con el apoyo estatal, lo que favoreció aún más la tendencia monopolizadora de Televisa.

1.2.18. Servicios de doblaje

Televisa también proporciona servicios de doblaje al español de programas de televisión extranjeros, para su beneficio propio o de terceros, entre los que incluyen a empresas importantes de producción de Estados Unidos. También traduce libretos y diálogos del español al inglés y francés. Las instalaciones de doblaje de Grupo Televisa consisten en 8 estudios para la grabación de diálogos, 5 para trabajos de post producción y 2 para regrabación. Además, cuenta con 10 salas privadas de proyección. La capacidad de producción de estas instalaciones es de 200 horas mensuales.

1.2.19. Publicidad

Televisa realiza la mayor parte de sus ventas por tiempo publicitario tanto de televisión como de otros medios a través de un paquete de ventas multimedios denominado el "Plan Francés", por medio del cual, los anunciantes renuevan por anticipado su compromiso de adquirir servicios de publicidad por un periodo fijo, usualmente de un año, mediante el depósito se realiza en efectivo, mientras que el remanente se hace a través de documentos y pagarés de corto plazo.

Al participar en el Plan Francés, los clientes obtienen bonificaciones de tiempo publicitario y el derecho a que no se les aplique ninguna modificación a tarifas durante el periodo convenido, a su vez, Televisa utiliza los fondos desde el momento en que los recibe.

En abril de 1993, Televisa aumentó sus tarifas publicitarias de televisión en un 15%, lo cual contribuye al aumento reflejado en depósitos de Plan Francés para ser utilizados en 1994.

Grupo Televisa pone a disposición del gobierno mexicano los tiempos de transmisión a que éste tiene derecho y utiliza tiempo no vendido de publicidad en televisión para la promoción estratégica de sus productos y servicios.

1.2.20. Anuncios exteriores

Televisa tiene una participación del 37% y es el socio administrador de Vendor, S.A. la arrendadora más grande de anuncios exteriores en México. Cuenta con aproximadamente 5 mil 300 anuncios exteriores disponibles para arrendamiento, 30% anuncios exteriores está integrado por la publicidad vendida a nivel nacional por Televisa, como parte integrante de su esfuerzo de ventas multimedios.

1.2.21. Promoción de eventos deportivos y eventos especiales

Grupo Televisa promueve una amplia gama de espectáculos, incluyendo eventos deportivos y culturales, así como conciertos. Generalmente estos eventos son transmitidos por alguno de sus canales de televisión, por su sistema de televisión por cable o incluso por alguna de las estaciones de radio.

Televisa es titular de los derechos fiduciarios del Estadio Azteca y propietaria de dos equipos de fútbol soccer: América y Necaxa. Los juegos como "locales" de estos dos equipos se llevan a cabo en el estadio Azteca. Desde 1980, el equipo América ha sido cinco veces campeón de Liga y dos veces campeón a nivel clubes en el continente americano.

En febrero de 1994 Julio César Chávez defendió el título mundial super ligero en el Estadio Azteca. El evento, promovido por Televisa, reunió un auditorio récord a nivel mundial en su género. 136,000 personas presenciaron en vivo la exitosa defensa de peleador mexicano. Televisa promueve además de otros eventos deportivos, así como una gran variedad de eventos culturales, musicales y algunos otros relacionados con el mundo del espectáculo. Promueve y transmite corridas de toros a lo largo de la República Mexicana; y renta anualmente la Plaza de Toros México, que es la más grande del mundo, para organizar corridas en la Ciudad de México. También transmite encuentros de lucha libre profesional en México.

El Fútbol

Desde 1965, cuando fue construido el Estadio Azteca, los promotores de Televisa pusieron su interés en el fútbol como un gran negocio.

La promoción del equipo América sintetizaría el espíritu mercantil que anima la unión de la TV privada con el fútbol. Se llegaría más tarde al extremo de que Joao Havelange, quien poco antes del Mundial del 86 fue reelecto como presidente de la Federación Internacional de Fútbol, se convirtiera en socio de Televisa, a la cual sirvió como intermediario para que la empresa mexicana gestionara la adquisición de la cadena Récord en Brasil. Televisa buscaba enfrentarse a Red Globo, que se ha puesto a la expansión, en Brasil, de la televisión mexicana. Así empleándolo, Televisa pretendía enfrentarse a la Red Globo, que se ha puesto a la expansión, en Brasil, de la televisión mexicana. Así empleándolo, Televisa pagaba los favores que le había dispensado el señor Havelange.

El mayor problema se encontraba en la candidatura de Estados Unidos, defendida nada menos que por Henry Kissinger. Pero las simpatías del dirigente de la FIFA se inclinaron por sus amigos mexicanos.

Aunque en varias ocasiones voceros de Televisa negaron que esa empresa estuviera a cargo de la organización del Mundial, la insistencia de sus canales, que se convirtieron en obsesivos promotores de la fiesta futbolera, se disipaba cualquier duda.

1.2.22. Mensajes electrónicos personalizados

Televisa tiene una participación del 51% en el servicio de mensajes electrónicos personalizados (*paging*) vía satélite que transmite en la frecuencia de los 931 Mhz teniendo como socio por el 49% restante a *Mobile Telecommunications Technologies Corp.* Este servicio inició operaciones en febrero de 1992 bajo el nombre comercial de *SkyTel*, contando con una concesión para operar durante 15 años, a partir de 1991, fecha en que *SkyTel* fue constituida. Al 31 de diciembre de 1993 contaba con 41,900 suscriptores.

1.2.23. Comunicaciones vía satélite

En diciembre de 1992 Televisa adquirió el 50% del capital de *PanAmSat, L. P.*, una sociedad de responsabilidad limitada establecida en los Estados Unidos de Norteamérica, que prevé operar una cadena privada global de comunicaciones vía satélite. Televisa invirtió 150 millones de dólares en enero de 1994.

Estas aportaciones pueden ser utilizadas para la construcción y el lanzamiento de tres satélites adicionales que *PanAmSat* se ha comprometido a adquirir de *Hughes Aircraft Company*. Estos tres nuevos satélites, programados para estar conjuntamente en órbita a mediados de 1995, complementar al *PanAmSat 1 (Past-1)*, satélite que ha estado en operación sobre el Océano Atlántico desde 1988. Los nuevos satélites están en órbita sobre los Océanos Atlántico, Pacífico e Indico; y una vez en órbita, *PanAmSat* se convertirá en la primera red privada global de comunicaciones vía satélite del mundo.

1.3. Impuestos y tarifas

En una gran parte de los estudios que se han realizado sobre el consorcio Televisa, poco se ha profundizado acerca del régimen fiscal que se aplica a la televisión comercial en México. La mayoría de estos escritos consideran que el tema se agota con el asunto del 12.5% fiscal y que fuera de ello no hay más.

Así por ejemplo, se ha llegado a afirmar, de manera totalmente incorrecta, que Televisa no paga impuestos y que cumple con todas sus obligaciones fiscales con el simple hecho de poner a disposición del gobierno el 12.5% del tiempo de transmisión de las emisoras que el consorcio controla.

En realidad, el régimen fiscal aplicable a la televisión comercial en México -es decir, el conjunto de disposiciones legales a través de las cuales el Estado obliga a las empresas que operan comercialmente canales de televisión a contribuir con los gastos de la Federación mediante el pago de impuestos o bien, a través del pago de cuotas por los servicios de conducción de señales que el Estado presta- es mucho más amplio que el impuesto que dio origen a multicitado 12.55% de tiempo fiscal y merece empezar al ser investigado con atención.

La política de impuestos para la televisión comercial

Afirmar que las empresas que manejan estaciones comerciales de televisión gozan de un régimen fiscal de excepción y de un trato preferencial por parte del gobierno de la República, no es una exageración.

Estas empresas pagan los impuestos que son comunes a cualquier "causante mayor" (Impuesto sobre la Renta e Impuesto sobre las Erogaciones por Remuneración al Trabajo Personal prestado bajo la Dirección y Dependencia de un Patrón). Sin embargo, dejan de realizar contribuciones importantes, como las que deberían hacer por explotar un recurso natural, como el espacio aéreo, que pertenece a la nación. Asimismo, estas empresas han recibido un trato extraordinariamente preferencial por parte de la autoridad hacendaria que, incluso, han dejado de pagar impuestos que antes les eran aplicables y ahora, inexplicablemente, han desaparecido de la Ley de Ingresos de la Federación que cada año la SHCP envía al Congreso de la Unión.

En efecto, la trayectoria fiscal de las empresas de televisión ha sido sumamente peculiar en México. En ella podemos encontrar abundantes ejemplos de cómo la televisión comercial, y más concretamente la privada, ha recibido por parte de las autoridades un trato de excepción.

El 27 de diciembre de 1960, el *Diario Oficial de la Federación* publicó dentro de la Ley de Ingresos de la Federación para 1961 un nuevo impuesto denominado Impuesto a las Empresas que Explotan Estaciones de Radio y Televisión. El monto de ese impuesto era del cinco por ciento sobre los ingresos brutos de dichas empresas. Asimismo, el impuesto, según se señalaba en el artículo 5, de la Ley, era independiente de los impuestos, derechos y productos que se causen conforme a otras disposiciones.

Como la cuota del cinco por ciento fue considerada excesiva por los concesionarios de las emisoras, éstos, a través de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, iniciaron gestiones ante la Secretaría de Hacienda para que el monto del impuesto fuera disminuido. El resultado fue que la SHCP les concedió, durante todo el año de 1961, un subsidio de 75% sobre la cuota del impuesto. En consecuencia sólo pagaron durante ese año 1.25 % sobre los ingresos brutos.

Posteriormente, el 29 de diciembre de 1961, el *Diario Oficial* publicó un decreto firmado por el presidente Adolfo López Mateos que contiene la Ley del Impuesto a las Estaciones que Explotan Estaciones de Radio y Televisión. En el Artículo 4, de esta Ley aparece ya debidamente legalizada la cuota del 1.25% que los concesionarios venían pagando de facto.

Este impuesto permaneció en la Ley de Ingresos de la Federación hasta diciembre de 1979, fecha en que sin explicación ni justificación alguna, desapareció de la Ley de Ingresos para 1980. En la actualidad ese impuesto ya no se paga.

De haberse aplicado la tasa de 1.25% sobre los ingresos brutos de la televisión comercial, este impuesto hubiera aportado a la Federación ingresos de por lo menos 26 millones 296 mil 807 pesos en 1982, y de 67 millones 430 mil 698 pesos en 1984. De haber sido aplicado en sus términos originales, es decir, con una tasa de cinco por ciento sobre los ingresos brutos de la televisión comercial, hubiera significado también mínimamente ingresos obtenidos por el gobierno de la República en el año de 1982 por prestación del servicio de conducción de señales de televisión por satélite y microondas.

Una muestra más de los beneficios que brinda la política fiscal seguida por la SHCP a la televisión comercial radica en el hecho de que las empresas concesionarias de canales no pagan impuesto específico por utilizar el espacio aéreo, un recurso natural que pertenece a la nación.

En efecto, durante todo el tiempo en que la Ley de Ingresos de la Federación incluyó los Impuestos Relacionados con la Explotación de Recursos Naturales, las empresas de televisión (y radio) no fueron incorporadas al uso de ese gravamen. En cambio, industrias como la minera y la petrolera pagan impuestos bastante elevados por la explotación de recursos naturales.

Desde 1984, la Ley de Ingresos ya no incluye ningún impuesto con ese nombre, aunque tanto las empresas mineras como Petróleos Mexicanos pagan impuestos especiales (y muy altos, principalmente en el caso de Pemex) por la explotación de recursos del subsuelo. Adicionalmente, estas empresas pagan otras cantidades por concepto de "Derechos por el uso o aprovechamiento de bienes del dominio público".

Como puede observarse, el trato fiscal que el gobierno proporciona a Pemex y a Televisa es bastante diferente. Mientras Petróleos Mexicanos aporta casi la mitad de los ingresos del gobierno federal, la televisión privada se ahorra muchos impuestos que debería pagar. Y no es que se pretenda que Televisa sea mayor contribuyente que Pemex, pues evidentemente son muchos más los barriles de petróleo que la paraestatal puede producir en un día que los minutos que el consorcio de la comunicación puede comercializar en el mismo periodo.

Ahora bien, mientras que el primer semestre de 1986, por ejemplo, un barril de petróleo costaba aproximadamente, en sus momentos de mejor cotización 15 dólares (unos 9 750 pesos, si consideramos optimistamente una cotización de 650 pesos por dólar), un minuto de publicidad en el horario triple A del Canal 2 costaba seis millones 300 mil pesos. Dada la comparación anterior, sería justo que a Televisa se le aplicara un régimen fiscal más exigente en donde se incluyera el impuesto vigente en 1979, pero en su tasa original de 5%, un impuesto por la explotación del espacio aéreo y finalmente, el pago de derechos por el uso del espectro radioeléctrico.

La política en las tarifas por conducción de señales de televisión

El servicio en México por conducción de señales de televisión (microondas, satélite o cable) es prestado directamente por el gobierno federal a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Los concesionarios de estaciones de televisión están obligados, de acuerdo a la condición vigésima de sus títulos, a utilizar las instalaciones de la Red Nacional de Telecomunicaciones, para conducir las señales de sus emisoras dentro del territorio mexicano. Incluso en el caso de que la señal sea enviada hacia otro país, la interconexión con los sistemas de comunicaciones internacionales deberá hacerla la SCT y no la emisora interesada en exportar su señal. Por la prestación de este servicio las estaciones de televisión deben pagar derechos por el uso del sistema nacional de conducción de señales. Las cuotas que deben pagarse están estipuladas en la Ley Federal de Derechos.

No obstante, si se consideran los enormes ingresos que tiene la televisión privada, es posible afirmar que el servicio de conducción de señales le resulte sumamente barato, ya que las cuotas que el gobierno cobra por proporcionar este servicio pueden ser pagadas, con un número reducido de minutos de publicidad.

Las tarifas para publicidad en la televisión privada

La Ley Federal de Radio y Televisión en sus artículos 9 (fracción IV) y 53 establece que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes fijará el mínimo de las tarifas a que deberán sujetarse las difusoras comerciales en el cobro de los diversos servicios que les sean contratados para su transmisión al público. El máximo, se sobreentiende, es decidido por el concesionario.

La consecuencia de lo anterior es que esas tarifas, que son incrementadas cada tres meses, han pasado en pocos años a constituir cantidades millonarias que sólo pueden ser pagadas por empresas de enorme poderío económico.

La evolución de las tarifas por conducción de señales de televisión

Es posible ubicar, dentro de la evolución de estas tarifas, dos periodos fundamentales. Uno que va de 1968 a 1981, y otro que continúa hasta nuestros días. En el primero, las tarifas de los principales servicios de conducción de señales presentan muy pocas variaciones. Por ejemplo, el servicio internacional de conducción de señales por satélite, cuya primera tarifa aparece en 1970 (en ocasión del Campeonato Mundial de Fútbol) sólo varía en dos ocasiones entre esa fecha y 1981. Ello, evidentemente, benefició a los concesionarios, pues mientras las tarifas publicitarias de sus estaciones aumentaban (entre 1976 y 1981 crecieron aproximadamente en un 500 por ciento) las tarifas del servicio por conducción de señales permanecieron casi inalteradas.

Esta clara incongruencia, aunada al aumento en el costo de mantenimiento y de ampliación de la infraestructura de telecomunicaciones debido a la constante pérdida de valor del peso frente al dólar y, a la necesidad del gobierno de captar recursos ante el estallamiento inminente de la crisis económica de 1982, fueron los factores que provocaron que el régimen del presidente López Portillo creara un instrumento legal que pudiera modificarse cada año para practicar ajustes constantes a las tarifas de conducción de señales. La Ley Federal de Derechos, promulgada en diciembre de 1981, es el instrumento legal que incluye no solamente los derechos que deben pagarse por los diversos servicios que prestan las dependencias gubernamentales, sino los que deben pagarse por la explotación de los recursos naturales del país. Las modificaciones anuales a esta Ley se discuten y aprueban en el Congreso de la Unión.

Por otra parte, el monto de las cuotas parece estar sujeto a una fuerte negociación entre la autoridad hacendaria y Televisa (principal usuario del servicio) pues hay cuotas que aumentan de un año a otro, mientras que otras disminuyen o permanecen inalteradas. La existencia de este trato, no parece improbable dado el tipo de relación que los concesionarios de la televisión privada han mantenido con las autoridades hacendarias durante años y en la cual la negociación, las presiones y la conciliación siempre han estado presentes.

1.4. Televisa y la provincia

Los sistemas radiotelevisivos estatales han surgido, en buena medida, a iniciativa de los gobiernos de diversas entidades federativas y con permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Otros más, han emanado fundamentalmente y dependen de la televisión estatal centralizada sin que se descarten los casos en que existan como sociedades anónimas con círculos importantes con los gobiernos locales, el consorcio televisivo privado y la televisión estatal central.

Las televisoras regionales también pueden clasificarse según el estudio de sus objetivos. Es posible decir que se perfilan dos grandes divisiones. Por un lado están aquellas televisoras que tienen perfectamente establecidas sus líneas de acción. Entre éstas se encuentran Televisión del Instituto Cultural de Aguascalientes, Comisión de Radio y Televisión de Tabasco, Canal 4 del gobierno del estado de Veracruz, Sistema Quintanarroense de Comunicación Social, Radio y Televisión. Todas ellas con objetivos claros de constituirse a sí misma como medios de comunicación de y para la región, ser un medio de expresión de la gente del estado y por lo tanto encaminado a contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural local.

Por otro lado, están aquellas cuyos objetivos parecen tan difusos que fácilmente podrían llegar a confundirse con los propósitos y metas de otras televisoras, en particular con los de las redes nacionales con sede en la ciudad de México.

En pocos años, los sistemas radiotelevisivos se han desarrollado en diversas partes de la República y para bien de muchos, en algunos casos hasta se han logrado engendrar los inicios de auténticos proyectos alternativos de televisión. Algunos de los casos más sobresalientes son Radio y Televisión Mexiquense, el Sistema Quintanarroense de Radio y Televisión, y el Sistema Michoacano de Radio y Televisión.

1.5. Televisa y sus trabajadores

Referirse a la situación laboral que impera en Televisa, describir su estructura y formas de relación con los diferentes gremios, nos lleva, en principio, a ubicar al Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATyR) como la organización mayoritaria dentro de la empresa privada de televisión.

El SITATyR agrupa a los trabajadores de base en las áreas de producción, técnica, administrativa, artística y de servicios, entre las que se encuentran locutores, asistentes técnicos, operadores de audio y video, camarógrafos, editores, maquillistas, apuntadores, programadores, iluminadores, tramoyistas, secretarías, recepcionistas, choferes, almacenistas, personal médico, de seguridad e intendencia, electricistas, personal médico, de seguridad e intendencia, electricistas; en fin, el personal necesario para la producción técnica y el mantenimiento de la empresa.

El Sindicato nace con la televisión, al poco tiempo de iniciarse las transmisiones por XHTV canal 4. En 1950, se origina la primera organización de trabajadores del medio, encabezada por Gonzalo Castellano Madrazo. En 1955, al fusionarse las empresas privadas de televisión: XEW canal 2, XHTV canal 4 y XHGC canal 5, los empleados de éstos se unen en una sola organización, formando el Sindicato de Trabajadores de Telesistema Mexicano.

Hasta 1976 se mantiene como una organización básicamente del medio televisivo, denominándose Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITAT).

Para 1984, el sindicato agrupa 90% de los trabajadores de la televisión en el país. De los 9 mil 273 miembros afiliados, 75% corresponde a las fuentes de Televisa.

Con la creación de los Televiteatros, el SITATyR incorpora a su estructura nuevas fuentes de empleo, sobre todo en lo que se refiere a escenografía, iluminación y servicios. El SITATyR pertenece a la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y desde su fundación se ha mantenido "recientemente" integrado a la Federación de Trabajadores del Distrito Federal.

Orgánicamente, el SITATyR está constituido por 23 secciones distribuida por todo el país. Uno de los principales factores de división de los trabajadores de la industria de la radio y de la televisión es la existencia de dos organizaciones nacionales que agrupan al mayor número de trabajadores de la industria, el SITATyR, que afilia básicamente a los empleados de la televisión, pero además, el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana (STIRT), también adherido a la CTM. El STIRT está constituido en su mayoría por las empresas radiofónicas de todo el país y por el número muy reducido de empleados de la televisión, entre ellos los del canal 13, propiedad del Estado.

Desde que se inicia la televisión en México, el Sindicato Único de Trabajadores de la Música establece relaciones laborales con Televisa a través del contrato colectivo. Todos los músicos, para trabajar en televisión, sea estatal o privada, dentro del Distrito Federal, deben pertenecer a esta organización.

CAPITULO II

La Dirección: SI

APARTADOS

2. La dirección: SI

2.1 Definición del SI

2.2.1. Objetivo central

2.2.2. Objetivos específicos

2.2. Características del MIS

2.3.1. ¿Qué hace productivo a un MIS?

2.3.2. ¿Qué ventajas debe ofrecer un MIS?

2.3. Productos comunicativos: síntesis informativas

2.4. Recursos materiales

2.5. Recursos humanos

2.6. Responsabilidades dentro de la Dirección, SI.

2.1. Definición del SI

La Dirección denominada SI, Sistema de Información nace a partir del concepto *Management Information System (MIS)*:

El (MIS), de acuerdo con una de las definiciones más precisas y sencillas, es un conjunto de procesos organizados que proporcionan información a los directivos de una empresa o corporación con el fin de apoyar sus operaciones y procesos de toma de decisiones.

El SI se concibió como un concepto que debía permear vertical y horizontalmente a toda la organización en un momento en el que el conocimiento sistematizado y la información confiable y oportuna se convierten en una necesidad prioritaria.

El SI se planteó como una fórmula moderna y accesible de obtener, recopilar, seleccionar, jerarquizar, ordenar, procesar, analizar y distribuir la información para convertirla en una herramienta útil en el conocimiento de la organización, en sus niveles de calidad y en los procesos de toma de decisiones de primer nivel, sobre todo en la alta gerencia.

2.2.1. Objetivo central:

Resolver la problemática general de información de la empresa, de acuerdo con sus necesidades particulares, para optimizar las actividades internas y externas y para apoyar los procesos de toma de decisiones de su cuerpo directivo de primer nivel.

2.2.2. Objetivos específicos

Desde la perspectiva el SI, Sistema de Información estableció 10 objetivos conceptuales:

- 1. El valor de la información.** Dotar al cuerpo de Ejecutivos de Televisa San Ángel y a las áreas de la empresa que determine la Vicepresidencia de Operaciones de un instrumento sencillo y confiable en la obtención de la información.
- 2. La necesidad de un banco de datos.** Recopilar y sistematizar toda la información interna y externa que sea de utilidad e interés para las diferentes áreas de la empresa.

3. **Propuesta integradora.** Ordenar, y en su caso, unificar toda la información básica de la empresa con el fin de globalizar los conceptos y normar criterios de organización e integración con el fin de optimizar la productividad y la eficacia.
4. **Universalidad.** Abrir la posibilidad de inserción con otras instancias de información, nacionales e internacionales.
5. **Visión de futuro.** Innovar las normas y procedimientos de la estructura interna mediante la aplicación de un servicio moderno, dinámico y profesional que amplíe sus capacidades.
6. **Versatilidad y dinamismo.** Transformar a la organización en un cuerpo con dinamismo unitario colocándolos en una posición favorable para enfrentar los distintos niveles de competencia del corporativo y la preparación constante para el reto futuro.
7. **Comunicación eficaz.** Eficientar las redes internas y externas de comunicación gerencial en las diversas instancias de la empresa.
8. **Apoyo estratégico.** Enriquecer el panorama personal de conocimientos y posibilidades para ampliar las perspectivas que apoyen los procesos de toma de decisiones de primer nivel.
9. **Diversificación de caminos.** Ofrecer alternativas, posibilidades y prospectivas en función de la información que se obtenga y de las posibles interrelaciones internas que se puedan generar.
10. **Misión sustantiva.** Asumirnos como el área adecuada, confiable y eficaz en la comunicación de datos, información y producción de conocimientos con la misión estratégica central de contribuir a la definición de las políticas y líneas de acción.

2. 2. Características del MIS

Un Sistema de Información Gerencial (MIS) debe satisfacer cabalmente los objetivos que se le hayan propuesto para que esté en condiciones de apoyar la gran misión estratégica y los objetivos generales de la empresa.

Para que un MIS cumpla con eficacia su labor, éste debe ser organizado y estructurado de tal forma que sea, predominantemente, un sistema práctico.

Dicho de otra manera: el MIS-SI que se desarrolló en Televisa, a través del SI, Sistema de Información debe visualizarse, comprenderse y posicionarse como un centro de múltiples universos.

Por ello, resulta indispensable que el MIS cumpla al menos con las siguientes características:

1. Debe apoyar a los funcionarios y ejecutivos con información y análisis para tomar las mejores decisiones.
2. La información procesada por el sistema debe presentarse en tal forma que facilite su interpretación adecuada.
3. El ejecutivo, a partir de la adecuada utilización de los más recientes avances tecnológicos, debe estar en posibilidad de manejar (en forma directa, desde su oficina o por consulta remota) el sistema que haya diseñado para sus necesidades de información específica.
4. Los beneficios que se piensan obtener gracias al sistema deben ser siempre superiores a los costos en los que se espera incurrir a consecuencia de la implantación del mismo. Un MIS debe ser considerado, antes que nada, una inversión prioritaria.

2.2.1. ¿Qué hace productivo a un MIS?

- **La participación.** Es importante dirigir, involucrar y comprometer a todos los que hagan uso de la información. El compartir una agenda común permite a los altos mandos actuar con verdadera unidad y en la misma dirección.
- **Definición de responsabilidades.** Todo sistema de información debe indicar y estar soportado por una muy clara definición de responsabilidades sobre los resultados.

- **Satisfacción de necesidades.** Los reportes que se generen por el sistema deben reflejar y satisfacer las necesidades de información de los más altos funcionarios o ejecutivos. Las desviaciones importantes de los planes, de las funciones y divisiones primordiales deberán estar dispuestos en forma oportuna para ellos.
- **Adecuación de formatos.** Los reportes a la alta dirección o a la gerencia deben ser concisos, concretos y fáciles de ser leídos e interpretados. Asimismo deben cubrir información por excepción y no detalles rutinarios.
- **Integridad del sistema.** El sistema debe de cubrir la mayoría de las actividades (todas, si es posible) vinculadas directa o indirectamente a la empresa. Esto incluye los dos niveles de información básicos: los externos y los internos.
- **Claridad en la información.** El sistema debe tener la capacidad de dar una impresión clara acerca de las actividades actuales, pasadas y previstas.
- **Oportunidad en la información.** Un sistema de información bien diseñado debe indicar en forma oportuna los eventos futuros que pudieran ser de consecuencias (positivas o negativas) para la institución. Si los responsables reciben información significativa en forma oportuna, su visión mejora y como consecuencia lógica sus decisiones serán correctas en un mayor número de casos.
- **Flexibilidad.** El diseño del sistema debe ser lo suficientemente flexible como para permitir su constante actualización, depuración y mejoramiento.
- **Modularidad.** Los subsistemas deberán ser modulares y desglosables hasta sus elementos más sencillos para poder crear nuevas combinaciones de la información, conforme existan cambios en las condiciones o necesidades.
- **Dinamismo.** Conforme el sistema avance en su diseño y aplicación pueden surgir nuevos requisitos, por ejemplo, se puede plantear la necesidad de reducir, por su importancia, algunos elementos que antes tenían mayor prioridad. Con demasiada frecuencia muchos ejecutivos ignoran cuál es la información que realmente necesitan, hasta que se instala el sistema de información. Un buen sistema debe ser dinámico, permitir cambios y mejoras, derivadas, sobre todo, de nuevas perspectivas logradas conforme su instalación se lleve a cabo.
- **Utilidad inmediata.** El sistema debe diseñarse de manera que produzca resultados significativos lo antes posible. Uno de los pasos es establecer prioridades, de manera que la información más útil quede disponible antes. Solamente si se demuestra utilidad desde el principio, podrá asegurarse el éxito. Si los ejecutivos no vislumbran beneficios en el corto plazo, es muy posible que pierdan interés en desarrollar el sistema. Desde esta perspectiva, entonces, la información nos debe indicar el qué hacer, es decir, un modo de actuar.

2.2.2. ¿Qué ventajas ofrece un MIS?

Un MIS exige el establecimiento de un sistema ideal de comunicación entre un grupo o equipo de alta dirección.

Por ello, el sistema tendrá que estar diseñado de tal forma que permita, entre otras muchas cosas:

- Dar una visión total del proceso operativo, indicando en forma inmediata los puntos que requieren y ameriten la atención de los directivos.
- Obligar a los ejecutivos a estar constantemente al tanto de lo que ocurre de importante en sus áreas de actividad, a buscar soluciones a los problemas y aprovechar la oportunidad que se presenta.
- Fomentar la cooperación horizontal de los directivos al hacerles partícipes de ciertos procesos integrales de planeación, operación y control.
- Dar mayor énfasis a la medida del grado de coordinación entre funciones, que a la medida de la eficacia de las funciones individuales.
- Subrayar la importancia de los factores que serán determinantes para los resultados futuros sobre los reportes tradicionales de resultados pasados, exageradamente detallados en ocasiones.

Aprovechar lo inmediato de la información disponible hoy en día, en lugar de esperar pacientemente a que se desarrollen métodos de procesamiento más sofisticados, los cuales incorpora en su oportunidad.

2.3. Productos comunicativos: síntesis informativas

Por lo que respecta a nuestra área de trabajo dentro de la dirección del SI se elaboraban las siguientes síntesis informativas:

- ✓ . Síntesis de Economía, Política y Finanzas
- ✓ . Síntesis de la Industria del Entretenimiento
- ✓ . Síntesis de Actualización Empresarial
- ✓ . Síntesis de Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías
- ✓ . Síntesis de Espectáculos
- ✓ . Síntesis de Información Especial

En total eran seis documentos. Su contenido variaba dependiendo de la temática específica de cada uno.

En el siguiente capítulo se presentará, en forma más detallada el proceso de realización de cada Síntesis Informativa, así como un ejemplo de las mismas.

2.4. Recursos Materiales

La dirección del SI contaba con recursos materiales comunes a cualquier otro departamento. Además, el área de trabajo no era independiente sino compartida con el departamento de sistemas. A continuación mencionamos, en general, sus recursos materiales:

Cuatro oficinas
Tres computadoras PC, una equipada con *modem* conectada al *SEYTEL*.
Escritorios
Una bodega pequeña para guardar los periódicos durante un mes
Una fotocopiadora
Cinco teléfonos, con tres extensiones distintas
Dos videocaseteras
Dos televisores
Una radiograbadora
Hojas de distintos colores (rosa, azul, amarillo, rojo, verde, morado, naranja)
Papelería apropiada para una oficina (Dos máquinas de escribir eléctricas, papel *bond*, hojas blancas, de colores, hojas de opalina, membretadas, papel carbón, lápices, plumas, resistol, gomas, cintas para máquina, *folders*, carpetas, microcasetes, casetes de audio y video, disquetes, etc.)
Archiveros para guardar algunos de los materiales antes mencionados.
Mueble para archivar los videos.

2.3. Productos comunicativos: síntesis informativas

Por lo que respecta a nuestra área de trabajo dentro de la dirección del SI se elaboraban las siguientes síntesis informativas:

- ✓ . Síntesis de Economía, Política y Finanzas
- ✓ . Síntesis de la Industria del Entretenimiento
- ✓ . Síntesis de Actualización Empresarial
- ✓ . Síntesis de Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías
- ✓ . Síntesis de Espectáculos
- ✓ . Síntesis de Información Especial

En total eran seis documentos. Su contenido variaba dependiendo de la temática específica de cada uno.

En el siguiente capítulo se presentará, en forma más detallada el proceso de realización de cada Síntesis Informativa, así como un ejemplo de las mismas.

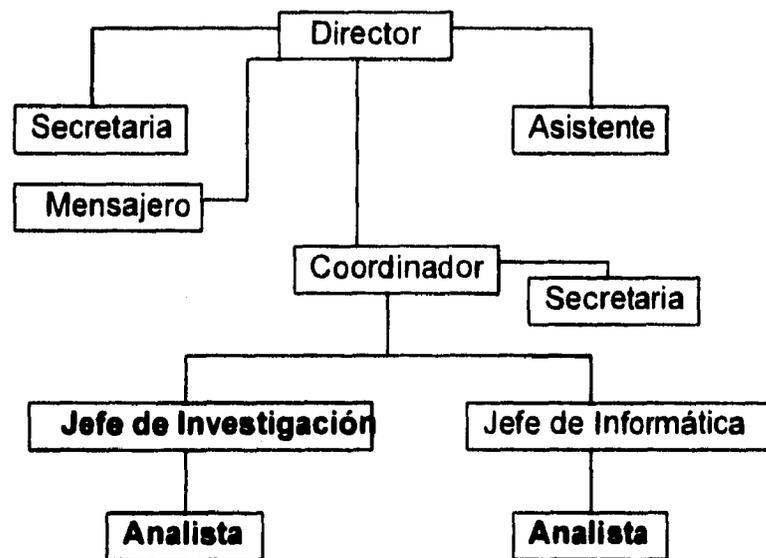
2.4. Recursos Materiales

La dirección del SI contaba con recursos materiales comunes a cualquier otro departamento. Además, el área de trabajo no era independiente sino compartida con el departamento de sistemas. A continuación mencionamos, en general, sus recursos materiales:

Cuatro oficinas
Tres computadoras PC, una equipada con *modem* conectada al *SKYTEL*
Escritorios
Una bodega pequeña para guardar los periódicos durante un mes
Una fotocopidora
Cinco teléfonos, con tres extensiones distintas
Dos videocaseteras
Dos televisores
Una radiograbadora
Hojas de distintos colores (rosa, azul, amarillo, rojo, verde, morado, naranja)
Papelería apropiada para una oficina (Dos máquinas de escribir eléctricas, papel *bond*, hojas blancas, de colores, hojas de opalina, membretadas, papel carbón, lápices, plumas, resistol, gomas, cintas para máquina, *folders*, carpetas, microcasetes, cassetes de audio y video, disquetes, etc.)
Archiveros para guardar algunos de los materiales antes mencionados.
Mueble para archivar los videos

2.5. Recursos Humanos

Organigrama del Departamento:



2.6. Responsabilidades dentro de la Dirección

- En coordinación con el jefe de investigación, realizar las síntesis de Economía, Política y Finanzas; La industria del entretenimiento; Actualización Empresarial e Información Especial.
- Registrar el tiempo de todos los candidatos presidenciales durante sus campañas a la Presidencia de la República, otorgados por los noticieros *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*.
- Recopilar, registrar y archivar la información hemerográfica de acuerdo con un temario establecido a partir de las necesidades informativas de la empresa.
- Registro diario del contenido noticiero nocturno *24 Horas*.

En el capítulo precedente se presentará, de forma detallada, el proceso a seguir, para cada responsabilidad.

CAPITULO III

Productos comunicativos

APARTADOS

3. Productos comunicativos: síntesis informativas

3.1. Productos comunicativos

3.1.1. Descripción de elaboración de los diferentes productos comunicativos: síntesis informativas

3.1.2. Políticas de redacción de las síntesis informativas

3.1.3. Diseño de las síntesis informativas

3.1.4. Esquema del contenido de las síntesis informativas

3.1.5. Ejemplos de las diferentes síntesis informativas

3.1.6. Distribución de las síntesis informativas: *¿Quiénes las reciben?*

3.2. Análisis de la Síntesis Ejecutiva de Economía, Política y Finanzas

3.3. Propuestas para la Síntesis de Economía, Política y Finanzas

3.1. Actividades dentro de la dirección SI, Sistema de Información

A partir del objetivo central del SI (*resolver la problemática general de información de la empresa, de acuerdo con sus necesidades particulares, para optimizar las actividades internas y externas y para apoyar los procesos de toma de decisiones de su cuerpo directivo de primer nivel*) se tenían contempladas las siguientes actividades:

- Enviar a través de mensajes información oportuna, confiable y útil, mediante la herramienta del *SKY SI; Notivoice*, diariamente, las veces que así lo determine la importancia de la información. Esta actividad se realizaba regularmente todas las mañanas, seleccionando lo más significativo en el ámbito político y económico. Sin embargo, este servicio se proporcionaba a los ejecutivos para mantenerlos informados en el momento preciso, ya que de surgir una noticia trascendente se daba a conocer por este medio. Por ejemplo, la muerte de José Francisco Ruiz Massieu, los índices significativos de la Bolsa Mexicana de Valores, precio del dólar, etc.
- Registrar y llevar un control de los mensajes enviados por el anterior servicio
- Analizar la información recabada de las distintas fuentes
- Elaborar documentos especiales de interés para Televisa
- Monitorear, en televisión y radio, programas especiales (principalmente de corte político, por ejemplo entrevistas a diferentes actores públicos, reportajes, documentales, partidos políticos, etc.), independientemente de los noticiarios
- Monitorear los siguientes noticiarios:
 - ⊙ *Al despertar*, conducido por Guillermo Ortega
 - ⊙ *Un nuevo día*, conducido por Cesar Costa y Rebeca de Alba
 - ⊙ *24 Horas de la tarde*, conducido por Abraham Zabludovsky
 - ⊙ *Muchas Noticias* conducido por Dolores Ayala
 - ⊙ *24 Horas de la noche* conducido por Jacobo Zabludovsky
 - ⊙ *Hechos* conducido por Javier Alatorre
 - ⊙ *Punto por Punto* conducido por José Ramón Fragosó y Jesús Díaz
- Monitorear y mantener un seguimiento del contenido y tiempos del noticiero *24 Horas de la noche*
- Grabar los resúmenes iniciales de los noticiarios *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*, para incluirlos en la síntesis de Economía, Política y Finanzas.

- Registrar el tiempo otorgado a los candidatos presidenciales durante sus campañas proselitistas, transmitido por los noticiarios *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*
- Integrar un archivo hemerográfico a partir de la temática ya establecida por el SI
- Recopilar artículos y columnas de los principales diarios
- Archivar todas las síntesis informativas
- Almacenar, por un tiempo no mayor a los 30 días, todos los periódicos
- Guardar los diarios *El Financiero y La Jornada* como principales fuentes de consulta hemerográfica
- Evaluar, periódicamente, las actividades en general, con los responsables de cada área y con el Director. Entre los objetivos que se tenían contemplados eran los de elaborar una propuesta para disminuir el tiempo real de entrega de las síntesis Ejecutivas para ser entregadas a las 14:00 hrs; hacer un proyecto para mejorar a la propia Dirección, SI, Sistema de Información, entre otras cosas.

3.2. Productos comunicativos: síntesis informativas

Síntesis informativas:

- ✓ Síntesis de Economía Política y Finanzas (SEPF)
- ✓ Síntesis de Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías (SMCyT)
- ✓ Síntesis de Espectáculos (SE)
- ✓ Síntesis de la Industria del Entretenimiento (SIE)
- ✓ Síntesis de Información Especial (SIE)
- ✓ Síntesis de Actualización Empresarial (SAE)

3.1.1. Descripción de elaboración de los productos comunicativos

Para poder realizar las diferentes síntesis, en general, se llevaba a cabo el siguiente proceso:

a) Recibir un juego diario los siguientes periódicos:

- | | |
|-------------------------|------------------------------------|
| 1. <i>El Universal</i> | 9. <i>Unomásuno</i> |
| 2. <i>Excélsior</i> | 10. <i>El Herald</i> |
| 3. <i>La Jornada</i> | 11. <i>Novedades</i> |
| 4. <i>Reforma</i> | 12. <i>El País</i> |
| 5. <i>El Financiero</i> | 13. <i>The News</i> |
| 6. <i>El Economista</i> | 14. <i>The Wall Street Journal</i> |
| 7. <i>Summa</i> | 15. <i>The New York Times</i> |
| 8. <i>El Nacional</i> | 16. <i>USA Today</i> |
| | 17. <i>Times</i> |

b) Dividir y distribuir a los responsables de cada síntesis informativa las diferentes secciones de los diarios, dependiendo de su contenido. A continuación se presenta un cuadro en el que se ilustra el nombre de los periódicos y las secciones a separar a partir de cada síntesis informativa:

PERIÓDICOS	SECCIONES	SÍNTESIS INFORMATIVAS
1. EL UNIVERSAL	1a. Sección Finanzas	SEPF SMyNT
2. EXCÉLSIOR	Espectáculos 1a. Sección Finanzas	SE SEPF SEPF SMCyNT
3. LA JORNADA	Espectáculos Todas Cultural	SE SEPF SMCyNT
4. REFORMA	1a. Sección Finanzas Espectáculos Deportes Cultural Computación	SEPF SEPF SMCyNT SMCyNT SE SE SMCyNT
5. EL FINANCIERO	Todas las secciones Cultural Computación Columnas: Corporativo Mesa de negocios	SPEF SE SMCyNT SPEF SE SMCyNT SMCyNT SMCyNT
6. EL ECONOMISTA	Todas las secciones Cultural Computación Sección Síntesis Publicitaria Columna Hombres de nombre	SPEF SE SMCyNT SMCyNT SMCyNT SMCyNT
7. SUMMA	Todas las secciones Espectáculos	SPEF SE
8. EL NACIONAL	Todas las secciones Espectáculos	SEPF SE
9. UNOMÁSUNO	Todas las secciones Espectáculos	SEPF SE

11. NOVEDADES	1a. Sección Espectáculos	SEPF SE
12. EL PAÍS	Todas las secciones Espectáculos	SEPF SE
13. THE NEWS	1a. Sección	SEPF SE SCMyNT
14. THE WALL STREET JOURNAL	1a. Sección	SEPF SE SCMyNT
15. THE NEW YORK TIMES	1a. Sección	SEPF SE SCMyNT
16. USA TODAY	1a. Sección	SEPF SMCyNT SE

c) Leer y seleccionar las notas importantes. La selección de notas se hacía bajo el siguiente criterio:

- De acuerdo a un esquema establecido las noticias debían de corresponder a cada apartado o tema específico. Las notas informativas se seleccionaban, conforme se revisaban los periódicos, verificando que éstas fueran las mejores redactadas y que incluyeran más y mejor información. De existir dos notas del mismo tema, pero con distinta información, se procedía a juntarlas como una sola, estableciendo su cita correspondiente

Los esquemas del contenido de las síntesis será presentado adelante.

d) Capturar la información ya clasificada en el formato diseñado en la computadora, a partir del contenido y de las secciones determinadas de cada síntesis informativa

e) Editar la síntesis. La distribución de la información recopilada de los diarios se editaba sin un criterio fijo. Solamente se tomaba en cuenta la cantidad de información, el espacio de la hoja y la "estética visual". Nunca se hará de forma simétrica.

f) Imprimir la síntesis

g) Revisar y corregir edición y ortografía

h) Imprimir un original, en blanco y negro. Sacar los juegos necesarios de las síntesis e incluirles una portada personalizada para los ejecutivos que recibían este servicio.

i) Distribuir las síntesis

3.1.2. Políticas de redacción de las síntesis informativas

Puntos a considerar

- La elaboración de la síntesis es a las 8:00 hrs
- El margen de tiempo para entregar la síntesis era a las 12 horas
- Las notas redactadas en las distintas síntesis no excederán más de tres párrafos, con la finalidad de ser lo más sintéticos posibles
- Todas las notas informativas incluidas en cualquiera de las síntesis informativas, deberán de ser acompañadas con su respectiva cita. Se tomará en cuenta lo siguiente: el empleará el mismo tipo de letra, de 10 puntos; se abrirá y se cerrará la cita con paréntesis; se escribirá el nombre del periodista, empezando con su nombre de pila y su primer apellido, el periódico se abreviara con las dos primeras palabras de su nombre original o con las tres primeras letras que sintetizen su nombre (La Jor. El Univ. El Fin. El Eco.). Ejemplo:

El Clero tiene plena confianza en que "gane quien gane las próximas elecciones del 21 de agosto, habrá continuidad en la relación Iglesia-Estado" aseveraron los obispos Rafael Muñoz, de Aguascalientes y Rafael Barraza Sánchez, de Chetumal.

(Mayra Aguirre, El Univ. 1) * cita

- Si se podían incluir caricaturas de los periódicos en las síntesis. Pero para la selección de éstas no había un criterio determinado, por lo tanto solamente se consideraba que estuvieran al final del documento y que no superaran un espacio mayor a una hoja. criterio de selección. Deberán de ir al final del documento y no excederán más de una hoja.
- La información registrada en las diferentes Síntesis Informativas procederá de notas periodísticas únicamente, descartando los demás géneros periodísticos, a excepción de la sección de columnas y artículos de finanzas y economía, en la Síntesis de Economía, Política y Finanzas
- Al termino de cada síntesis tendrá que ser revisada y aprobada por el responsable del área
- Se deberá de tener un especial interés a las secciones de:
 - ⊙ Planeación estratégica
 - ⊙ Estados Unidos
 - ⊙ Washington
 - ⊙ Clinton
 - ⊙ Dólar
 - ⊙ India

Y temas de interés para los ejecutivos de Televisa, los cuales podrán ser sugeridos a partir de sus necesidades informativas

- Cabe aclarar que en el primer punto de planeación estratégica no se tenía bien definido este concepto, por lo que se debía de entender como aquella información relacionada con la microeconomía y/o con la administración de las empresas, sugerencias para invertir, exportar, notas de reingeniería, de calidad total, experiencias del manejo interno o comportamiento de otras empresas, es decir, información relacionada con los negocios empresariales.
- Las notas de mayor relevancia deberán ser enmarcadas, de tal forma, que sobresalgan de las demás. Para ello se puede recurrir a cualquier técnica de edición dependiendo del programa de computación que se esté utilizando
- Las palabras que sean consideradas como "claves" de cada nota escrita deberán de estar resaltadas con negritas o **bold**. Lo anterior para hacer sobresalir, con dos o tres términos la información. El criterio de selección de estas palabras no estaba establecido, por ello, se dependía directamente de quien elaborara la síntesis

Ejemplo:

Carlos Salinas de Gortari no llegó a la presidencia de la República **con la limpieza** que, sin duda, él mismo hubiera querido...El resultado de las elecciones del próximo **21 de agosto** (de 1994) es el que decidirá el papel final de Salinas en la historia:
Sergio Sarmiento. (El Financiero, pág. 33)

- Los nombres de los noticieros deberán de escribirse en cursiva.
- Los resúmenes iniciales de los noticieros televisivos deberán de contener las entrevistas textuales, indicando el nombre completo del entrevistado con su cargo correspondiente.
- Se deberá evitar escribir solamente con siglas el nombre de las instituciones por muy conocidas que estén sean, por tanto, siempre precederá su respectiva explicación de su significado.

3.1.3. Diseño de las síntesis informativas

Alfabeto seleccionado

- * **Tipo de letra:** Times New Roman
- * **Títulos de los apartados:** Centrados, en altas, de 20 puntos, en *bold*, cursivas y enmarcados con una sombra
- * **Temas:** Cargados a la derecha, en altas, de 14 puntos, *bold*
- * **Citas:** De 10 puntos, en altas y bajas
- * **Tamaño del documento:** Hoja carta de colores
- * **Tipo de papel:** *Bond*

Encuadernación de los documentos:

Las síntesis no tenía ningún tipo de encuadernación. Las hojas eran engrapadas únicamente.

Al final de cada mes, se reunían todas las síntesis y se encuadernaban en frío.

Todas las síntesis deberán tener al principio su portada respectiva con el nombre y cargo de cada ejecutivo de Televisa. En el caso de ser necesario (ejecutivos de Televisa Chapultepec, y del Sr. Emilio Azcárraga) el documento será entregado en un sobre membretado con el logotipo de Televisa.

Formato de portadas

El diseño de las portadas fue realizado por el jefe de informática y su asistente, quienes de acuerdo a las instrucciones del coordinador del departamento y del director elaboraron portadas iguales para las diferentes Síntesis Informativas

Tamaño

El logotipo de Televisa estaba colocado a la izquierda de la hoja. Abajo se colocaba en forma centrada la leyenda, *El Sistema de Información*, con letra de tipo times new roman de 12 puntos, *bold*, con altas solamente. Abajo, con altas y bajas, con letras del mismo tipo, *times new roman*, de doce puntos, en cursiva, el nombre de la persona a quien iba dirigida esa síntesis y abajo, con las mismas características de la letra pero de 10 puntos se especificaba el cargo que ocupaba la persona. Bajo el mismo lineamiento, se trazó una línea horizontal que cubría todo el espacio restante, de arriba hacia abajo, ocupando 15 cm aproximadamente de largo y 1.5 cm, de ancho.

En el centro de la hoja pero cargado hacia la izquierda, con el mismo tipo de letra pero de 21 puntos, con *bold* o *negrita*, se escribía el nombre de la Síntesis que se tratara: de economía, política y finanzas, o de espectáculos, etc.

Dejando un espacio de aproximadamente 6 columnas, se escribía Síntesis Ejecutiva, con el tipo de letra Arial de 16 puntos. Abajo de igual manera, dejando dos columnas de espacio, se escribía la fecha de su elaboración con el mismo tipo de letra, pero de 10 puntos.

Colores de las portadas

Las portadas eran guardadas en un archivo de la computadora y se imprimían en original utilizando el color del papel que les correspondiera y se les cambiaba únicamente la fecha.

Portadas rojas e interior verde:

Síntesis de Política, Economía y Finanzas

Portadas morada e interior rosa mexicano:

Síntesis de Espectáculos

Portadas naranja e interior amarillo fluorescente:

Síntesis de Medios y Nuevas Tecnologías

Portadas en azul e interior blanco:

Síntesis de la Industria del
Entretenimiento

Portadas en rojo e interior blanco:

Síntesis de Actualización empresarial
Síntesis de Información Especial

Las copias que se le entregaban al Director con recortes de las principales columnas periodísticas, tanto de economía, política, finanzas y temas de interés en particular llevaban portadas amarillas y el interior en blanco.

Formato de hojas interiores

Las hojas estaban construidas bajo un formato específico, el cual ya tenía un esquema preestablecido de los temas que debían ser llenados y en el caso de surgir nuevos temas solamente se añadía el tema. Este formato estaba guardado en un archivo de la computadora el cual se habría y se copiaba diariamente.

Después se corregían los datos de numeración secuencial de los temas que así lo requerían, para llevar un registro del tiempo transcurrido.

Apartados que se les cambiaba la numeración secuencial:

Folio: Cada hoja de la Síntesis tenía escrito en la parte superior, un rectángulo, su ancho correspondía al margen para poder escribir de toda la hoja, y de ancho tenía 2.5 cm. En su interior llevaba una leyenda, escrita con letras en altas, de 12 puntos, de tipo Arial, y bold: Información relevante y a la izquierda el número a la cual correspondía su folio. En el ejemplo siguiente el dato de Núm. 162 corresponde al número de folio de esa síntesis y se relacionaba con su fecha de elaboración.

3 INFORMACIÓN RELEVANTE

Núm. 162

APARTADOS:

En el caso de las distintas síntesis, éstas contenían en su formato distintos apartados. Éstos correspondían a temas generales. El diseño de los temas generales se realizaba con una letra de 16 puntos, negritas, en mayúsculas y enmarcadas por un triángulo y con un sombreado al 5%. En el caso de los temas particulares o específicos se diferenciaban por estar escritos en mayúsculas, negritas y con letra de 14 puntos. Ejemplo:

Tema general:



Temas particulares:

TELEVISA

PRESIDENTE SALINAS

Para tener más claro el contenido de la Síntesis de Política Economía y Finanzas, a continuación presentamos el esquema completo y la explicación (con letras en cursiva) para determinar el criterio para incluir la información en los apartados de cada síntesis informativa. Inmediatamente se procederá a mostrar un ejemplo de cada síntesis tal y como se entregaba.

Por lo que respecta a las síntesis de Medios de Comunicación y Nuevas Tecnología y la de Espectáculos, las cuales presentamos primero, solamente damos una pequeña referencia con respecto al tema, primero porque los apartados, reglamente, se relacionan directamente con el mismo tema; segundo, porque no tener la familiaridad, la experiencia y la lógica a pensar para discriminarla con respecto al universo de información. Recordemos que esta actividad no era responsabilidad nuestra, sin embargo, es parte de las actividades generales dentro de la dirección y sirve para ilustrar el tipo de documentos informativos que se elaboraban.

3.1.4. Esquema del contenido de las síntesis informativas

A continuación presentamos el esquema de las síntesis:

- Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías
- Espectáculo
- Economía y Finanzas

El esquema de cada síntesis informativa muestra las secciones y todos los apartados considerados para que apartir de éstos se seleccionará la información en los diarios. Primero se muestran estas secciones y después su explicación

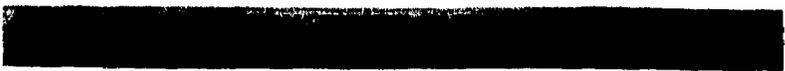
3.1.5. Ejemplos de las diferentes síntesis informativas

Una vez explicados los esquemas del contenido de las síntesis informativas se presentan, a manero de ejemplo, síntesis ya elaboradas, es decir, en la forma terminada de como se entregaban:

ESQUEMA DE LAS SÍNTESIS

SINTESIS

Economía, política y finanzas



INTERNACIONAL

Pa
Pa
Pa

SEGUIMIENTO ESPECIAL:

TELEVISA
RUIZ MASSIEU.
CHIAPAS.
SECUESTROS.

NACIONAL

o
o
o

En la secciones de internacionales, nacional y economía y finanzas se escribían los balazos de tres notas importantes en cada una de esas áreas.

ECONOMÍA Y FINANZAS

□
□ "
□

En Seguimiento Especial, se escribía una pregunta o una frase que invitará al lector a interesarse por el tema y por lo tanto en el contenido al interior de la Síntesis. Los apartados iban cambiando conforme la importancia de la misma.

En el cuadro de abajo se presenta el índice de los apartados y su página respectiva.

CONTENIDO:	PAGS
Lo más relevante	
Proceso Electoral	
Conflicto en Chiapas	
Economía	
Finanzas	
Internacional	
Columnas	
Noticieros	



En esta página se redactaban las tres noticias más importantes en los campos de la política, economía y finanzas.



En esta sección nos encontramos con un cuadro, el cual contiene en la columna, izquierda, el nombre de todos los diarios que se revisaban y en la otra se escribían los encabezados de los mismos.

**EL UNIVERSAL
EXCÉLSIOR
LA JORNADA
REFORMA
EL FINANCIERO
EL ECONOMISTA
SUMMA
EL NACIONAL
UNOMÁSUNO
EI HERALDO
NOVEDADES
EL PAÍS**

LA FRASE

Cita o frase relacionada con el contenido de la síntesis, o bien, alguna oración retomada a partir de alguna declaración que ilustrara el acontecer nacional

TELEVISA

Se incluía información que involucrara a Televisa, como medio de comunicación, en el proceso electoral de 1994.

PRESIDENTE SALINAS

Acciones, declaraciones, gira de trabajo, en general de las actividades que tenía el ex presidente Carlos Salinas

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO

Todo lo relacionado con la probable candidatura de Carlos Salinas a esta organización. Apoyos, candidatos, posturas, etc.

PRESIDENTE ELECTO

Para esas fechas ha había sido electo quien fuera candidato por el PRI, Ernesto Zedillo. En este apartado se incluían todas sus actividades, declaraciones, giras de trabajo, etc.

DEMANDAS A ZEDILLO

Peticiones de cualquier sector, grupo social, partido, etc., al próximo mandatario

“LOS PRIMEROS QUE SE MENCIONAN”

Nombres de funcionarios que aspiraban o podían ser incluidos en el Gabinete Presidencial

RUMOR

Información no confirmada en la esfera de la política, principalmente

LOS EX CANDIDATOS

Actividades, declaraciones, propuestas, peticiones, etc., de los ex candidatos a la Presidencia de la República, del PAN y del PRD

- **DIEGO FERNÁNDEZ DE CEVALLOS**
- **CUAUHTÉMOC CÁRDENAS**

TRIBUNAL FEDERAL ELECTORAL

Actividades, declaraciones, determinaciones, resoluciones, etc. de esta institución respecto a elecciones

INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

Actividades relacionadas con las elecciones. Anuncios, convocatorias a partidos, etc.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN

Actividades, acontecimientos, determinaciones, participación, con el proceso electoral o de forma independiente de acuerdo a su función

PARTIDOS POLÍTICOS

En esta sección se consideraban a todos los partidos políticos y a las actividades de sus miembros

REFORMA DEL PRI

Acciones de sus miembros, críticas, planes de trabajo, reuniones, encaminadas hacia la reforma de este partido.

CONGRESO DE LA UNIÓN

Principales actividades celebradas en la Cámara de Diputados, resoluciones, modificaciones de artículos, iniciativas de Ley, avances, cambios a la Constitución, actividades de las Comisiones, etc.

ASAMBLEA DE REPRESENTANTES DEL DF

Actividades, presencia de partidos, resoluciones dentro de esa institución

FISCALÍA ESPECIAL DE DELITOS ELECTORALES

Avances o denuncias sobre delitos electorales

COMISIÓN DE LA VERDAD

Actividades en esa Comisión

VIOLENCIA ELECTORAL

Conflictos poselectorales

MANIFESTACIONES

Cualquier tipo de manifestación social

RESISTENCIA CIVIL

Movimientos civiles, principalmente de la oposición, por la inconformidad de los resultados en las elecciones, o previas a éstas

DERECHOS HUMANOS

Acontecimientos relacionados directa o indirectamente con la Comisión Nacional de Derechos Humanos

OBSERVADORES NACIONALES

Principalmente actividades de los observadores nacionales en el proceso electoral de 1994

OBSERVADORES INTERNACIONALES

Principalmente actividades de los observadores internacionales en el proceso electoral de 1994

ESTADOS

Información política en los estados de la República mexicana. Elecciones, actividades de los gobernadores, conflictos en municipios, etc.

GRUPO SAN ÁNGEL

Actividades, participación de este organismo no gubernamental en la vida política de la nación

ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES

Actividades de las ONG's relacionadas con el proceso electoral de México

MOVIMIENTOS CIUDADANOS

Acciones, manifestaciones de la ciudadanía respecto al proceso electoral de México

FUERZAS ARMADAS

Actividades de esta institución

IGLESIA

Participación de esta institución en la vida política de la nación

EMPRESARIOS

Participación del sector empresarial en el acontecer político nacional

LOS INTELLECTUALES Y EL PODER

Opinión, principalmente de articulistas, respecto al rumbo que va tomando la nación

INTERÉS INTERNACIONAL

Opiniones, intervenciones de otros países con México

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Información de los medios de comunicación y el papel que juegan en la vida de la nación

PRENSA INTERNACIONAL

Opiniones, declaraciones publicadas en la prensa internacional. En este apartado se escribía información de nuestro país editada en los diarios extranjeros que también se recibían

ENCUESTAS

Resultados de encuestas. Se podían incluir encuestas transmitidas en los noticieros de televisión que se grababan



DÍA Numeración secuencial

En esta sección se agrupaba todo lo relacionado con el conflicto armado en Chiapas. Se dividida en los siguientes apartados

PROCESO ELECTORAL

Resultados, conflictos, etc., del proceso electoral en ese estado de la República

PARTIDOS POLÍTICOS

Participación de instituciones políticas en el conflicto armado, posturas, declaraciones, intervenciones, etc.

CONFLICTO

Acuerdos, resoluciones, movimientos del EZLN

NEGOCIACIONES

Avances, acuerdos de paz con el gobierno

EZLN

Comunicados, acciones, convocatorias, etc., en general todos los movimientos del EZLN y sus miembros

EJÉRCITO

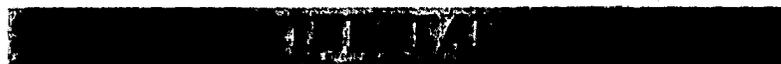
Postura, participación, movimientos del Ejército mexicano en relación al EZLN

IGLESIA

Papel que desempeñaba esta institución en el conflicto armado a través de sus representantes. Información del obispo Samuel Ruiz y su vinculación con el EZLN como mediador de la paz en ese estado de la República

GOBIERNO

Actitud del gobierno con respecto a este conflicto



INSEGURIDAD

Hechos registrados que manifiesten el incremento de inseguridad en la ciudad

SECUESTROS

Casos de secuestros publicados de las personas públicas, empresarios, funcionarios, etc.

VIOLENCIA

Comportamientos agresivos de las masas, manifestaciones civiles, etc.

GUERRILLA

Información de guerrilla o manifestaciones de esta en cualquier parte de la República Mexicana

NARCOTRÁFICO

Detenciones, decomisos, etc. de este enervante. Relación del narcotráfico en la vida política

ACCIDENTES

Accidentes relevantes de funcionarios públicos o de miembros de algún partido político

ASESINATO DE COLOSIO

DÍA *Numeración secuencial de este hecho*

INVESTIGACIONES

HIPÓTESIS

PROCESO LEGAL

REPERCUSIONES

ASESINATO DE RUIZ MASSIEU

DÍA *Numeración secuencial de*

este hecho

INVESTIGACIONES

HIPÓTESIS

PROCESO LEGAL

REPERCUSIONES

ASESINATO POSADAS

DÍA Numeración secuencial de este hecho

INVESTIGACIONES

HIPÓTESIS

PROCESO LEGAL

REPERCUSIONES



ECONOMÍA

Tres notas importantes en esta área

CORRUPCIÓN Y FRAUDE

Sucesos de corrupción y fraude en la economía mexicana

CASO HAVRE

COMERCIO EXTERIOR

Notas del comercio exterior con influencia en nuestro país

Generalmente se seleccionaban tres notas en materia de finanzas

INFORMACIÓN FINANCIERA

Se llenaba diariamente este cuadro que registraba el comportamiento de los precios de los metales y tipos de cambio

TIPOS DE CAMBIO			METALES		
S UNIDAD	COMPRA	VENTA	S UNIDAD	COMPRA	VENTA
Dólar Libre	N\$			N\$ 1,640.00	
Dólar Intercambiado	N\$			N\$ 660.00	
Dólar Canadiense	N\$			N\$ 330.00	
Franco Francés	N\$				
Franco Suizo	N\$			Plata	
Libra Esterlina	N\$			N\$ 15.00	
Marco Alemán	N\$				
Yen Japonés	N\$				

TASAS DE INTERÉS

	% Hoy
Tasa Interbancaria (Mex)	
CPP (Mex)	
Libor 3 meses (Londres)	
Prime rate (EU)	
Cetes 28 días	
Cetes 91 días	
Tesobonos (91 días)	
Pagafes (28 días)	

BOLSA DE VALORES

Índices, cambios, etc. en la Bolsa Mexicana de Valores

POLÍTICA INTERNACIONAL

Casos de procesos electorales en otras naciones

ECONOMÍA INTERNACIONAL

Economía de otros países



ESTADOS UNIDOS

Acontecimientos importantes en relación con México: elecciones, tratados, declaraciones, etc.

DE INTERÉS

Información de interés fuera de la política, economía, finanzas. Este apartado servía para escribir información no considerada en los demás apartados, pero que era importante no dejarla pasar por alto

ECOLOGÍA

Notas del medio ambiente, índices imeca, Programa Hoy no circula, etc.

En este apartado se escribían los nombres de las algunas columnas de los diarios con los balazos de cada una. A excepción de las columnas Indicador Político de Carlos Ramírez y de Miguel Ángel Granados Chapa, Plaza Pública, de quienes se redactaba un párrafo con lo más importante de las mismas. A continuación citaremos algunas de ellas:

COLUMNAS FINANCIERAS

- **DESDE EL PISO DE REMATES**
Maricarmen Cortés
- **NOMBRES, NOMBRES Y ... NOMBRES**
Alberto Aguilar
- **EMPRESA**
Alberto Barranco Chavarria
- **HOMBRES DE NOMBRE**
David Páramo
- **MESA DE NEGOCIOS**
Herminio Rehollo Pinal
- **CORPORATIVO**
Dario Celis Estrada
- **QUINTA COLUMNA**
Carlos Velasco Molina
- **ENGRANE**
Adrián Trejo

COLUMNAS POLÍTICAS

- **INDICADOR POLÍTICO**
Carlos Ramírez
- **PULSO POLÍTICO**
Francisco Cárdenas

3 INFORMACIÓN RELEVANTE

Núm. 099

- **FRENTE POLÍTICOS**
Aurora Berdejo
- **PLAZA PÚBLICA**
Miguel Ángel Granados Chapa
- **EN PRIVADO**
Joaquín López Dóriga

NOTICIERO

Aquí se escribían los resúmenes iniciales de los noticieros nocturnos 24 Horas, Hechos y Punto por Punto de la noche anterior

FECHA:

24 HORAS

Conductor: Jacobo Zabłudovsky

HECHOS

Conductor: Javier Alatorre

PUNTO POR PUNTO

Conductores: Ramón Fragoso y Jesús Díaz

Para mayor información consulte al SI, Sistema de Información

SINTESIS DE

***Medios de
comunicación y nuevas
tecnologías***

MEDIOS DE COMUNICACIÓN**TELEVISA****GRUPO TELEVISA**

Acciones y cotizaciones de Televisa

		PRECIOS/PESOS						VAR. %	
TELEVISA	SERIE	MAXIMO	MINIMO	ULTIMO	VOL. ACC	No. OPER	1993	1994	

TELEVISA

Información de Televisa exclusivamente

CORPORACIONES MULTIMEDIOS

Empresas de comunicación, videojuegos, alta tecnología, etc.

MEDIOS AUDIOVISUALES**TELEVISIÓN**

Televisión nacional como internacional. Eventos, redes, consorcios, etc.

TELEVISIÓN POR CABLE

Programación, producciones no solamente de televisión por cable, sino también eventos transmitidos por esta modalidad. También encontramos información de cine y video: exposiciones, inauguraciones, películas de estreno, críticas, etc.

RADIO

Todo lo referente a este medio de comunicación

MEDIOS IMPRESOS

PRENSA

Información acerca de este medio de comunicación. Problemas laborales, uso de la tecnología, conflictos entre los medios, aclaraciones, etc.

PUBLICIDAD

Información relevante en esta esfera. Investigaciones, premios, campañas, etc.

LEGISLACIÓN

Cambios de leyes, aprobaciones, concesiones, etc.

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Los apartados que a continuación se presentan su contenido se relaciona directamente con el tema. Por ello solamente los citamos sin dar mayor explicación que el nombre del apartado mismo.

TELECOMUNICACIONES**TELEFONÍA****INFORMÁTICA****INDUSTRIA DEL HARDWARE****APLICACIONES**

Para mayor información consulte al SI, Sistema de Información

SINTESIS

Espectáculos

MEDIOS AUDIOVISUALES

TELEVISA

Noticias del mundo del espectáculo pero únicamente de Televisa: actores, productores, programación, incluye críticas, alabos, etc.

TELEVISIÓN

Programación, proyectos, declaraciones, productores, eventos, series, cambios, etc. dentro del mundo de la televisión

CINE Y VIDEO

Acontecimientos, críticas, comentarios, producciones, etc., tanto nacionales como internacionales

DISCOS

Contrataciones, renuncias, cambios de compañías disqueras, premios, etc.

TEATRO

Obras, presentaciones, estrenos, obras, actores, actrices, y todo lo que gire alrededor de este espectáculo.

ENTRETENIMIENTO

Eventos destinados al esparcimiento

PRESENTACIONES Y CONCIERTOS

Planes de conciertos en nuestro país por cantantes o grupos nacionales e internacionales

EVENTOS ESPECIALES

En ese tiempo estaba presente el evento en Guerrero de:

FESTIVAL ACAPULCO '94

Cuando se termina este evento desaparece el apartado

CAMPEONATO MUNDIAL USA'94

Todo lo relacionado con este evento deportivo: resultados, jugadores, cronistas, publicidad, etc.

ARTE Y CULTURA

Principalmente relacionado con las propiedades de Televisa y los medios de comunicación

FAMILIA ARTÍSTICA

Información de las actividades de los integrantes de Televisa

Para mayor información consulte al SI, Sistema de Información

3.1.5. Ejemplos de las diferentes síntesis informativas

Una vez explicados los esquemas del contenido de las síntesis informativas se presentan, a manera de ejemplo, síntesis ya elaboradas, es decir, en la forma en que se entregaban:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN**TELEVISA****GRUPO TELEVISA**

		PRECIOS/PESOS				VAR. %		
TELEVISA	SERIE	MAXIMO	MINIMO	ULTIMO	VOL. ACC	No. OPER	1993	1994
	CTO	96.500	95.600	96.500	236.500	55	---	10.8

TELEVISA**CORPORACIONES MULTIMEDIOS**

CANAL CHILENO.DE TV La cadena de televisión privada canadiense **Can West Global Communications Corp** adquirirá hoy el 49.5 por ciento de las acciones de la estación televisiva chilena La Red, Canal 4. (Notimex, pág. 4)

VIDEOJUEGOS. Sega de América y una conversión entre IBM y Blochbuster dijeron que planean probar la distribución electrónica de renta de videojuegos en las tiendas Blockbuster y video. (Ref. 26A)

MEDIOS AUDIOVISUALES

TELEVISIÓN

DEMANDA VS DONAHUE. Un residente de Texas que tuvo un hijo a los once años de edad como resultado de una violación, **vio frustrados sus esfuerzos de reactivar en la Corte Suprema una demanda contra el animador de televisión Phil Donahue. Un juez desestimó el caso contra Donahue debido a las garantías constitucionales a la libertad de expresión. Un tribunal estatal refrendó el dictamen.** (AP, El Univ. 12 E)

ARBITRAJE. Hoy vence el plazo para que el despacho de **Mancera** entregue los resultados del arbitraje a **TV Azteca** que será **inaceptable**. Los observadores consideran que los dueños de TV Azteca no lograrán prácticamente ninguna devolución, más allá de los **70 mdd** en certificados de Hacienda por el traspaso del dominio de los 35 cines que mantuvo el **Fideliq** y que les fueron pagados antes de la reclamación.

(David Páramo, "Nombres de Nombre", El Eco. 9)

TELEVISIÓN POR CABLE

CANAL DE MÚSICA RANCHERA. Extrañamos un canal que transmita sólo **videoclips** de música tradicional o boleros. En Telehit podemos escuchar **baladas, rolas rockeras y hasta desplantes de rap y regué, pero nunca música ranchera.**

(Juan Cervera, El Univ. 1 E)

ORGANIZACIÓN RAMÍREZ.

Multicinemas Plaza Satélite inaugura hoy seis salas.

(El Reportero Cor. El Univ. 12 E)

RADIO

RADIODIFUSORAS FRANCESAS. La campaña de Francia por limitar la influencia anglo-norteamericana en su territorio ha ocasionado una reacción adversa entre las estaciones francesas de música rock, que exigen del gobierno la abolición de una cuota mínima del 40 por ciento para la música nacional.

(AP, Exc. 12 E)

MEDIOS IMPRESOS

PRENSA

INFOCHANNEL. Este mes deberá salir a la luz pública un nuevo semanario especializado en temas informáticos. Se va a llamar "Infochannel", y será publicado por la empresa **High Tech Editores**, que dirige **Marco Antonio Maytorena**.

(Dario Celis, "Corporativo", El Fin. 16)

LIBERTAD DE EXPRESIÓN. En realidad la pelea en el debate sobre la Libertad de Expresión al que convocó ayer la Escuela de Periodismo **Carlos Septién García**, para conmemorar su aniversario número 45, la dieron sólo dos de los tres contendientes: el representante del **PAN**, **Gerardo Medina Valdés** y el del **PRD**, **Pablo Gómez Álvarez**. El del **PRI**, francamente se dedicó a filosofar en torno al ejercicio del periodismo.

(Alberto Barranco, "Empresas", Ref. 20 A)

PUBLICIDAD

ASOCIACIÓN NACIONAL DE PUBLICIDAD. Anoche se realizaron elecciones para la nueva directiva de la ANP. La planilla triunfadora y que fue la única registrada está integrada por: Heriberto Hatch, presidente; Silvia Sánchez de Gallart, Rolando Dickins, Fernando Gil Díaz y Fernando Gallart Arce; Jaime Krauze, Kein Bort y Abraham Romo García, entre otros. (Armando Villaseñor, "Síntesis Publicitaria", El Eco, 28)

NUEVAS TECNOLOGÍAS

TELECOMUNICACIONES

TELEFONÍA

SDH EN TELMEX. La **red digital integrada** de Teléfonos de México (**Telmex**) en el área metropolitana del DF cuenta ya con el sistema **Synchoronus Digital Hierrarchy (SDH)**, que le permite llevar más de 30 mil transmisiones de voz y **datos simultáneos** a través de su red de **fibra óptica**.

(“Mieropotas”, El Fin. 19, Exc. Secc. Financiera, 3 F)

LARGA DISTANCIA. Finalmente terminó en 14 el número de comentarios y objeciones al plan de interconexión para la Larga Distancia (LD) de Telmex. Emilio Gamboa y Andrés Massieu estaban muy satisfechos ya que aparecieron grupos fuertes, soportandos tecnológicamente y con grandes posibilidades de entrar al servicio de larga distancia a partir de 1997.

(Herminio Rebollo, “Mesa de Negocios”, El Fin. 14; María Fernanda Matus, Ref. 21 A)

PULSAR: En los 3.4 GIGAHERTZ. Grupo Pulsar Internacional de Alfonso Romo Garza-Madero, ya tiene asignada su respectiva **banda de frecuencia**. Ellos estarán en los **3.4 Gigahertz**, que resulta ser una frecuencia muy universal. Pulsar tendrá como principal proveedor estratégico a la canadiense **Northern Telecom**.

(Darío Celis, “Corporativo”, El Fin. 16)

INFORMÁTICA

INDUSTRIA DEL HARDWARE

CONTRATO BANCOMER-IBM POR 50 MDD. Hace apenas unos días **IBM de México** obtuvo la asignación de un ambicioso proyecto a desarrollar en cinco años que proporcione mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo a la mayoría de sistemas de **Bancomer**.

(Dario Celis. "Corporativo", El Fin. 16)

APLICACIONES

CHEQUE DE VIAJERO ELECTRÓNICO. Su nombre comercial es el de "*Dinero de Viajes Visa*". La pretensión es que sustituya al cheque de viajero, el producto mantendría la **tecnología de banda magnética** y en su introducción a **México** la idea es comenzar su utilización **a través de los cajeros automáticos. En esta primera fase se podrá cambiar dinero en el país que usted encuentre,** y conforme pase el tiempo se introducirá la **tecnología para pasar a las terminales de punto de venta.**

(Alberto Aguilar. "Nombres, Nombres y Nombres", Ref. 17 A)

Para mayor información consulte al SI, Sistema de Información

MEDIOS AUDIOVISUALES

TELEVISA

Raúl Velasco.- Luis de Llano aseguró que **Raúl Velasco** no está perdiendo **poder**, debido a que este año el conductor de "**Siempre en Domingo**" no producirá el **programa "Valores Juveniles"**. De Llano realizará algunos cambios como añadir concursos de grupos. Además tiene el proyecto, a futuro, de realizarlo no sólo a nivel nacional sino también internacional. "Está haciendo su mejor esfuerzo en el **Festival Acapulco**, que aunque no es perfecto es un gran esfuerzo para motivar a grupos populares".

(Angélico de León, Ref. I D; Oscar Díaz, El Her. I D; Alejandro Márquez, El Uni. Secc. Financiera. 6)

Luis de Llano Macedo.- Actualmente es reconocido como el **mejor en su ramo** en cuanto a producciones de corte juvenil se refiere en la televisión mexicana en la empresa **Televisa**.

(Oscar Díaz, El Her. I D)

TELEVISIÓN

Rabanitos Verdes.- es el nuevo proyecto de televisión que producirá **Luis de Llano** donde se tiene contemplada la actuación de los integrantes de **Timbiriche**. Es un **concepto juvenil-estudiantil**.

(Angélica de León, Ref. I D)

Viña del Mar.- Luis de Llano aseguró que estará a cargo de la coordinación general de **Villa del Mar** por tres años más y se encuentra planeando algunas **modificaciones** que se realizarán para las próximas emisiones. "Se realizará con un artista importante por noche en lugar de siete, queremos hacerlo más **compacto, dinámico**; y se instalarán **pantallas gigantes**".

(Angélica de León, Ref. I D)

Angélica Aragón. - "No coincide con la política de nuestro gobierno, sobre todo de Televisa, de homologar el habla, de hacer que se pierdan los acentos regionales".

(Katia D'Artingues, Ref. 4 D)

Yolanda Vargas Dulché. - Nuevamente regresa a la televisión con la historia e "**Cassandra**" ahora con el nombre de "**Alondra**" bajo la producción de **Carla Estrada**. El que Televisa haya decidido llamarla nuevamente para comprarle otra historia fue sorpresa.

Vargas Dulché le tuvo que quitar el nombre de **Cassandra** y sustituirlo por **Alondra**, pues en **TV Azteca** transmitieron una baja el mismo título.

(Guadalupe Reyes, Ref. 5 D)

Televisa y drogas. - **De Llano** aseguró que en **Televisa** se cuenta con un código de conducta entre los **jóvenes artistas**. En sus contratos especifica sobre el comportamiento que deben seguir los jóvenes, tanto dentro como fuera de la empresa. Aseguró que **Televisa** no tiene como política constante aplicar pruebas de antidoping, pero puntualizó que en un momento dado, si llega a sospechar de alguien, cuenta con el derecho a hacerlo.

(Angélica León, Ref. 6 D)

Terminaron las grabaciones. - Luego de largas jornadas de trabajo finalizaron las grabaciones de "**Dos mujeres y un camino**", producción de Emilio Larrosa, y se organizó un festejo en "Aanadella". **Asistieron Laura León, Bibi Gaytán, Erick Estrada, Itatí Cantoral, Gabriela Platas, Juan Carlos Casasola, etc.**

(Ricardo Perete, "Corte...", Exc. 11)

Gloria Calzada. - "No me he ido de Televisa la que sigue siendo mi casa, y si estoy en **Miami** trabajando para **Univisión** es por un reto impuesto por mí misma", dijo la conductora, quien desde hace algunos meses radica en esa ciudad de Florida, EU.

(Oscar Díaz, El Her. 1 D, Patricia García, Summa. 2 D)

CINE Y VIDEO

Acepta Araiza el veto.- Pese a que la película "**Guerrero Negro**" cuenta con varias nominaciones para el **Ariel**, **Televisine** la vetó momentáneamente porque la historia guarda cierta semejanza con el asesinato de **Luis Donaldo Colosio**, aseguró Raúl Araiza director de la cinta.

(Angelica de León, Ref. 7 D)

Moscú.- La flor y nata del **cine ruso** y un **modesto número de artistas** internacionales, se congregan desde este fin de semana en la **calurosa Sochi**, playa favorita de líderes soviéticos que aspira a convertirse en la Meca del **Cine eurasiático**.

(EFE, El Uni. 6 E, Nov. 11)

Terminó rodaje.- Tiene continuidad el programa de respaldo a directores debutantes. El cineasta Sergio Muñoz terminó su ópera prima: "**Luces de la noche**", cinta protagonizada por Héctor Bonilla y Damián Biehir e incluye en otros papeles a Helena Rojo, Ana Bertha Espín, Manuel Ojeda y la juvenil Dobrina Liubomirova.

(José Luis Gallegos, Exc. 4 E)

"Evita".- El presidente argentino **Carlos Saúl Menem** recibió hoy las primeras duras críticas por las amplias facilidades que prometió a **Oliver Stone** para filmar en **Buenos Aires**. (Ansa, Exc. 1 E)

Alonso Arau.- Al cabo de ocho meses dedicados a la preparación de su primer película en inglés: "**Un paseo por la nubes**", producida por la empresa filmica **Metro Goldwyn Mayer**, **Alonso Arau** está por confirmar el **reparto** que va a dirigir en una historia de ambiente esotérico que se **filmará en Australia y Estados Unidos**. El cineasta ha mostrado una predilección por las actrices españolas.

(El Her. 1 D)

"El Galeón".- Bajo la dirección de **Hugo Stiglitz**, inició en días pasados, en escenarios de **Isla Mujeres, Quintana Roo**, el rodaje de la cinta "**El Galeón**", producida por **Televisine**, y que lleva en el rol protagónico a la actriz **Cecilia Gabriela**. (Nov. 5 E)

Cine mexicano en Estados Unidos.- La película más reciente del director mexicano **Luis Mandoki**, ha logrado recaudar en sólo cuatro semanas más de 20 mdd en Estados Unidos, informaron fuentes de la empresa **Disney**. (Notimex, Nov. 6 E)

DISCOS

Juan Gabriel.- Renovó contrato con la disquera **BMG-Ariola** por otra considerable cantidad de años.
(Vilo Arias, El Univ. 1 E)

PRESENTACIONES Y CONCIERTOS

Jazz en Cancún.- Durante una semana cerca de **50 mil personas** acudieron a diferentes escenarios de Cancún, Quintana Roo, para disfrutar del virtuosísimo hecho música en e **IV Festival Internacional "Jazz In Paradise '94"**.
(Juan Hernández, Ref. 2 D)

EVENTOS ESPECIALES

FESTIVAL ACAPULCO '94

Televisa apoya técnicamente.- ¿Por qué presumir de que el evento es organizado por cuenta y riesgo de la televisora de San Ángel si el mismo gobernador de Guerrero dijo que los gastos y el presupuesto para el Festival sale en casi un **90 por ciento de las arcas de la entidad y que Televisa tan sólo se ocupa de cuestiones técnicas?**
(Rosario Murrieta, Sup. Televisión, Nov. 7)

Adolece de calidad.- Festival de tanteos, innovaciones, despolantes. A pesar de guardar mucho de su lucimiento original del proyecto, el **Festival Acapulco '94'** mostró en esta ocasión un **desgaste evidente, una falta de lineamientos y propuestas** que verdaderamente hayan oxigenado la invención de un evento de **supuesto corte internacional de primera línea.** (Rubén Hernández, Ref. 6 D)

Nada internacional.- Sin ánimo de ofender a nadie, el **Festival Acapulco '94'**, no fue internacional ya que con tres o cuatro figuras, de entre las cuales el más publicitado fué el norteamericano **Darryl Hall**, no se le puede llenar el ojo al público.

(Rosario Murrieta, Sup. Television, Nov. 7)

Clausura.- Con la fiesta muy mexicana se **clausuraron** la noche del sábado los **conciertos efectuado** en el salón **Teotihuacán**, como parte de la cuarta emisión **del Festival Acapulco '94**, mientras que el domingo el gobernador del estado de Guerrero dió por clausurado el **Festival Acapulco '94**.

(Adriana Garay, Ref. 8 D; Alberto Estévez, Exc. 1 E; Víctor Hugo Sánchez, El Heraldo 1 D; Nov. 1 E)

Gruperos.- Los grupos **Mestizo y Mier** ofrecieron un **cierre "tibio"** a los espectáculos presentados en el Rodeo de Medianoche dentro del Festival Acapulco '94.

(Adriana Garay, Ref. 8 E)

Juegos pirotécnicos.- Los hispanos del grupo **"Caballer Llorens Pirotechnia"** fueron los **ganadores** de la primera competencia de **juegos pirotécnicos musicales** organizada en el marco del **Festival Acapulco '94**.

(Lili Pichardo, Summa, 1 D)

CAMPEONATO MUNDIAL USA '94

Fernando Shwartz.- Será el encargado de **narrar los partidos de la Selección Mexicana del Fútbol desde Orlando y Washington;** tendrá el apoyo de dos cámaras móviles en la cancha, sitio estratégico para captar los pormenores de los encuentros contra Noruega, Irlanda e Italia.

(Ricardo Perete, "Corte...!", Exc. 1 E)

Cronistas subjetivos.- Algunos comentaristas exaltan las "virtudes" de determinados jugadores como si fuesen sus descubridores, sus padres o managers para ayudarlos a ser titulares. Es suficiente un paseito milagroso para engolar la voz y soltar al aire los tamaños de genio de su protegido, de su favorito. Y esto claro, se los tragan muchos, porque ingenuamente tienden la creencia de que esos cronistas son los sabios del fútbol.

(Gustavo Rivera, Nov. 1 E)

Influencia en la televisión.- "La tele hace **inducciones no válidas sobre el público**, sobre la masa: para que llegue temprano se vista condicionada al lugar que compra en las tribunas, haga olas y agite banderas. La orden se gesta desde días anteriores al juego y se repite insistentemente, para obtener eso sí, resultados extraordinarios. La verdad: la tele (**Televisa, canal 2**) **logró totalmente su propósito, demostración absoluta de su influencia**. ¿no le parece?"

(Gustavo Rivera, Nov. 1 E)

ARTE Y CULTURA

Para entender la poesía.- El **Fondo de Cultura Económica** publica un ensayo de **Rachel Philipas**, cuya finalidad es la de desentrañar la labor poética de **Octavio Paz**, las imágenes y sus significados.

(Beatriz Luarte, Summa, 3 C)

FAMILIA ARTÍSTICA

Humberto Elizondo.- Por primera vez durante décadas, la ANDA no estará representada por su líder en la **Cámara de Diputados**, pues el **rehusar** Humberto Elizondo jugar en la política **rompió la cadena que formaron Rodolfo Landa, Jaime Fernández, David Reynoso, Ignacio López Tarso y Julio Alemán**.

(Manuel Pallares, Ref. 6 D)

Sociedad de Autores y Compositores de Música.-**Concluyó** con una velada bohemia el primer Congreso Iberoamericano de Derechos de Autor.

(Abel Avilés, Ene. 1 E)

*Para mayor información consulte al **SI, Sistema de Información***



INTERNACIONAL

- [E] Elecciones en Brasil
- [E] Francia. alianzas políticas
- [E] Acuerdo comercial de EU-Japón

NACIONAL

- Desafuero a Muñoz Rocha
- EZLN y EIRS. guerra
- Ma. de los Ángeles al PRI

ECONOMÍA Y FINANZAS

- Crecimiento del 2.55%; CCE
- El "Paquete anticrisis"
- BMV. penúltimo lugar

SEGUIMIENTO ESPECIAL:

TELEVISA. Dicen que los medios de comunicación deben ser regulados por un organismo independiente para ser competitivos.

RUIZ MASSIEU. Intereses políticos, personales y narcotráfico.

CHIAPAS. Violencia entre evangelistas y católicos. ¿De conflicto militar a religioso?

SECUESTROS. Una historia interminable, ahora nuevamente en Chiapas .

CONTENIDO:

Lo más relevante	2
Proceso Electoral	3
Conflicto en Chiapas	6
Economía	10
Finanzas	11
Internacional	13
Columnas	14
Noticieros	18

EL MÁS RELEVANTE

José Francisco Ruiz Massieu fue **asesinado** por instrucciones del diputado priista **Manuel Muñoz Rocha**, según confesaron dos de sus cómplices. **Jorge Rodríguez González** explicó, frente a la rejilla de prácticas, que el móvil del homicidio fue político, ya que Muñoz Rocha, aún presidente de la Comisión de Diputados, se oponía a las reformas que Ruiz Massieu tenía proyectadas como virtual coordinador de la bancada mayoría parlamentaria. Trascendió que **Jesús Sánchez**, quien corroboró las versiones de Jorge Rodríguez, cuenta con antecedentes penales por la comisión de los dos asesinatos, y que en el pasado se desempeñó como guardaespaldas del senador por Veracruz, **Miguel Alemán Velasco**, según información del economista.

(Alberto Lozano, El Eco, 53)

México y el Banco de Mundial firmaron **créditos** por **700 millones de dólares**, **500 millones** para proyectos en comunidades rurales e indígenas de los ocho estados más pobres del país y **200 millones** para ampliar la cobertura y el servicio de limpia pública municipal a nivel nacional.

(Rossana Fuentes Berain, Ref. 43 A)

El **IPC** de la Bolsa baja 11.41 puntos para situarse en 2,746.11 unidades. El **Dow Jones** sube 11.44 para ubicarse en 3,843.19; mientras, el **Nikkei** gana 51.31 y cierra en 19,563.81

La **Bolsa Mexicana de Valores** bajó en el penúltimo sitio, con una pérdida de **4%** en dólares, luego de tres semanas entre los primeros cinco lugares de rentabilidad, reportó la firma **Goman Sachs and Co.**

(El Eco, 19)

En un informe "confidencial" del **Instituto Internacional de Finanzas**, sobre México, se asegura que la nueva administración deberá aclarar pronto su **política económica** para permitir que la prima de riesgo en intereses domésticos baje y se puedan satisfacer los ambiciosos planes de **Ernesto Zedillo**.

(Rossana Fuentes, Ref. 1)

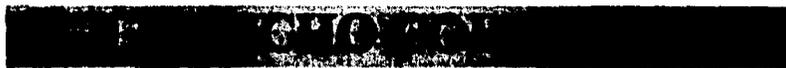


El SI recomienda la edición especial de la obra

El SI recomienda la edición especial de la obra

El SI recomienda la edición especial de la obra

El SI recomienda la edición especial de la obra



**EL UNIVERSAL
EXCÉLSIOR
LA JORNADA
REFORMA
EL FINANCIERO
EL ECONOMISTA
SUMMA
EL NACIONAL
UNO MÁS UNO
EL HERALDO
NOVEDADES
EL PAÍS**

Urge una reforma a fondo en la procuración de justicia
Solicita la PGR el desafuero del diputado Muñoz Rocha
Hay una lista de muerte de políticos, revelan
Pide protección a la PGR
Estabilidad en la transición
No se darán garantías adicionales al capital extranjero
Versiones encontradas sobre la detención del asesino
Muñoz Rocha ordenó asesinar a Ruiz M.
Muñoz rocha, autor intelectual
Impedir reformas políticas, motivo del crimen: PGR
Muñoz Rocha es el autor intelectual
González se enfrenta al pulso entre guerrillas y renovadores

LA FRASE

"La Ley no tiene el poder de hacer la democracia; pero lo tiene absoluto para impedirla".

Emilio Rabasa

La Constitución y la dictadura (1912)

El **SI** recomienda la edición especial de la revista **Líderes** sobre la vida, obra y pensamiento del presidente **Carlos Salinas de Gortari**.



ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO

El nuevo embajador de **Panamá** en México, **Nilis Castro**, dijo que el presidente **Carlos Salinas de Gortari**, tiene **buenas oportunidades** de ganar la dirigencia de la Organización Mundial de Comercio, a pesar de los hechos ocurridos en los últimos días, y agregó que en los próximos años habrá oportunidades de inversión mexicana en su país, una vez que el Canal de Panamá pase a ser propiedad por entero de los panameños.

(Ma de Alva, Ref. 18 A)

- **CUAUHTÉMOC CÁRDENAS** (PRD) dijo, durante el mitin en el Zócalo con motivo del 26 aniversario del 2 de octubre, que el gobierno arregla sus problemas internos a balazos y protegiendo la impunidad de los delincuentes

(Vianey Esquina, Ref. 4 A).

PARTIDOS POLÍTICOS

La **transición de poderes** que se dará en las próximas semanas cuando finalice la administración de **Carlos Salinas**, no se verá afectada por los hechos violentos que han sucedido en el país, aseguró el presidente del Comité Ejecutivo Nacional del PAN, **Carlos Castillo Peraza**.

(Elizabeth Muñoz, El Fin. 80)

Luego de versiones en el sentido, primero, de que **Esteban Moctezuma Barragán** sería el nuevo secretario general del CEN del PRI, y más tarde de que **María de los Ángeles Moreno** ocuparía el cargo acéfalo tras el asesinato de Massieu, hoy se realizará la reunión del **Consejo Político Nacional** en que se prevé la decisión final al respecto. (El Fin. 79)

OBSERVADORES INTERNACIONALES

La **Delegación del Centro Carter** dieron un reporte electoral previó y analizarán irregularidades. Atribuyen la abundante participación en las elecciones a las reformas electorales.
(De Alva e Iñzar, Ref. 7 A)

ESTADOS

- ☆ En medio de impugnaciones, el **PRD** renovó la mitad de su dirigencia en el Distrito Federal.
(Javier Rodríguez, El Fin. 81)
- ☆ No participará en la elección, en San Luis Potosí, municipal el **Frente Cívico Potosino**.
(Gloria Serrato, El Fin. 81)
- ☆ Iniciará el **PRI** de **Jalisco** cambios en su dirigencia.
(Alberto Osorio, El Fin. 81)
- ☆ Renuncian al **PRI** cuatro mil militantes en **Tlacotalpan, Veracruz**.
(Marissa Sánchez, El Fin. 79)
- ☆ El **PRD** no aceptará un fraude más, en **Villahermosa, Tabasco**, advierte López Obrador.
(Rodulfo Reyes, El Fin. 809)

LOS INTELLECTUALES Y EL PODER

VIVIR EN LA LEY por F. Aguilar

*"Hay una seria **advertencia** a los partidos políticos que tienen bajo su responsabilidad echar a andar al **gobierno democrático**. Así como su intransigencia injustificada y quisquillosa impide el **acuerdo político de fondo**, que hoy más que nunca necesitamos, así también su entendimiento y acuerdo motivará a todos a cerrar el paso a los que hoy se atreven a desafiar al estado y golpear a sus mejores hombres. No hay estado pleno sin monopolio de la **coacción y la violencia** está hoy **desparramada**. Como tampoco sin leyes, para poner punto final al sistema de arreglos, sobornos e impugnidades que ha creado los monstruos que hoy padecemos".* (Exc. 10 A)

MEDIOS DE COMUNICACIÓN**Balance del proceso electoral**

*"En cuanto a los **medios electrónicos** de comunicación cabe hacer dos señalamientos. El primero es que la respuesta a la **demand** de la oposición sobre la **cobertura equitativa** de estos medios a sus campañas no sólo no fue satisfactoria sino que, según los propios partidos, les afectó. Por ello esta materia deberá incluirse en la **próxima reforma** si es que se aspira a establecer condiciones de **competencia equitativas**. Una propuesta para avanzar en esa dirección es eliminar la regulación que ejerce el gobierno sobre éstos y dejarla a un organismo independiente e imparcial.*

(Castro y Villavicencio, Enfoque, 2 de octubre, pág. 23)

CONFLICTO EN CHIAPAS**DÍA 275****CONFLICTO**

- Fuerzas policíacas desocuparían Liquidámbar. Hoy podría hacer crisis el **Conflicto Agrario en Chiapas**; alertan sobre desalojos violentos.
(Francisco Gómez, El Fin. 74)
- Conatos de violencia en distintos lugares. Evangelistas y católicos, en pie de guerra en **San Juan Chamula**.
(Amalia Avendaño, El fin. 74)
- Durante la detención se oyeron tiros: trataron de obstruir a helicóptero oficial. Presentan a 4 presuntos **asesinos de evangélicos**. Gran despliegue de agentes policíacos: los aprehendidos niegan relación con los hechos.
(Roberto Garduño, La Jor. 59)
- El **Ejército Insurgente Revolucionario** del Sureste difundió un comunicado en el que advierte que habrá **guerra** si no se respeta la decisión popular en México.
(Ref. 6 A)

NEGOCIACIONES

El mediador en el conflicto chiapaneco, **Samuel Ruiz**, afirmó que el **diálogo** entre el gobierno y el EZLN **no se ha reanudado** debido al *impasse* generado por la transición de poderes federales y estatales. (Henriquez, La Jor. 12)

EZLN

El **EZLN** acusó al **grupo en el poder** de volver a recurrir al asesinato político y **censuró** a la **Iglesia Católica** por haberse puesto del lado de los poderosos, de la imposición de la intolerancia, de la guerra.
(Ref. 6 A)

IGLESIA

El obispo **Felipe Aguirre Franco**, obispo de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, advirtió que el endurecimiento político y la congelación del diálogo para la paz entre el gobierno mexicano y el **EZLN** podría conllevar a reanudar la **guerra**. "El grupo en el poder reitera su incapacidad para resolver sus diferencias internas por medio del diálogo y vuelve a recurrir al asesinato político. Todas las mentiras sobre un supuesto proceso electoral limpio y una votación por la paz, salen a la luz con este crimen", señala. (Daniel Pensamiento, Ref. 6 A)

SECUESTROS

Un grupo de desconocidos fuertemente armados secuestró al ganadero **Reynaldo Espinosa González**, y a un menor identificado sólo como *Chon*, al tiempo que familiares del también ganadero **Porfirio Jimenez Meza** -plagiado el 28 de septiembre- informaron que sus captores solicitan un **millón 800 mil nuevos pesos** por su rescate. (La Jor. 15)

NARCOTRÁFICO

Como parte del denominado **Plan Cabra**, las autoridades financieras mexicanas entregaron a la **Red para Persecución de Delitos Financieros de EU**, las primeras cifras de ocho intermediarios sospechosos de realizar operaciones de lavado de dinero, la mayoría de ellos casas de cambio ubicadas en la frontera norte, de acuerdo con información proporcionada a *El Financiero* por funcionarios del sector.

(Georgina Horward, El Fin. 56)

Agentes de la Procuraduría General de la República (PGR) intensificaron en **Monterrey, Nuevo León**, la búsqueda del narcotraficante **Juan García Ábrego**, considerado el cerebro del **cártel del Golfo** y que según versiones del ex asesor de la dependencia federal **Eduardo Valle**, cambió a esta entidad su centro de operaciones.

(David Carrizales, La Jor. 7)

La **Patrulla Fronteriza** de Laredo, Texas, incrementó los **decomisos** de droga en este año a 943 casos, que equivalen a más de **90 millones de dólares**.

(Calderón y Sánchez, Ref. 17 A)

ASESINATO DE RUIZ MASSIEU

DÍA 5

INVESTIGACIONES

- **Muñoz Rocha** presunto autor intelectual del atentado, de los primeros en pedir castigo ejemplar para asesinos.
(Jorge Teherán, El Eco. 54)
- Durante meses se **preparó Daniel Aguilar Treviño** para disparar contra Ruiz Massieu, concluyen policías.
(Carlos Velázquez, El Eco. 55)
- Versión de la hermana de Carlos Ángel Cantú. El presunto homicida trabajó para **Rodríguez González** en Tamaulipas. (Jesús Aranda, La Jor. 5)

- 2 Presunto autor intelectual del crimen. **Muñoz Rocha** se convirtió en los últimos años en **próspero ganadero**. Creció políticamente con el ex gobernador Enrique Cárdenas.
(Ilesis Aranda, La Jor. 7)

- 2 El exdirigente petrolero **Joaquín Hernández Galicia, La Quina**, **rechazó estar involucrado** en el homicidio de Ruiz Massieu, en una entrevista publicada en el periódico *El Diario* de Tampico. (Gabriela Hernández, Ref. 3 A)

- 2 **Abraham Rubio Canales**, señalado como probable coautor intelectual del asesinato de Ruiz Massieu dijo que **no hará declaraciones** hasta que termine la investigación sobre el caso.
(Macías y Flores, Ref. 3 A)

- 2 La presidenta de la Gran Comisión de la Cámara de Diputados, **María de los Ángeles Moreno**, aseguró que **ningún otro diputado priísta** está **involucrado** en el caso del asesinato en contra de Ruiz Massieu.
(Rodolfo Montes, Ref. 4 A)

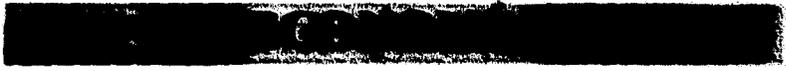
HIPÓTESIS

Existe una **lista de personas importantes que deben morir** porque están impulsando reformas políticas y administrativas que no convienen a los intereses del diputado priísta **Manual Muñoz Rocha** y otras personas, afirmó en su declaración ministerial **Jorge Rodríguez González**, presunto implicado en el asesinato de Ruiz Massieu. (Rodríguez y Benegas, La Jor. 1 y 8)

La **hipótesis** de que Ruiz Massieu fue asesinado en **represalia** por las acciones que ha emprendido su hermano **Mario** subprocurador general de la República, contra el **cártel del Golfo**, empezó a cobrar fuerza según revelaron fuentes gubernamentales cercanas a la investigación. (Rodríguez y Benegas, La Jor. 1 y 6)

PROCESO LEGAL

La Procuraduría General de la Federación (PGF) presentó ante la Tercera Comisión de la Cámara de Diputados la solicitud de exoneración del director de FE, Manuel Martín Krebs, a fin de que pueda mantenerse activo para el SECEFA, así como su presunta responsabilidad en el homicidio de quien fue su compañero de partido, Juan Villaseca.



ECONOMÍA

El **gobierno mexicano** concretó con la comunidad financiera internacional créditos emergentes hasta por **diez mil millones de dólares** adicionales a los siete millones que se formalizaron con los gobiernos de EU y Canadá luego del asesinato de Calvo. La totalidad de estos recursos, que se integran a un "Paquete Antiferis", no será desembocada en forma inmediata sino que constituye una garantía para que la transición de gobierno se desarrolle sin sobresaltos financieros, pues solamente podrá emplear para hacer frente a una eventual oleada especulativa.

(Gustavo Lomelín, EFN, D)

El **Consejo Coordinador Empresarial** no vislumbra vaivenes en la política económica, a pesar de las desgracias de los últimos meses y por el contrario considera que existe **solidez** la cual permitirá un crecimiento del 2.55 para 1995 y 1996, proyectó **Luis Germán Cárcoba** presidente del organismo.

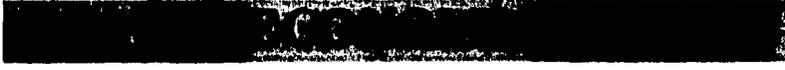
(Felipe Gascón, Ref. 33A)

Las **perspectivas económicas de México** son las mejores que haya presentado en décadas, pero debe desarrollar la agudeza suficiente para evitar que "incidentes desestabilizadores" impacten más allá del corto plazo, aseguró **Lloyd Bensten**.

(Andrea Umbeo, EFN, D)

PROCESO LEGAL

La Procuraduría General de la República (**PGR**) presentó ante la Gran Comisión de la **Cámara de Diputados** la solicitud oficial de desafuero del diputado del PRI **Manuel Muñoz Rocha**, a fin de que pueda ejercerse acción penal en su contra por su presunta responsabilidad en el homicidio de quien fuera su compañero de partido, Ruiz Massieu. (Venegas y Rodríguez, La Jor. 1 y 10)



ECONOMÍA

El **gobierno mexicano** concretó con la comunidad financiera internacional **créditos** emergentes hasta por **diez mil millones de dólares** adicionales a los siete millones que se formalizaron con los gobiernos de **EU y Canadá** luego del asesinato de Colosio. La totalidad de estos recursos, que se integran a un "**Paquete Anticrisis**", no será desembocada en forma inmediata sino que constituye una garantía para que la transición de gobierno se desarrolle sin sobresaltos financieros, pues solamente podrá emplear para hacer frente a una eventual oleada especulativa.

(Gustavo Lomelín, El Fin. 1)

El **Consejo Coordinador Empresarial** no vislumbra vaivenes en la política económica, a pesar de las desgracias de los últimos meses y por el contrario considera que existe **solidez** la cual permitirá un crecimiento del 2.55 para 1995 y 1996, proyectó **Luis Germán Cárcoba** presidente del organismo.

(Felipe Gascón, Ref. 33A)

Las **perspectivas económicas de México** son las mejores que haya presentado en décadas, pero debe desarrollar la agudeza suficiente para evitar que "incidentes desestabilizadores" impacten más allá del corto plazo, aseguró **Loyd Bensten**.

(Andrea Ornelas, El Eco. 13)

CASO HAVRE

Las filiales del **Grupo Financiero Havre**, obtuvieron recursos de **Nafin**, a través de mecanismos fraudulentos que lograron aprovechar los caminos normales de financiamiento y evadir los lineamientos de control y supervisión instrumentados por el **banco de desarrollo**. (Ref. 38 A)



Las buenas noticias son que los flujos de **capital foráneo** a México se mantienen, las malas que la volatilidad continuará y para hacerle frente, entre otras cosas, habría que pensar en **ajustar al peso**, que se ha apreciado en 39% desde 1987, aseguraron. El Grupo de los **30**, una institución de estudios financieros con sede en Washington en la que participa el secretario de Hacienda, **Pedro Aspe**, bajo la presencia de Paul Volcker, el ex gobernador de la Reserva Federal, su colega todavía en funciones Generald Corrigan (Nueva York), el presidente del Bundesbank y varios importantes banqueros privados más, sostuvo en un estudio dado a conocer que "hay signos de **recuperación** en los flujos (hacia Latinoamérica) y si la reforma estructural continúa los grandes flujos deberán reformar".

(Rossana Fuentes, Ref. 30 A)

Ricardo Dájer, de la Asociación Nacional de Uniones de Crédito, dijo que la nueva normatividad aplicada por **Nafin** a estas intermediarias acarrea retrasos en la operatividad y en la fluidez de los créditos. Las modificaciones que hizo Nafin sólo generan **incertidumbre y volatilidad**, cuando se necesita apoyar la recuperación.
(Ref. 29 A)

La **economía** en lo que resta del año impulsada por la inversión privada y pública pero al costo de un aumento en el **déficit fiscal** y del potencial de elevar el déficit de cuenta corriente al nivel histórico de **8.2%** del PIB en **1995**, dice un análisis de Morgan Guaranty Trust.
(Carmen Álvarez, Ref. 29 A)

Además de las **12 arrendadoras** que presentaron a la **Secretaría de Hacienda** su solicitud formal para operar en México, instituciones de **EU, Europa y Japón** han manifestado su interés en concretar alianzas estratégicas con entidades mexicanas, informó **Federico Rodríguez**, presidente de la Asociación Mexicana de Arrendadoras Financieras (**AMAF**).
(Mayela Vázquez, Ref. 37 A)

INFORMACIÓN FINANCIERA**TIPOS DE CAMBIO**

S UNIDAD	COMPRA	VENTA
Dólar Libre	NS 3.0562	3.4392
Dólar Intercambiarlo	NS 3.3930	3.3980
Dólar Canadiense	NS 2.5130	2.5478
Franco Francés	NS 0.6396	0.6466
Franco Suizo	NS 2.6296	2.6670
Libra Esterlina	NS 5.3379	5.3968
Marco Alemán	NS 2.1816	2.2074
Yen Japonés	NS 0.0342	0.0348

METALES

S UNIDAD	COMPRA	VENTA
Centenario	NS 1.640.00	1.665.00
Aztecas	NS 660.00	672.00
Hidalgos	NS 330.00	340.00
Oro N.Y. (onza)		395.35
Onza Troy N.Y.	Plata	5.5900
Onza Troy mex.	NS 15.00	0.00

TASAS DE INTERÉS

	% Hoy
Tasa Interbancaria (Mex)	17.7620
CPP (Mex)	16.73
Libor 3 meses (Londres)	5.25
Prime rate (EU)	7.75
Ceres 28 días	13.15
Cetes 91 días	13.10
Tesobonos (91 días)	6.79
Pagafes (28 días)	0

BOLSA DE VALORES

Al cierre del noveno mes del año, las **divisas internacionales** obtuvieron los **mayores rendimientos** acumulados del año, en base a una muestra de 31 instrumentos de inversión elaborada con datos de la **Bolsa Mexicana de Valores**. El **franco suizo** se levantó como la mejor alternativa para los inversionistas, con un rendimiento en pesos de 26.3% y rendimientos en dólares de 15.1%.

(Sandra Adriana, Ref. 42 A)



POLÍTICA INTERNACIONAL

El primer ministro francés, **Edouard Balladur**, deseoso de facilitar alianzas políticas claves antes de una posible dictadura presidencial, mezcló la firmeza con la indulgencia al enfrentar las investigaciones por **corrupción** que amenazan a tres de sus ministros.
(Reuter, El Eco. 6)

Varias patrullas de **soldados norteamericanos** recorrieron esta capital hoy en busca de armas, tras haber hallado centenares en un centro de entrenamiento de las fuerzas paramilitares, y mil más en un puesto fronterizo.
(AP, Reuter, Notimex, El Eco. 2)

El Partido Demócrata, que controla la **Casa Blanca** y el **Congreso**, encara en los Comicios Legislativos del próximo 8 de noviembre el mayor reto de su historia reciente, con el riesgo de perder la mayoría en el Senado.
(Notimex, El Eco. 2)

El ex ministro brasileño de Hacienda, **Fernando Henrique Cardoso**, podrá elegirse presidente de **Brasil**, sin necesidad de un segundo turno electoral, gracias a que redujo la inflación con su plan de ajuste económico y en momentos en que se prevé que ésta pueda volver a subir lentamente.
(El Fin. 53)

En su más grande manifestación masiva desde los sucesos de **octubre de 1993**, la oposición a **Boris Yelín** se pronunció por la unidad de todas sus fracciones y por el adelanto de las elecciones de presidente del país.
(El Fin 90)

Las autoridades de la **India** hicieron una **campana** de exterminio de ratas y moscas para impedir que continúe la propagación de la **peste neumónica**, informaron fuentes locales.
(El Fin. 71)

ECONOMÍA INTERNACIONAL

El sector electrónico de **EU** manifestó su satisfacción por el acuerdo parcial entre **Tokio y Washington** alcanzando en la víspera, que evitó una guerra comercial entre las dos superpotencias económicas.

(Notimex, El Eco. 2)

Mientras unas **tres mil personas** se manifestaron en Madrid contra la política del **Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial**, por considerarlos responsables parciales del hambre en el mundo, en la asamblea anual que celebran ambos organismos, las potencias económicas se rehusaron a acceder a las demandas de las naciones pobres, para aumentar sustancialmente la ayuda que apuntale sus economías. (Agencias, La Jor. 48)

***ESTADOS UNIDOS***

El ahorro privado en EU se ubicó en 4.4% durante el periodo enero-agosto, lo cual significa una reducción de 0.64 puntos porcentuales, comparada con el mismo periodo del año anterior.

(Erika García, El Fin. 1)

COLUMNAS***COLUMNAS FINANCIERAS*****DESDE EL PISO DE REMATES**

Maricarmen Cortés

- Confirmado, José Madariaga a la AMB
- Legorreta, las razones de Inverlat
- Bancomer, tres nuevos fondos Nafta

(Excelsior, 1F)

NOMBRES, NOMBRES Y ... NOMBRES*Alberto Aguilar*

- Acusan a los Arrangoiz de negociar al mismo tiempo con dos grupos la venta de Gayosso, los mexicanos argumentan que Loewen perdió sus derechos.
- Fallan en EU contra López Castro en su disputa con Westin; definirán agenda comité de bancos y De Prevoisin.
- Planea Inverlat colocar a fin de año en NY; Legorreta; Femsa aumentó este viernes el precio de sus refrescos.

(Reforma, 31A)

EMPRESA*Alberto Barranco Chavarria*

- Otro caso de avidez

"Detrás del enésimo escándalo de la temporada, que envuelve en su rojo (¿o habría que decir amarillo?) manto ahora a Mexicana de Aviación y Aeroméxico, hay otro caso para los estudiosos de la psique empresarial. El desastre que hoy sienta en el filo de la quiebra a ambas líneas aéreas nace y crece en el momento justo en que la segunda adquiere en el primera".

(Reforma, 34A)

HOMBRES DE NOMBRE*David Páramo*

- ¿Tiene la culpa el gobierno de la situación de Aeroméxico y Mexicana de Aviación?
- Ahora resulta que High Life está en venta y a precios de última oportunidad.
- El dolo empleado por los Madero para defraudar es comparable al de los Mariscal.

(El Economista, 9)

MESA DE NEGOCIOS*Herminio Rebollo Pinal*

- Inverlat separa banco y casa de bolsa
- Cemex-American Express-Aerovías-Electrónica

(El Financiero, 16)

CORPORATIVO*Dario Celis Estrada*

- VW baja techo de compras a proveedores mexicanos
- Riesgo de quiebras: López de Arriotua, inflexible

(El Financiero, 18)

QUINTA COLUMNA

Carlos Velasco Molina

- Pesado lastre para el sistema
- Ruiz Massieu y los fortuitos
- ¿Ministro de culta para Chiapas.?

(Summa. 1)

ENGRANE

Adrián Trejo

- Bancarios: trabajadores guadalupanos
- Tercera ratificación de un Paeto
- Se renuevan IMSS e ISSSTE

(El Economista. 8)

COLUMNAS POLÍTICAS

INDICADOR POLÍTICO

Carlos Ramirez

- Priistas: "si nos dejan"
- Colosio, JFRM y el dedazo

"Ahora Zedillo se ha **comprometido** a reformar al **PRI** y ahora que el **PRI** se ha **sacudido** con el asesinato de su candidato presidencial y de su secretario general, las **sombras** de la XIV asamblea nacional priista vuelven a danzar en las paredes cuarteadas de un partido que paradójicamente **ganó** las elecciones pero **perdió** la lucha política contra una sociedad que **condena** el asesinato político partido-gobierno. Los priistas **saben** con perfecta claridad política que la modernización priista que inició Zedillo debe de **asumir** los avances internos logrados en la XIV asamblea organizada por Colosio". "La **clave** de la **verdadera** reforma priista estará en **un** solo punto: una reforma priista para el **gobierno** o para el **PRI**." (E)

(Financiero. 75)

PULSO POLÍTICO

Francisco Cárdenas Cruz

- Ealy Ortiz: no, al asesinato político
- Muñoz Rocha, el autor intelectual: PGR
- Solicitaron el desafuero de ese diputado

(El Universal. 1)

FRENTES POLÍTICOS*Aurora Berdejo*

- Intereses políticos, personales y de narcos en el caso Ruiz Massieu
- Ninguna duda de que se aprobará el desafuero de Muñoz Rocha
- La Iglesia, atenta al cumplimiento de las promesas de E. Zedillo.

*(Excelsior, 1)***PLAZA PÚBLICA***Miguel Ángel Granados Chapa*

- Ruiz Massieu: ideas a tiempo

"Al mismo tiempo que un operador político, el asesinado secretario general del PRI estudió con amplitud ciertos temas jurídicos y políticos, a los que dedicó muchas horas y no pocas páginas. En esta descripción de su trabajo intelectual, se enlista la mayor parte de sus obras y el talante con que fueron pasadas". "Entre las personas a las que Ruiz Massieu dedicó sus libros, se encuentran sus hijas Claudia y Daniela, los presidentes Carlos Salinas y Miguel de la Madrid, sus amigos Fernando Elías Calles, José Gamas Torruco, Genaro Borrego y José Patrocinio Blanco Garrido y el "líder mexicano" Jesús Silva-Herzog F". *(Reforma, 7A)*

EN PRIVADO*Joaquín López Dóriga*

- Los grupos de poder tamaulipecos y el crimen
- El desafuero y la junta de ayer en Los Pinos
- María de los Ángeles a la secretaría general

(El Heraldo, 1A)



Viernes 30 de septiembre, 1994

24 HORAS

Conductor: Jacobo Zabudovsky

1. Manuel Aguilera Gómez, jefe del Departamento del Distrito Federal, asegura que el asesinato de Francisco Ruiz Massieu fue una vendeta. Dice que el crimen está vinculado más con la moral política que con la seguridad colectiva.
2. Jorge Carpizo, secretario de Gobernación, asegura que el gobierno está comprometido a realizar una buena investigación del asesinato de Ruiz Massieu. Advierte que dentro de nuestras diversidades debemos estar unidos por el bien de la República.
3. El presidente, Carlos Salinas de Gortari, dice en Iztapa que habrá firmeza en el castigo a los responsables y agrega el asesinato de Ruiz Massieu lastima pero no nos abate. Reitera que la transición de poderes será ordenada.
4. Ernesto Zedillo, candidato triunfante a la presidencia de la República, hace un llamado a todos los partidos y fuerzas políticas de México para integrar un frente unido contra la violencia.
5. Humberto Roque Villanueva, coordinador de los presuntos diputados priistas dice que aunque son irreparables las pérdidas de distinguidos priistas la cartera de cuadros del PRI es muy rica.
6. En tormentosa sesión del Congreso de Ecuador destituye al ministro de relaciones exteriores Diego Paredes. Lo acusan de manejar en forma errática la política exterior ecuatoriana.

HECHOS

Conductor: Javier Alatorre

1. Nuevos y muy reveladores resultados de la investigación en torno al asesinato de José Francisco Ruiz Massieu, hay al aparecer más de un Diputado Federal involucrados en el crimen.
2. ¿Cuál es la pena que se pidió hoy contra el asesino de Don Luis Donaldo Colosio?
3. En la historia de hoy la investigación de TV Azteca en la Habana. Le diremos que piensan los Cubanos de su sistema de gobierno.

PUNTO POR PUNTO

Conductores: Ramón Fregoso y Jesús Díaz

1. La fiscalía especial para el caso Colosio presenta sus conclusiones acusatorias. Pide que Mario Aburto Martínez sea sentenciado por los delitos de homicidio calificado con premeditación, alevosía y ventaja y por portación de arma de fuego sin licencia. Pide que se aplique una pena máxima de 50 años de prisión.
2. Mientras en el caso Ruiz Massieu se confirma que unos de los cómplices del homicida sí trabaja en la Comisión de Asuntos Hidráulicos en la Cámara de Diputados.
3. Daniel Aguilar Treviño, confeso asesino de José Francisco Ruiz Massieu es consignado en el juzgado once en material penal con sede en el Reclusorio Sur de México.
4. Los diputados electos del PRI designan por unanimidad a Humberto Roque Villanueva como subcoordinador para los trabajos previos de la 56 legislatura, en sustitución de Ruiz Massieu.
5. Jorge Carpizo, el Secretario de Gobernación, afirma en Chihuahua que habrá una buena investigación y que se aplicará la ley.

3.1.6. Distribución de las síntesis: ¿Quiénes las recibían?

NOMBRE	PUESTO
1. Azcárraga Milmo Emilio	Presidente del Grupo Televisa
2. Cañedo Whrite Guillermo	Vicepresidente de Finanzas y Planeación Corporativa
3. Alemán Magnani Miguel	Vicepresidente de Imagen Corporativa
4. Arteaga Carlera Maximiliano	Vicepresidente Administrativo San Angel
5. Cañedo de la Barreta Guillermo	Vicepresidente Jurídico
6. De Llano Macedo Luis	Vicepresidente de Programación Musical
7. Díez Barroso	Vicepresidente de Noticiarios y Eventos Especiales
8. Murguía Orozco Jorge Eduardo	Vicepresidente de Producción San Angel
9. Resendiz Contreras Rafael	Vicepresidente de Información y Comunicación Política
10. Burillo Azcárraga Alejandro	Vicepresidente Ejecutivo del Grupo
11. Azcárraga Jean Milmo	Vicepresidente de Programación
12. Azcárraga Jean Emilio	Vicepresidente de Programación de Televisión
13. Murgia Jorge Eduardo	Vicepresidente Administrativo en San Ángel
14. Compeán Palacios Justino	Presidente de <i>Morning Glory Productions</i>
15. Díez Barroso Jorge Vargas	Vicepresidente de Planeación y Desarrollo de Noticiarios y Eventos Especiales
16. Casados René	Director del SI

La lista anterior corresponde solamente a 16 de las 32 personas en total que recibían las síntesis. Éstos nombres fueron recopilados de información confidencial, por ello no se tiene la lista completa. Sin embargo, lo anterior nos permite tener una muestra de a quiénes se les proporcionaba este servicio y que áreas representaban.

3.2. Análisis de la síntesis de economía, política y finanzas

Las dos primeras **hojas de presentación** incluían los siguientes apartados:

- **Agenda informativa**
- **Seguimiento especial**
- **Las ocho columnas**
- **La frase**

En la agenda informativa están los apartados de internacional, nacional y, economía y finanzas. Si observamos el orden jerárquico de aparición, resulta interesante poder notar que en primer lugar está la sección de Internacional, y le otorgan en segundo nivel los aspectos Nacionales.

La síntesis también abarca el aspecto político, en este sentido, no hay cuadro especial que nos indique, como las anteriores por lo que podría suponerse que en la información nacional deberán ser de carácter político.

Seguimiento especial:

El esquema de los temas preestablecido permitía, entre otras cosas, ordenar la información para mantener, a través de la lectura diaria, un seguimiento de los acontecimientos seleccionados.

Lo más relevante:

En este apartado se seleccionaban las tres notas más sobresalientes en las áreas de: economía, política y finanzas. Estas notas abarcaban más espacio que todas las que se pueden encontrar en el interior de la misma síntesis, lo cual provoca, además de un desequilibrio, en cuanto ser más extensas, debido al amplio espacio (siempre debían abarcar toda la primera hoja) un mayor tiempo para capturar la información y este apartado era llenado, regularmente al final de haber revisar toda la información, porque solamente de esta forma se podía determinar cuáles eran las tres notas sobresalientes de tres áreas específicas, sin embargo no deja de ser acertado incluir las tres notas más sobresalientes en los distintos sistemas, para tener un panorama amplio de lo que acontece en los mismos.

Encabezados de los diarios:

Este cuadro nos parece de suma importancia, porque, además de llevarse poco tiempo en su realización, aporta datos interesantes para después ser analizados y puedan aportar, entre otras cosas, un panorama mensual de las directrices del rumbo que está tomando nuestro país; de la inclinación de los temas de interés de cada diario o resaltando su tendencia o su perfil; o bien, de primera instancia, nos plantea un panorama general de los temas de mayor interés.

La frase:

La presencia de alguna cita o frase, dadas sus características propias, por lo regular motiva al lector en qué pensar, sin embargo, esta se seleccionaba de un libro de Citas y Frases Célebres, el cual verdaderamente es muy pobre, en cuanto al perfil de esta síntesis; en otras ocasiones, se seleccionaba de un frase de algún funcionario público, oración de alguna declaración trascendente, o bien, de alguna frase comentada por algún columnista o articulista, que pareciera interesante con el contenido de la misma, o con el tema que se estaba tratando la síntesis.

Interior de la Síntesis de Economía, Política, y Finanzas

Existen 7 secciones o apartados:

- I. Proceso Electoral
- II. Conflicto en Chiapas
- III. Inseguridad
- IV. Economía
- V. Internacional
- VI. Columnas
- VII. Noticieros

Cada sección con los siguientes apartados:

I. Proceso Electoral

1. Televisa
2. Presidente Salinas
 - 2.1. Organización Mundial de Comercio
 - 2.2. Presidente electo
3. Ernesto Zedillo
 - 3.1. Demandas a Zedillo
4. "Los primeros que se mencionan"
5. Rumor
6. Los ex candidatos:
 - 6.1. Diego Fernández de Cavemos
 - 6.2. Cuauhtémoc Cárdenas
7. Tribunal Federal Electoral
8. Instituto Federal Electoral
9. Secretaría de Gobernación

10. Partidos Políticos
 - 10.1. Reforma Política
11. Congreso de la Unión
12. Asamblea de Representantes del DF
13. Fiscalía Especial de Delitos Electorales
14. Comisión de la Verdad
15. Violencia electoral
16. Manifestaciones
17. Resistencia civil
18. Derechos humanos
19. Observadores nacionales
20. Observadores internacionales
21. Estados
22. Grupo San Ángel
23. Organismos no gubernamentales (ONG's)
24. Movimientos ciudadanos
25. Fuerzas Armadas
26. Iglesia
27. Empresarios
28. Los intelectuales y el poder
29. Interés Internacional
30. Medios de Comunicación
31. Prensa Internacional
32. Encuestas

II. Conflicto en Chiapas

33. Proceso electoral
34. Partidos políticos
35. Conflicto
36. Negociaciones
37. Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)
38. Ejército
39. Gobierno
40. Iglesia

III. Inseguridad

- 41. Secuestros
- 42. Violencia
- 43. Guerrilla
- 44. Terrorismo
- 45. Narcotráfico
- 46. Tráfico de armas
- 47. Accidentes
- 48. Asesinato de Colosio
 - 48.1. Investigaciones
 - 48.2. Hipótesis
 - 48.3. Proceso legal
 - 48.4. Repercusiones
- 49. Asesinato de Ruiz Massieu
 - 49.1. Investigaciones
 - 49.2. Hipótesis
 - 49.3. Proceso legal
 - 49.4. Repercusiones
- 50. Asesinato Posadas
 - 50.1. Investigaciones
 - 50.2. Hipótesis
 - 50.3. Proceso legal
 - 50.4. Repercusiones

IV. Economía

- 51. Negocios
- 52. Corrupción y fraude
- 53. Comercio
- 54. Comercio y finanzas
- 55. Finanzas
- 56. Bolsa de Valores
- 57. Planeación estratégica
- 58. Análisis

V. Internacional

- 59. Política internacional
- 60. Economía internacional
- 61. Estados Unidos
- 62. De interés
- 63. Ecología

(La lista de los temas responde al orden de aparición en la síntesis).

Total de apartados: 63

Por tanto nuestro **universo de temas es de 63**, de los cuales los encontramos distribuidos de la siguiente forma:

Áreas:

I. Económico:

- 51. Negocios
- 52. Corrupción y fraude
- 53. Comercio
- 54. Comercio y finanzas
- 55. Finanzas
- 56. Bolsa de Valores
- 57. Planeación estratégica
- 58. Análisis
- 60. Economía Internacional

Total: 9

II. Político:

- 2. Presidente Salinas
 - 2.1. OMC (*)
 - 2.2. Presidente electo
- 3. Ernesto Zedillo
 - 3.1. Demandas a Zedillo
- 4. "Los primeros que se mencionan"
- 5. Rumor
- 6. Los ex candidatos:
 - 6.1. Diego Fernández de Cevallos
 - 6.2. Cuauhtémoc Cárdenas
- 7. Tribunal Federal Electoral
- 8. Instituto Federal Electoral
- 9. Secretaría de Gobernación
- 10. Partidos Políticos
 - 10.1. Reforma Política
- 11. Congreso de la Unión
- 12. Asamblea de representantes
- 13. Fiscalía Especial de Delitos Electorales
- 14. Comisión de la verdad
- 15. Violencia electoral

19. Observadores nacionales
20. Observadores internacionales
21. Estados
22. Grupo San Ángel
23. Organismos no gubernamentales
25. Fuerzas Armadas
26. Iglesia
27. Empresarios
28. Los intelectuales y el poder
29. Interés Internacional
31. Prensa Internacional
32. Encuestas
33. Proceso electoral
34. Partidos políticos
35. Conflicto
36. Negociaciones
37. Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)
38. Ejército Mexicano
39. Gobierno
40. Iglesia
59. Política Internacional
61. Estados Unidos

Total: 36

III. Social:

16. Manifestaciones
17. Resistencia Civil
18. Derechos Humanos
24. Movimientos ciudadanos
41. Secuestros
42. Violencia
43. Guerrilla
44. Terrorismo
45. Narcotráfico
46. Tráfico de armas
47. Accidentes

- 48. Asesinato de Colosio
 - 48.1. Investigaciones
 - 48.2. Hipótesis
 - 48.3. Proceso legal
 - 48.4. Repercusiones
- 49. Asesinato de Ruiz Massieu
 - 48.1. Investigaciones
 - 48.2. Hipótesis
 - 48.3. Proceso legal
 - 48.4. Repercusiones
- 50. Asesinato del cardenal Posadas
 - 48.1. Investigaciones
 - 48.2. Hipótesis
 - 48.3. Proceso legal
 - 48.4. Repercusiones

Total: 14

IV. Cultural

- 62. De interés
- 63. Ecología

Total: 2

V. Comunicativo:

- 1. Televisa
- 30. Medios de Comunicación

Total: 2

El siguiente cuadro nos muestra el total de temas y el área al cual pertenecen o hacen referencia:

AREA	Frecuencia	Porcentaje (%)
Político	36	57
Social	14	23
Económico	9	14
Comunicativo	2	3
Cultural	2	3
Total	63	100

Lectura:

El área de política es la que mayor número de temas se incluye el contenido de la Síntesis de Economía Política y Finanzas con un 37 %. Le sigue el área social, con casi una cuarta parte del total al registrar 23%; el aspecto económico ocupa un 14% y empatados están el aspecto cultural y el comunicativo con 3%, cada uno.

De estos temas tenemos la subdivisión de apartados:

Secciones	Frecuencia de apartados	Porcentaje (%)
. . Proceso electoral	32	51
. . Conflicto en Chiapas	8	13
. . Inseguridad	10	15
. . Economía	8	13
. . Internacional	5	8
TOTAL	63	100

Lectura: En el cuadro se observa que la sección de Proceso Electoral, con un total de 32 apartados ocupa el 51% del contenido total de la síntesis de Economía, Política y Finanzas; Inseguridad ocupa un 15%; Conflicto en Chiapas y Economía registran un porcentaje similar de 13%; por último el apartado de internacional ocupa un 8%.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Lo anterior podemos separarlos en categorías de hechos, que nos indican los acontecimientos que conforman la síntesis: en instituciones y en actores:

HECHOS:

- 33. Proceso electoral
- 35. Conflicto
- 36. Negociaciones
- 39. Gobierno
- 15. Violencia electoral
- 16. Manifestaciones
- 17. Resistencia civil
- 21. Estados
- 24. Movimientos ciudadanos
- 29. Interés internacional
- 32. Encuestas
- 41. Secuestros
- 42. Violencia
- 43. Guerrilla
- 44. Terrorismo
- 45. Narcotráfico
- 46. Tráfico de armas
- 47. Accidentes
- 51. Negocios
- 52. Corrupción y fraude
- 53. Comercio
- 54. Comercio y finanzas
- 55. Finanzas
- 57. Planeación estratégica
- 58. Análisis
- 59. Política internacional
- 60. Economía internacional
- 61. Estados Unidos
- 62. De interés
- 63. Ecología

TOTAL: 32

ACTORES:

2. Presidente Salinas
3. Candidato electo Ernesto Zedillo
4. Los primeros que se mencionan
6. Los ex candidatos
37. Ejército Zapatista de Liberación Nacional
19. Observadores nacionales
20. Observadores internacionales
22. Grupo San Ángel
23. Organismos no gubernamentales
27. Empresarios
28. Los intelectuales y el poder
30. Medios de Comunicación
31. Prensa Internacional
48. Asesinato de Colosío
49. Asesinato de Ruiz Massieu
50. Asesinato Posadas

Total: 16

INSTITUCIONES:

1. Televisa
7. Tribunal Federal Electoral
8. Instituto Federal Electoral
9. Secretaría de Gobernación
10. Partidos Políticos
11. Congreso de la Unión
12. Asamblea de Representantes
13. Fiscal Especial para Delitos Electorales
14. Comisión de la Verdad
34. Partidos Políticos
38. Ejército
40. Iglesia
25. Fuerzas Armadas
26. Iglesia
56. Bolsa de Valores

Total: 15

Categorías	Frecuencia	Porcentaje (%)
Hechos	32	51
Instituciones y/o organizaciones	15	24
Actores	16	25
TOTAL	63	100

Lectura: Los hechos o acontecimientos ocupan un 51% del total de la síntesis; y en forma casi similar están presentes las instituciones y organizaciones y los actores con un 15 y 16%.

5. COLUMNAS

A continuación se presenta una tabla de columnas consideradas en la Síntesis de Economía, Política y Finanzas.

COLUMNA	NOMBRE DEL COLUMNISTA	DEL PERIODICO
1. Indicador Político	Carlos Ramírez	El Financiero
2. Portafolios	José Pérez Stuart	Summa
3. Frentes Políticos	Aurora Berdejo	Excélsior
4. Pulso Político	Francisco Cárdenas	El universal
5. Empresa	Alberto Barranco Chavarría	Reforma
6. En privado	Joaquín López	El Heraldó
7. Nombres, nombres y nombres...	Alberto Aguilar Dóriga	El Economista
8. Cúpula Regia	Efraín Barcenás	El Financiero
9. Corporativo	Darío Celis Estrada	El Financiero
10. Mesa de Negocios	Herminio Rebolledo	El Financiero
11. Hombres de Nombre	David Páramo	El Economista
12. Desde el piso de remates	Ma. del Carmen Córtes	Excélsior

El cuadro siguiente nos muestra el nombre del periódico al cual pertenecen las columnas:

Periódico	Columnas	Frecuencia	Porcentaje
1. El Financiero	Indicador Político Cúpula Regia Corporativo Mesa de negocios	4	34
2. Excélsior	Desde el piso de remates Frentes políticos	2	17
3. El economista	Nombres, nombres y nombres Hombres de nombre	2	17
4. El Universal	Pulso político	1	8
5. Reforma	Empresa	1	8
6. El Heraldo	En privado	1	8
7. Summa	Portafolios	1	8
Total		12	100

El periódico al que más se recurre para leer las columnas es el financiero, pues 4 de las 12 en total son preferidas para ser incluidas en la síntesis, es decir, una tercera parte. Después el Excélsior y el Economista, con igual número de porcentaje, aparece en nuestra lista. El Universal, Reforma, El Heraldo y el Summa, ocupan un tercer lugar.

Periódicos	Frecuencia	Porcentaje (%)
Total de periódicos	16	70
Periódicos de los que se incluyen columnas	7	30
Total	23	100

6. NOTICIARIOS

Resúmenes iniciales de los noticiarios:

24 Horas, conducido por Jacobo Zabłudovsky

Hechos, conducido por Javier Alatorre

Punto por Punto, conducido por Ramón Fragoso y Jesús Díaz

Noticiarios grabados	Frecuencia	Porcentaje
<i>Al despertar</i> <i>Un nuevo día</i> <i>24 Horas de la tarde</i> <i>Muchas noticias</i>	4	58
Noticiarios de los que se incluyen resúmenes iniciales		
<i>24 Horas de la noche</i> <i>Hechos</i> <i>Punto por punto</i>	3	42
Total	7	100

De siete noticiarios que se grababan solamente tres de ellos (42 %) se incluían los resúmenes iniciales de tres de ellos, desperdiciando el 58% de esa información.

Producción

Uno de los objetivos dentro de la dirección del SI, era proporcionar a los ejecutivos de Televisa, San Ángel de un instrumento sencillo y confiable en la obtención de la información. A nuestra consideración, este tipo de documentos, como la síntesis informativas, tienen un "tiempo de caducidad". Uno de los objetivos era que se proporcionarán antes del medio día, sin embargo esto nunca se llegó a realizar ¿por qué? Quizá este análisis de actividades en beneficio de la producción nos ayuden para despejar esta incógnita.

Actividades y tiempos:

HORA	ACTIVIDADES
8:00 a 8:15	Clasificar y dividir las secciones específicas de los periódicos Abrir archivo de nueva síntesis Cambiar numeración al folio de la Síntesis Clasificar y dividir las secciones específicas de los periódicos Capturar los encabezados de los principales diarios Cambiar la fecha de los acontecimientos que tienen un seguimiento (Caso Colosio, Ruiz Massieu, Posadas, Conflicto en Chiapas)

- 8:16 a 9:15 Revisar, de forma general, los periódicos y seleccionar las tres notas más importantes de economía, política y finanzas
Leer, sintetizar y capturar la información generada en el diario *El Economista*
- 9:16 a 10:15 Capturar la información anterior para elaborar la Síntesis de la Industria del Entretenimiento
Leer, sintetizar y capturar la información de el periódico *El Financiero*
- 10:16 a 11:15 Editar y corregir la Síntesis de la Industria del Entretenimiento
Leer, sintetizar y capturar la información de el periódico *Reforma*
- 11:16 a 12:15 Revisar la Síntesis de la Industria del Entretenimiento
Hacer las portadas de ésta Síntesis
Leer, sintetizar y capturar la información de la primera sección de *El Universal*
- 12:16 a 13:15 Registro del tiempo de las campañas proselitistas de todos los candidatos presidenciales en tres noticiarios distintos
Sacar el resumen inicial de los noticiarios *24 Horas, Punto por Punto y Hechos*
Leer, marcar y capturar la información de el periódico *La Jornada*
- 13:16 a 14:15 Leer y marcar las notas sobresalientes de los periódicos *Excélsior*, primera parte, *Summa, El Nacional, Unomásuno, El País, El Herald, Novedades*
Capturar la información de los diarios *Excélsior, Summa, El Nacional, Unomásuno, El País, El Herald, Novedades*
- 14:16 a 15:00 Leer y corregir la Síntesis de Economía, Política y Finanzas
Editar la información
- 15:01 a 17:00 Hora de comida
- 17:01 a 18:00 Análisis de la información
Seguimiento del noticiario 24 Horas

Por tanto:

- La Síntesis de Economía, Política y Finanzas se entregaba después de las 15:00 hrs
- La Síntesis de la Industria del Entretenimiento, pasó a ser prioritaria, en realización y entrega.
- El tiempo de elaboración de la Síntesis de la Industria del Entretenimiento, se llevaba aproximadamente 90 min.
- Los mensajes del SKY, SI ocupaban más de 45 min. para su elaboración y transmisión, (tiempo sumado a la producción de la síntesis)
- Para poder realizar el análisis de la información, solamente se destinaba una hora, la cual regularmente se ocupaba para sacar el seguimiento diario del noticiero nocturno *24 Horas*, y en comparación con el tiempo empleado en las demás actividades, era mínimo y a veces nulo.
- Los resúmenes iniciales de los noticiarios y el registro del tiempo de los candidatos a la presidencia de la República, requerían de más de una hora para su registro. Aspecto del cual se le resta tiempo a la elaboración de la síntesis.
- La revisión de los periódicos *El Economista*, *El Financiero*, *Reforma*, *La Jornada*, tenían mayor prioridad debido al mayor tiempo dedicado para revisarlos y leerlos, disminuyendo y desequilibrando la lectura de los otros periódicos y de otras posibles fuentes de información, como lo podían ser el monitores diario de algunos noticiarios televisivos, agregar artículos, reportajes, etc. de revistas, o bien, noticias de los diarios extranjeros. Con lo anterior se reduce y se desperdicia la posibilidad de poder comparar a ambas fuentes, en la forma de seleccionar, presentar y difundir las noticias.
- El trabajo era interrumpido constantemente por llamadas del Director, quien se encargaba de leer el periódico desde un punto externo a la dirección e indicaba las notas que él consideraba importantes para ser incluidas en la síntesis, lo cual provocaba pérdida de tiempo al contestar, atender la llamada, anotar sus instrucciones, buscar y enmarcar las notas indicadas y comparar si ya se tenían contempladas o no.
- Si sumamos los tiempos dedicados otras actividades, fuera de la realización de la síntesis de economía, política y finanzas, tenemos que juntas suman más de 2 horas.
- Si se disminuyeran éstas dos horas en la elaboración de la síntesis de economía, política y finanzas (SEPF), se tendría la posibilidad de entregarse, después del medio día. Por lo general, se entregaba después de las 15 hrs y restando dos horas de las otras actividades, se estaría distribuyendo a las 13 hrs.

3.5. Propuesta

Consideramos que la información proporcionada en un documento, independientemente de la síntesis de que se trate, es demasiada en términos de contenido, por lo tanto consideramos necesario redefinir los objetivos de la Síntesis de Economía, Política y Finanzas (SEPF), principalmente y considerar, las necesidades informativas básicas que tienen que tener los ejecutivos de Televisa, San Ángel para que a partir de estos documentos valoren la información para la toma de decisiones.

Recibir, como mínimo 2 juegos de periódicos, y como ideal tres ejemplares de cada diario con la finalidad de formar un acervo hemerográfico para consulta, y los demás juegos para poder seleccionar y cortar la información incluida en la SEPF sin necesidad de fotocopiar las notas encontradas por ambas caras.

Redefinir las políticas de edición de la SEPF. En cuanto a su diseño y edición creemos pertinente se haga de acuerdo a un diseño simétrico que permita acostumbrar e identificar la información en los distintos apartados y secciones. De acuerdo al formato establecido para organizar y jerarquizar la información, éste es completo, pero a nuestro juicio es excesivo. Por lo tanto, proponemos sean evaluados todos los apartados. Esta valoración se hará en cuanto a dividir la información en prioritaria e importante. La primera será la que se genera a en esos momentos y la importante, significa que debemos tenerla presente y seguirle la pista a través de un análisis o de un informe mensual para sus lectores.

Como ejemplo citaremos el caso Colosio, el cual es importante, en términos de que se debe resolver, y que éste forma parte de la agenda del gobierno, pero no es prioritaria; es decir que la contradicciones y el exceso de información sobre el caso no puede estar incluyéndose en todas las síntesis, o bien, como otro caso es el tema de la reforma electoral, por ejemplo, es prioritaria (por lo tanto se deberán incluso en la síntesis datos relevantes (documento uno) y los aspectos, investigaciones, hipótesis, involucrados, etc. serán incluidos en otro documento (documento dos).

Por lo tanto, sugerimos se haga una síntesis (documento uno) en función de la información "prioritaria" con un esquema que marque el lineamiento del contenido general de la síntesis y con la información "importante" se realice otro documento (dos) en el que la información sea resumida y "tratada" con el objetivo de entregar un análisis semanal y mensual.

La selección de la información deberá estar en función de una revisión de los diarios a partir de su importancia. Es decir, Los periódicos El Financiero, El Nacional, La Jornada, Reforma, Excélsior y El Universal tendrán prioridad y los demás serán colocados en un segundo termino.

El documento uno deberá ser entregado al arribo de las instalaciones de Televisa, (10 horas aproximadamente) con el objetivo de "sustituir al periódico" para estar enterados de los principales acontecimientos y en caso de leer un diario solamente se hará en función de complementar la información. No olvidemos que estos documentos tienen la finalidad de contener información especializada.

En cuando a la edición, otro aspecto a considerar es el uso de las negrillas para resaltar algunas palabras dentro de la nota informativa, porque al carecer de un criterio se pierde la finalidad de la misma.

La lectura del documento uno no deberá exceder un tiempo de lectura de 15 minutos promedio.

El documento uno tendrá todas las prioridades de elaboración desplazando las otras actividades hasta no finalizarlo.

La evaluación constante de todo el proceso será útil para disminuir tiempos y aumentar la calidad, pero no se logrará sino se toman en cuenta todas las actividades, personas involucradas, técnicas de lectura, habilidades personales, etc.

La relación y el contacto con quienes recibían este servicio es tan importante como la síntesis misma, ya que se debe presentar el documento con la finalidad de explicar la lógica de su estructura y por lo tanto, cómo debemos leerla e interpretarla.

En general, la coordinación y establecimiento de prioridades de todos los sistemas, mecanismos o recursos para cumplir los objetivos informativos de los Ejecutivos permitirá cumplir con las expectativas planteadas desde un principio

CAPITULO IV

Tiempos de campañas

APARTADOS

4. Registro de los tiempos de los candidatos aspirantes a la Presidencia de la República en los noticiarios nocturnos *24 Horas, Hechos y Punto por Punto*

4.1. Describir la manera de que se registra el tiempo de los candidatos presidenciales en los noticiarios televisivos *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*.

4.2. Analizar la forma en que se registra el tiempo de las campañas proselitistas de los candidatos presidenciales en los noticiarios televisivos *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*.

4.3. Proponer la forma de cómo mejorar el registro de tiempos durante las campañas proselitistas de los candidatos presidenciales en los noticiarios *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*.

4.1. Describir la manera de en que se registraba el tiempo de los candidatos presidenciales en los noticiarios televisivos *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto.*

Otra actividad realizadas en la Dirección SI, Sistema de Información, era registrar el tiempo que le dedicaban los noticiarios televisivos, a las campañas proselitistas de todos los candidatos a la presidencia de la República. Para ello, se realizaban las siguientes actividades:

a) Programar los televisores y grabar en las videocasetes los noticiarios completos de:

- *Al Despertar*, conducido por Guillermo Ortega
- *Un Nuevo Día*, conducido por Cesar Costa y Rebeca de Alba
- *Muchas Noticias*, conducido por Dolores Ayala
- *Hechos*, conducido por Javier Alatorre
- *24 Horas de la tarde*, conducido por Abrahám Zabludovsky, y *24 Horas de la noche* conducido por Jacobo Zabludovsky
- *Punto por Punto*, conducido por José Ramón Fragoso y Guillermo Ortega

b) Identificar en cada noticiario los espacios destinados a las campañas proselitistas de los candidatos y registrar el tiempo de los mismos en minutos y en segundos por cada uno de los candidatos.

Registro

El registro de los tiempos se realizaba en una hoja cuyo formato era el siguiente:

HOJA DE REGISTRO DE LOS TIEMPOS DE LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

Fecha:

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)				
Diego Fernández de Cevallos (PAN)				
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)				
Cecilia Soto (PT)				
Jorge González Torres (PVEM)				
Rafael Aguilar (PFCRN)				
Alvaro Pérez Treviño (PARM)				
Pablo Emilio Madero (UNO)				
Marcela Lombardo (PPS)				

Orden de aparición:

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)				
Diego Fernández de Cevallos (PAN)				
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)				
Cecilia Soto (PT)				
Jorge González Torres (PVEM)				
Rafael Aguilar (PFCRN)				
Alvaro Pérez Treviño (PARM)				
Pablo Emilio Madero (UNO)				
Marcela Lombardo (PPS)				

Como se observa la hoja contenía dos cuadros: el primero era para anotar el tiempo destinado a los candidatos presidenciales en tres noticiarios, ya fuera en horas, minutos y/o segundos. En el segundo cuadro, se escribía el orden de aparición de los mismos con la finalidad de ver el orden de importancia de aparición que se le daba a los candidatos y si éste se veía o no alterado y en qué forma. Al principio de cada hoja, se escribía la fecha del día de monitoreo.

Una vez registrado el tiempo en forma manual, se procedía a ser capturados en la computadora en el paquete de Excell, anotando el número total en minutos para poder realizar la suma automáticamente. La captura en la computadora de éstos tiempos se realizaba semanalmente.

Presentación de la información:

La información de los tiempos de los candidatos, en el primer cuadro, se incluía en la Síntesis de Economía, Política y Finanzas. Cada semana se incluía la información de tiempos totales por semana. Para ilustrar esa información se realizaban gráficas.

Gráficas:

- ⊗ Tiempos totales dedicados a los candidatos por semana, en todos los noticiarios
- ⊗ Tiempos dedicados a los candidatos en la semana por el noticiario *24 Horas*
- ⊗ Tiempos dedicados a los candidatos en la semana por el noticiario *Hechos*
- ⊗ Tiempos dedicados a los candidatos en la semana por el noticiario *Punto por Punto*
- ⊗ Tiempos dedicados a los candidatos durante un mes
- ⊗ Tiempos dedicados a los candidatos durante un mes en cada uno de los noticiarios

Al final de cada mes se presentaba una hoja cuyo contenido obedecía al "*Registro de grabación de los noticiarios*" con la fecha y el nombre de los tres noticiarios especificando los días en que no se hayan grabado los noticiarios y por lo tanto, no se tenían registrados los tiempos de las campañas presidenciales.

A continuación se presenta un ejemplo del registro de los tiempos durante el periodo comprendido del 30 de mayo al 1o. de julio de 1994.

- Primero se presentará una hoja de registro de las grabaciones de los noticiarios
- Después, se muestra, a manera de ejemplo, una hoja de registro de los tiempos dedicados a los candidatos en los noticiarios de la noche (los datos restantes, del 30 de mayo al 1o. de julio de 1994 se pueden consultar en el apartado de anexo)
- Inmediatamente se presentan las gráficas que ilustran los datos anteriores
- Por último, se procede a realizar una lectura de cada gráfica

HOJA DE REGISTRO DE LOS TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Lunes 30 de mayo, 94

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	8	84	60	152
Diego Fernández (PAN)	110	38	18	166
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	18	70	14	102
Cecilia Soto (PT)	56	87	14	157
Jorge González Torres (PVEM)	56	55	12	123
Rafael Aguilar (PFCRN)	55	33	16	104
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	115		15	130
Pablo Emilio Madero (UNO)	28		16	44
Marcela Lombardo (PPS)	88		18	106

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

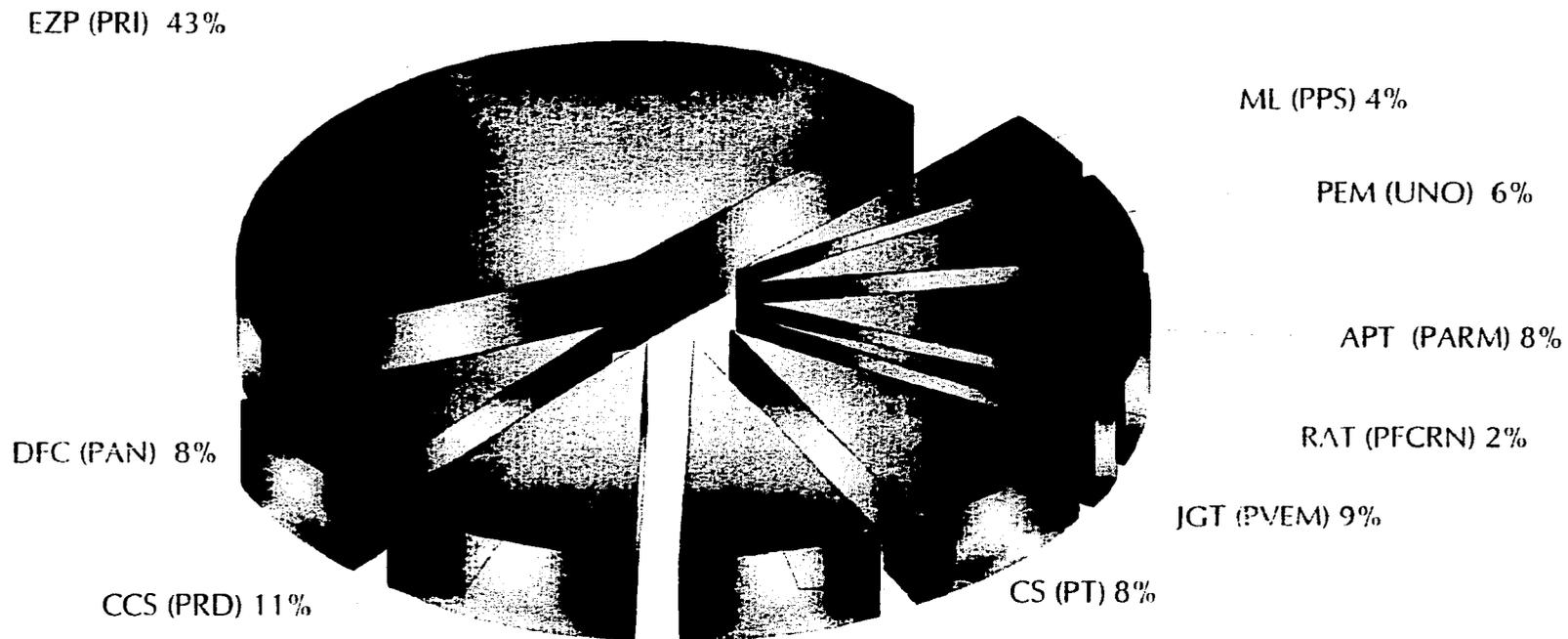
CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	2	9	12
Diego Fernández (PAN)	2	1	3	6
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	4	5	2	11
Cecilia Soto (PT)	8	6	7	21
Jorge González Torres (PVEM)	9	4	4	17
Rafael Aguilar (PFCRN)	5	3	1	9
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	6		8	14
Pablo Emilio Madero (UNO)	7		6	13
Marcela Lombardo (PPS)	3		5	8

REGISTRO DE GRABACIÓN DE LOS NOTICIEROS
(30 de mayo al 1o. de julio de 1994)

FECHA	HECHOS	24 HORAS	PUNTO POR PUNTO
Lunes 30 mayo			
Martes 31 mayo			
Miércoles 1o. junio			
Jueves 2 junio			
Viernes 3 junio			
Lunes 6 junio			
Martes 7 junio			
Miércoles 8 junio			
Jueves 9 junio			
Viernes 10 junio			
Lunes 13 junio			
Martes 14 junio			
Miércoles 15 junio			
Jueves 16 junio			
Viernes 17 junio			
Lunes 20 junio			
Martes 21 junio			
Miércoles 22 junio			
Jueves 23 junio			
Viernes 24 junio			
Lunes 27 junio			
Martes 28 junio			
Miércoles 29 junio			
Jueves 30 junio			
Viernes 1o. junio			

NO SE GRABÓ

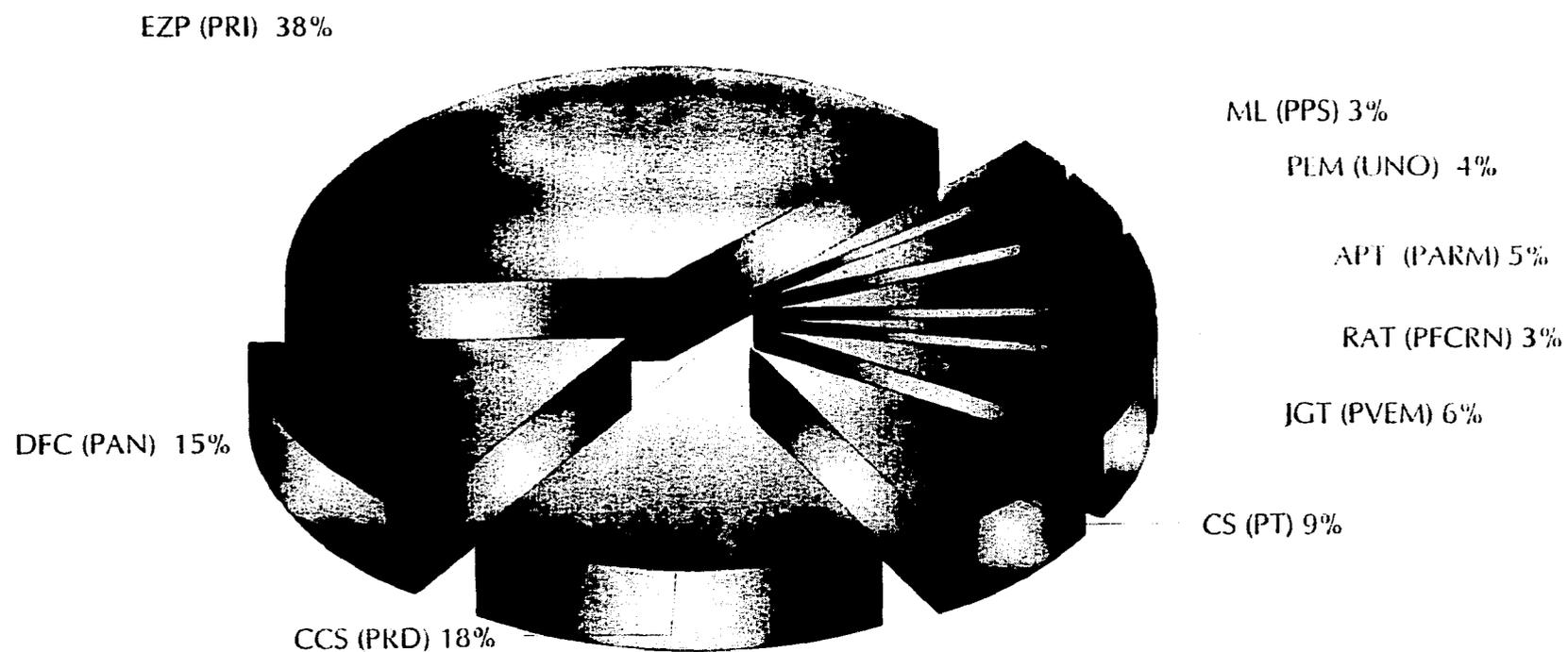
TIEMPOS DE LOS CANDIDATOS EN 24 HORAS



Del 30 de mayo al 1o. de julio de 1994

GRÁFICA No. 1

TIEMPOS DE LOS CANDIDATOS EN HECHOS

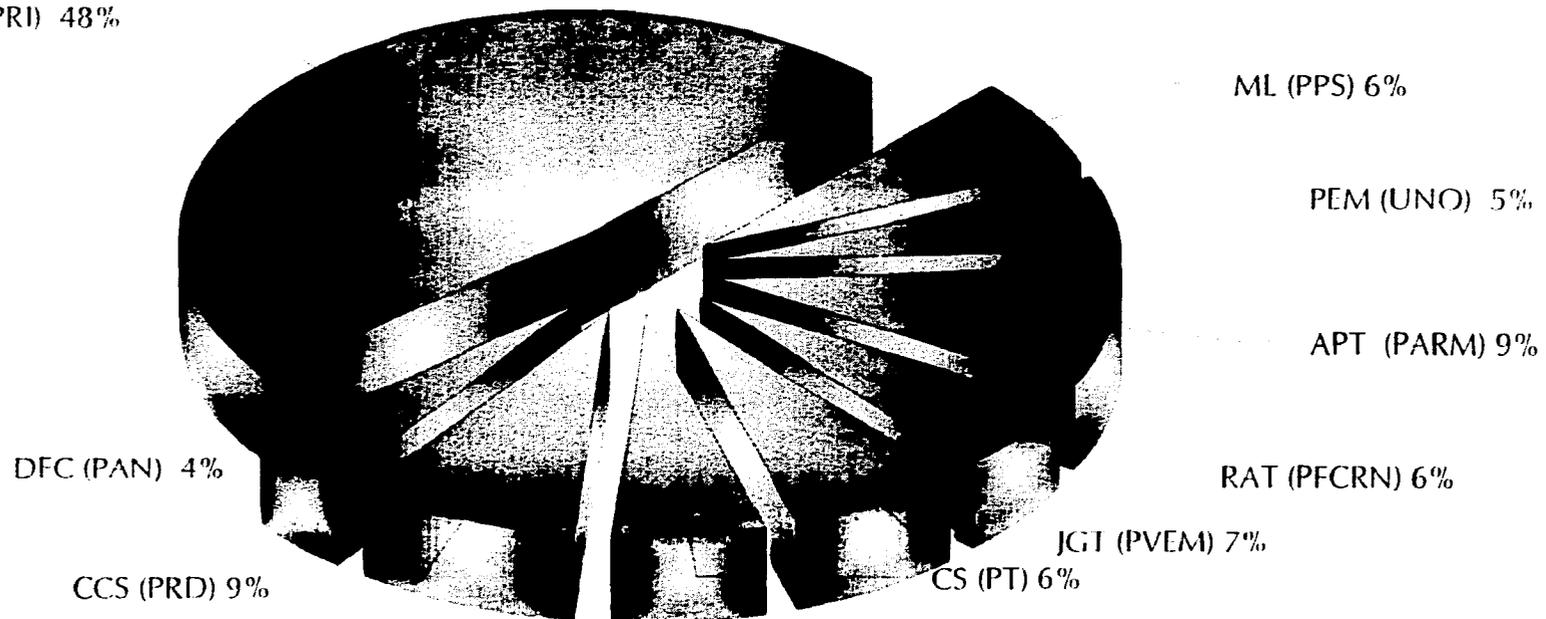


Del 30 de mayo al 1o. de julio de 1994

GRÁFICA No. 2

TIEMPOS DE LOS CANDIDATOS EN PUNTO POR PUNTO

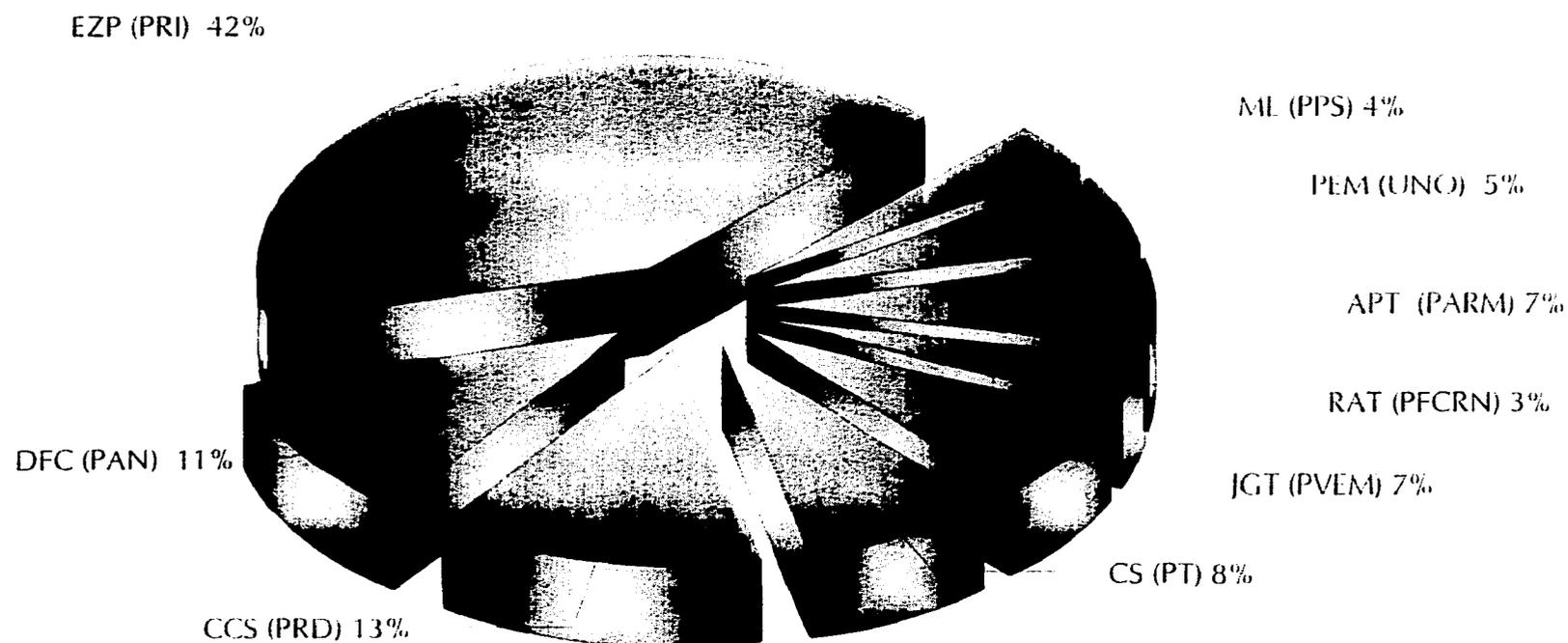
EZP (PRI) 48%



Del 30 de mayo al 1o. de julio de 1994

GRÁFICA No. 3

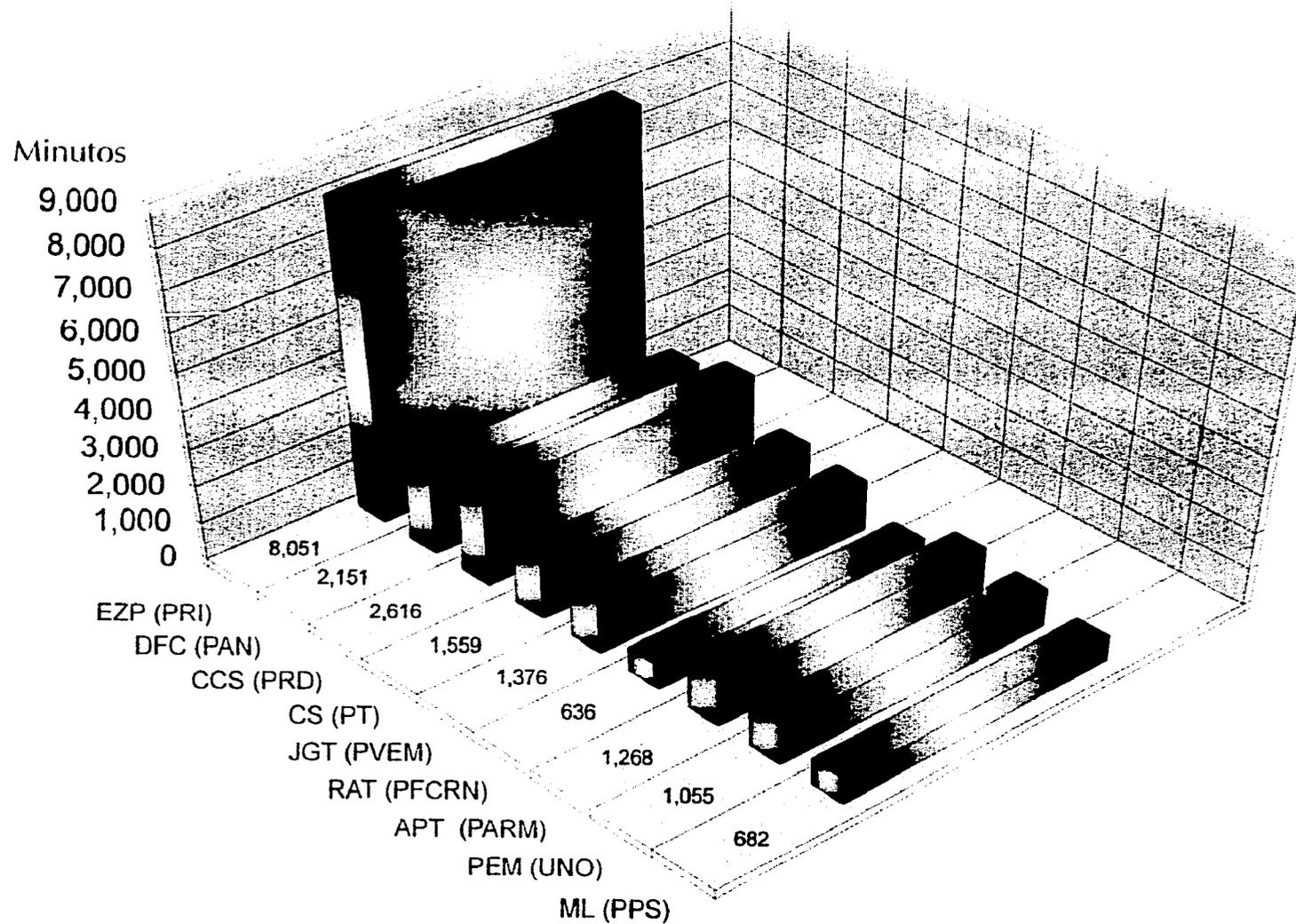
TIEMPOS DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS



Del 30 de mayo al 1o. de julio de 1994

GRÁFICA No. 4

TIEMPOS DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS



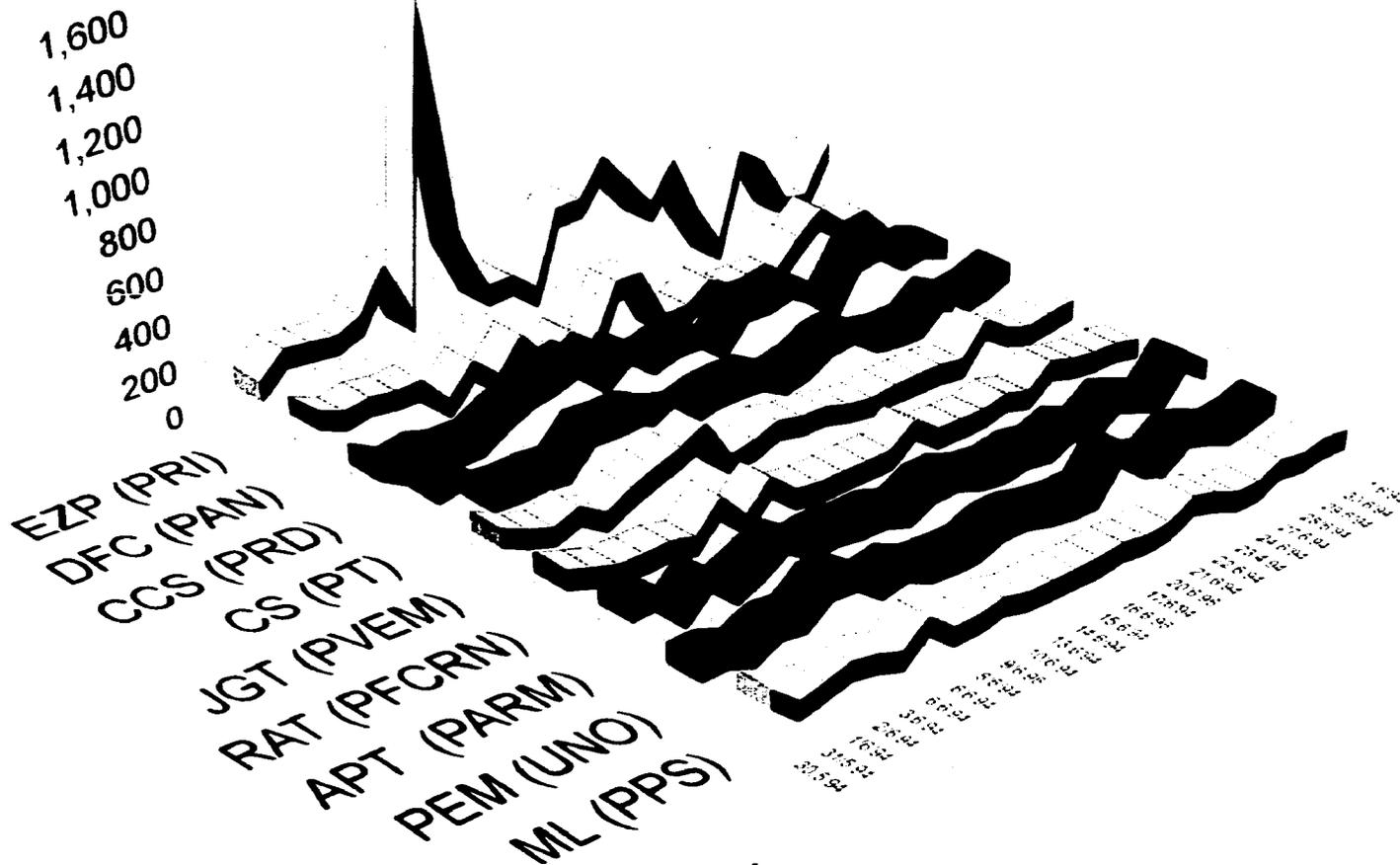
Del 30 de mayo al 1o. de julio de 1994

GRÁFICA No. 5

Tiempos dedicados a los candidatos presidenciales

Del 30 de abril al 1o. de julio de 1994

Minutos



GRÁFICA No. 6

Lectura de las gráficas:

Gráfica no. 1: Ilustra en porcentaje de los tiempos de los candidatos presidenciales en el noticiero *24 Horas*. En primer lugar tenemos al candidato Ernesto Zedillo (PRI) quien se le destina un poco menos del la mitad de la cobertura, con 43% con respecto a sus contendientes quienes se distribuyen el 47% restante. Su más cercano contrincante, en este espacio en la televisión, es el candidato del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas con un 11%; En tercer lugar se ubica Jorge González Torres del PVE con 9%. Después se pelean el tercer lugar el panista Diego Fernández de Cevallos, Álvaro Pérez Treviño del PARM y Cecilia Soto del PT con un 8%. Pablo Emilio Madero del UNO tiene un porcentaje de 6% y Rafael Aguilar Talamantes del PFCRN apenas un 2%.

Gráfica no. 2: Esta gráfica muestra los tiempos de los candidatos presidenciales en el noticiero nocturno *Hechos*. Ernesto Zedillo del PRI repite al igual que en *24 Horas* el primer lugar con 38% del total. Diego Fernández de Cevallos del PAN, alcanza un 15%; Cuauhtémoc Cárdenas del PRD se le da un espacio del 18%; Ambos candidatos suman apenas un 33%, cifra todavía inferior con respecto del candidato priista. El resto de la cobertura se distribuyen de la siguiente manera: Con el casi 10%, Cecilia Soto del Partido de los Trabajadores tiene un 9%; Jorge González Torres del Verde Ecologista tiene 6%; El PARM representado por Álvaro Pérez Treviño tiene un 5%; Pablo Emilio Madero alcanzó 4%; mientras, Marcela Lombardo del PPS y Rafael Aguilar Talamantes tienen un 3%.

Gráfica no. 3: Es en esta gráfica donde encontramos los tiempos de los candidatos en el noticiero nocturno *Punto por Punto*. Ernesto Zedillo del PRI ocupa un 48% del total; Cuauhtémoc Cárdenas del PRD y Álvaro Pérez Treviño del PARM registran de igual manera un 9%; Jorge Aguilar Talamantes del (PEVM) tiene 7%; Rafael Aguilar Talamantes del PFCRN ocupa un 6% al igual que Marcela Lombardo del PPS; Pablo Emilio Madero del UNO alcanzó un registro del 5% y por último Diego Fernández de Cevallos, a diferencia de los otros dos noticiarios es desplazado al final con apenas un 4%.

Gráfica no. 4: La suma de tiempos en los tres noticiarios nocturnos se puede observar en esta gráfica. En los noticiarios nocturnos monitoreados el PRI, con Ernesto Zedillo se mantiene a la cabeza con un 42%; Cuauhtémoc Cárdenas del PRD ocupa el segundo sitio con 13% del total; Diego Fernández de Acción Nacional registró 11%; Cecilia Soto del Partido de los Trabajadores, tiene un 8%; Con un 7% comparten los candidatos del PVEM, Jorge González Torres y Álvaro Pérez Treviño del PARM; Pablo Emilio Madero tiene un 5%, le sigue Marcela Lombardo del PPS con un 4% y en último lugar lo tiene Rafael Aguilar Talamantes con un 3%.

Gráfica no. 5: En esta gráfica se tiene registrado el total de minutos destinadas a las campañas de los candidatos a la presidencia de la República. Convertidos los minutos a horas, Ernesto Zedillo del PRI tiene un total de 134 horas. En segundo lugar está Cuauhtémoc Cárdenas del PRD con 43.6 horas. En tercer lugar está el panista Diego Fernández de Cevallos con 36 horas. Cecilia Soto del PT le otorgan un total de 25 horas. González Torres del Partido Verde Ecologista tiene 23 horas. Álvaro Pérez Treviño del PARM ocupó 21 horas. Le siguen Pablo Emilio Madero representando al UNO con 17 horas. Marcela Lombardo del PPS tiene 11 horas. Y por último Rafael Aguilar Talamantes del PFCRN registró 10 horas.

Gráfica no. 6: Esta gráfica muestra el total de tiempos (en minutos) y los días, del 30 de abril al 10. de julio de 1994 en que fueron transmitidas las campañas de los candidatos a la presidencia de la República. El día 8 de mayo se puede observar, a través del histograma, que se dispara el tiempo destinado a la campaña del priísta Ernesto Zedillo. Recordemos que ese día se le realizó una entrevista en *24 Horas* con Jacobo Zabludovsky por un espacio de 22 minutos.

4.2. Analizar la forma en que se registraban los tiempos de los candidatos presidenciales en los noticiarios televisivos *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto*

En la hoja de registro tenemos los siguientes datos:

- Aspectos cuantitativos de tiempos en televisión
- Registro de todos los candidatos aspirantes a la Presidencia de la República
- Tiempos otorgados en tres noticiarios (dos de Televisa y uno de Televisión Azteca)
- El segundo cuadro de la hoja de registro se puede observar el orden de aparición de los candidatos en los noticiarios de la noche.

De lo anterior tenemos:

- ✗ No existen objetivos precisos, establecidos y/o conocidos respecto de esta actividad. Al menos para quien desempeñaba esta función. Aunque obviamente, era el conocer la distribución del tiempo destinado a los candidatos en algunos noticiarios, no así se conocía la utilización de esta información, porque lejos de ver la información en gráficas, habría que ser interpretada, y sobre todo, ver el beneficio directo para quienes recibían esta información, es decir, para el apoyo de la toma de decisiones. La lectura de las gráficas es importante porque es la primera interpretación que se le da a los datos numéricos, sin embargo cuando se presentaban no se hacían, tan sólo eran mostradas sin pensar tampoco en el diseño de las mismas, lo cual, como parte de la presentación y de la utilidad que se puede dar a los números es tan importante como las demás actividades del proceso (grabar todos los días los noticiarios, cronometrar correctamente los tiempos las veces que sean necesarias hasta tener la convicción de que el tiempo registrado es exacto, etc.).

Estos datos por si mismos no aportan mucha información, lo relevante es darles un orden y una relación con los hechos. Por ejemplo, durante el mes de julio de 1994, se ejerció una fuerte presión por parte de los partidos políticos y los medios de comunicación, respecto al tiempo destinado a la transmisión de las campañas proselitistas de los candidatos, para que esta fuera más equitativa, principalmente a Televisa. Este suceso ya se registraba desde antes, pero en esta fecha se intensificó. ¿Porqué? En el diario *La Jornada*, apareció lo siguiente:

El secretario de Gobernación, Jorge Carpizo, recibió al presidente del Consejo de Administración de Televisa, Emilio Azcárraga. Según una fuente extraoficial, Carpizo le pidió a "contribuir a la equidad", en la difusión de las campañas a la presidencia de la República. (La Jor. 7)

Durante la 2da. semana del 4 al 10 de julio, el título en la revista Proceso, número 922, fue:

Televisa, la del PRI

La servidumbre de Zabludovsky
La pasividad de Carpizo

En este semanario destinó 11 de 82 páginas (13%) de la revista para criticar y cuestionar, el papel que estaba jugando Televisa, a través de sus noticiarios en el proceso electoral de 1994, a través del espacio inequitativo otorgado a todos los candidatos.

Al interior de **Proceso** encontramos:

"Gracias al Presidente de la República, se nos ha concedido la posibilidad de dos canales para explotar esta tecnología (de alta definición)." Azcárraga

"¿Quién ayuda a quién? Es una relación simbiótica que quedó demostrada en marzo de 1993, cuando el presidente Salinas de **Gortari** pidió **ayuda económica** a los más ricos del país **a favor del PRI**, para que siga siendo "el gran partido de México, ya no el partido del gobierno, pero sí la mejor opción para la nación...Son ustedes hombres triunfadores, exitosos, con gran poder de convocatoria, gracias a lo cual están en condiciones de reunir **75 millones de nuevos pesos** (cada uno)", les dijo en la cena realizada en la casa de Antonio Ortiz Mena a los 29 magnates mexicanos. El primero en responder fue **Azcárraga**:

"He ganado tanto dinero en estos años, que me **comprometo a aportar una cantidad mayor...**" Según una nota periodística distribuida tres días después de esa reunión, a través de la cadena *High Ridder Newspaper*, de Estados Unidos, *El Tigre* se había comprometido a dar el PRI 70 millones de dólares".⁶

Eso por lo que involucra a Azcárraga, pero respecto a los noticiarios:

"En el fondo de su credibilidad, **24 Horas** y su conductor, **Jacobo Zabludovsky**, llegaron a una "situación extrema" en la **manipulación informativa** con la **cobertura** de las **campañas** presidenciales de los candidatos de los tres principales partidos políticos: **PRI, PAN, PRD**. En el caso del priista Ernesto Zedillo, existe una evidente intención de "promover aceleradamente su imagen", al punto de que en sólo un mes, del 29 de marzo al 29 de abril, recibió el mismo tiempo en televisión que el que se había otorgado a Luis Donald Colosio en tres meses, y el doble que Diego Fernández de Cevallos y Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano.

⁶ Corro Salvador, *ibidem*, pág. 6

La política informativa de Televisa pone a prueba la imparcialidad ofrecida por el secretario de Gobernación y presidente del Instituto Federal Electoral. Jorge Carpizo, tras retirar su renuncia a ambos cargos, particularmente si el monitoreo que realiza el IFE reconfirma la "falta de equilibrio y objetividad" en el manejo informativo de las campañas presidenciales".⁷

Televisa contaba con información de los tiempos de los candidatos, es decir, su propio monitoreo con resultados que se pueden comparar con todas aquellas organizaciones interesadas en el tema. No obstante ¿qué uso se le daba? ¿está información les interesaba? ¿tenían otra fuente?

La muestra de esta actividad, durante un periodo específico de tiempo, solamente de cuatro semanas, permite ver la utilidad que se le puede dar a esta actividad, al relacionarla con toda la información que se genera en el mismo momento ¿Fue la presión de los medios la que contribuyó a que Televisa decidiera, más tarde, destinar un espacio de su programación por igual número de tiempo para presentar la cobertura de las campañas presidenciales?

En este sentido, Televisa, no solamente tiene su propia fuente de información, sino que puede compararla con quienes también hicieron este tipo de monitoreos. (IFE, Alianza Cívica Organización 94, o algún partido político) y poder tomar una determinación sin afectar sus intereses, por ejemplo:

- De los seis noticiarios grabados, cinco de ellos, pertenecen a Televisa y uno a Televisión Azteca.
- Nunca se realizó un análisis de estos tiempos ni del orden de aparición de los candidatos.
- Esta información no se incluía en la Síntesis de Economía Política y Finanzas, hasta un mes antes de las elecciones. El incluirla, representa una forma de dar a conocer que se está trabajando este aspecto y comprometerse a entregar un análisis de la misma. De esta forma si algún receptor se interesaba por conocer este aspecto, bastaba solicitar la información que se tuviese en la dirección del SI.
- El registro de tiempos de las campañas proselitistas de los candidatos permite solamente hacer una análisis cuantitativo de los tiempos, dejando a un lado la cuestión de imagen, aspecto relevante en un video.
- Los tiempos registrados eran también considerados y difundidos por el periódico *Reforma*, y en algunas ocasiones fueron presentados por en los noticiarios *Hechos*, *Punto por Punto* y *24 Horas*, y en la organización Alianza Cívica 94, sin embargo nunca se realizó una comparación de todos los resultados.

⁷ ibidem, pág. 7

Esos tiempos eran considerados por los candidatos para hacer sus propuestas en cuestión de exigir un espacio equitativo de presencia en televisión, sin embargo, este informe se reduce al análisis cuantitativo de *Hechos*, por ejemplo, ¿de qué sirve otorgar más tiempo a un candidato de la oposición si el noticiario presenta tomas, o selecciona lo menos importante durante el acto de campaña, y si quizá presenta aspectos negativos del mismo?

El registro de dichos tiempos, en la Dirección, en forma aislada no nos indican mucho. El hecho de saber, que al candidato priista, Ernesto Zedillo, es la persona que le dan mayor apertura en televisión, no es ninguna novedad, pues es algo que sin hacer una análisis todos lo saben, sin embargo, considerando que existen grupos, o simplemente personas interesadas en estos temas, resulta imprescindible poder contar con documentos de este tipo, para poder avalar con pruebas, sus argumentos.

Por ejemplo, en el caso de los partidos resulta importante realizar estos monitoreos, para exigir una mayor apertura en los medios masivos de comunicación, en este caso, en televisión. De ahí la importancia de que Televisa tenga su propia fuente de información, registro y análisis, el cual pueda ser comparado con otros resultados o bien, si quiere proponer o justificar su postura en cuanto a libertad de determinar cuanto tiempo destinará a las campañas de los distintos candidatos.

Análisis de tiempos invertidos para realizar esta actividad

ACTIVIDAD	TIEMPO DIARIO	TIEMPO TOTAL SEMANAL
1. Registro de tiempos diario	60 seg	5 horas
2. Vaciado de información a la computadora por semana	60 seg	1 hora
3. Diseño de gráficas	60 seg	1 hora
TOTAL DE TIEMPOS		7 horas

A partir de lo anterior podemos darnos cuenta que el tiempo invertido en la realización de este trabajo, aislado no representa mayor problema. sin embargo, debemos analizarlo con las otras actividades, ya que el registro diario se incluía en la Síntesis de Economía, Política y Finanzas, por lo tanto, se debería de contar con ese registro lo más temprano posible, y en el caso de no incluir está información, de todas maneras no se podía dejarse de hacer.

Además, si consideramos la importancia de cuantificar y de analizar los tiempos otorgados en cada noticiario a los distintos candidatos presidenciales, el tiempo invertido no importa al compararse con la información que puede arrojar.

4.3. Proponer la forma de cómo mejorar el registro de los tiempos de los candidatos presidenciales en los noticiarios *Hechos, 24 Horas y Punto por Punto.*

Registrar los tiempos de las campañas de los candidatos a la presidencia de la República serán registrados de los seis noticiarios televisivos grabados en el SI:

Al Despertar
Un Nuevo Día
Muchas Noticias
Hechos
24 Horas
Punto por Punto

Esto con la finalidad de aprovechar la grabación de cada uno y tener un registro de los cinco noticiarios que presenta Televisa. Quizá, en el caso del Sr. Emilio Azcárraga, con las personas involucradas en ese aspecto, hayan implantado la política de otorgar mayor espacio a la campaña del candidato del PRI, dados sus propios intereses, pero él no sabe que porcentaje se les está dando en los distintos noticiarios de su propia empresa y de qué forma le puede beneficiar o perjudicar esta decisión. Porque se puede manejar la hipótesis de "a mayor tiempo destinado a la campaña del PRI en los noticiarios televisivos de Televisa, será mayor el número de votantes a su favor y aumentará la veracidad de su discurso", sin embargo, puede perjudicar dado el contexto actual.

Para efectos de análisis se tomarán en cuenta únicamente los noticiarios *24 Horas* de la noche y *Hechos*, por ser éstos los más importantes en las cadenas respectivas, de Televisa y de Televisión Azteca, dado su horario de transmisión, su número de audiencia, y la "tradicición", en el caso de *24 Horas* que tiene. En el caso del noticiario *Hechos*, aunque es muy joven, en comparación con *24 Horas*, es el más relevante de su cadena, por los motivos antes mencionados, además de su contenido y las entrevistas que ahí se presentan, no son las mismas, ni de la misma importancia que los otros noticiarios de Televisión Azteca.

Se registrará, al igual que el noticiario *24 Horas* de la noche, el contenido de todos los noticiarios, para considerar otras posibles variables, como los comerciales (por ejemplo para ver la presencia del programa Solidaridad el que se puede relacionar con el Partido Revolucionario Institucional), además de la propaganda pagada por parte de este mismo partido.

En el caso de la propaganda del PRI, al ser grabados, también, puede servir para un estudio posterior, en cuestión de construcción de imagen y del diseño mismo del comercial, además de poder relacionar, el tiempo de las campañas, como parte de la información misma del noticiario, y su refuerzo con la propaganda pagada.

El análisis del registro de los candidatos deberá abarcar aspectos cuantitativo y cualitativo, en cuanto a tiempos e imagen. Para tal efecto, se llenará una Hoja de Registro con los siguientes datos:

Hoja de registro del tiempo otorgado a todos los candidatos presidenciales en dos noticiarios televisivos:

Fecha:

CANDIDATOS	24 Horas	HECHOS	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)			
Diego Fernández de Cevallos (PAN)			
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)			
Cecilia Soto (PT)			
Jorge González Torres (PVEM)			
Rafael Aguilar (PFCRN)			
Álvaro Pérez Treviño (PARM)			
Pablo Emilio Madero (UNO)			
Marcela Lombardo (PPS)			

Esta hoja de registro será llenada a mano y después se capturará en la computadora diariamente, para después registrar los tiempos semanal y mensualmente.

El análisis cuantitativo de los tiempos se realizará mensualmente, y será enriquecido con el contenido de ambos noticiarios, con el análisis de imagen y con la información publicada en los distintos diarios. De esta manera se podrá tener:

- Un registro y un análisis de los tiempos de los candidatos en los noticiarios más importantes
- Un registro y un análisis del contenido de ambos noticiarios
- Un registro y un análisis de la información publicada en diferentes periódicos

Todo con la finalidad de construir un análisis, no solamente de los tiempos en los noticiarios de las campañas proselitistas, sino poder relacionar esta información con la proporcionada a través de la imagen, aspecto directamente relacionado con el área de producción de Televisa.

Por ejemplo, cuando sucedió la un partido importante de la selección de México, en el Mundial de 1994, el noticiario *24 Horas* de la noche transmitió a los candidatos a la presidencia viendo el partido. En el caso de Ernesto Zedillo, transmitieron una imagen donde se encontraba sentado el viendo el partido por televisión, pero la cámara enfocó, en una de las tomas, la televisión y su respectiva transmisión, la cual correspondía a Televisión Azteca, pudiéndose observar gracias al acercamiento de esa toma e identificando el logotipo de esa cadena.

Lo anterior puede sonar incongruente, porque si Zedillo recibe "favores de Televisa" lo menos que puede hacer es ver el partido por Televisa, o en determinado caso, Televisa cuidar, mediante el uso y manejo de sus tomas, no enfocar a su cadena competidora.

Otro ejemplos cuando el candidato panista, Diego Fernández de Cevallos, visitó Ciudad Universitaria. En este suceso Televisa, a través de su noticiario *24 Horas* de la noche, a diferencia de otros días, mayor tiempo de su campaña, sin embargo las tomas que predominaron de la cobertura del evento fueron de las agresiones sufridas a Fernández de Cevallos, quien ni por un momento contestó los "harinazos y los huevazos" contra su persona. Además se contemplaron imágenes al final del evento, cuando la concurrencia estaba desocupando el lugar. De esto podemos hacer varias lecturas, del lado del espectador, quien recibe las noticias: al candidato panista no le interesan los universitarios y lo que hagan; a los universitarios no les interesan temas políticos, y por lo tanto, agreden a quien esté al frente sin importantes quien; los universitarios no saben respetar ni comportarse: los estudiantes de la Universidad son agresivos; Hubo violencia en el hecho.

Con lo anterior, queremos solamente señalar la importancia que tienen tanto la imagen como el tiempo y su relación para ser presentada en un medio tan importante y en programas de la misma magnitud. Además se puede hacer una lectura de cada medio, de sus transmisiones, de los tiempos otorgados, y de igual forma, cómo presentan y construyen, a partir de sus tomas e imágenes que ilustran las noticias, una realidad.

La responsabilidad de esta actividad será exclusivamente para una persona, la cual tendrá a su cargo las siguientes funciones:

- Grabar y tener un registro de todos los noticiario
- Registrar el contenido de los noticiarios *24 Horas* de la noche y de *Hechos*
- Analizar el contenido de ambos noticiarios

- Llevar un registro de todos los noticiarios grabados, y en caso de no ser así, especificar en la misma hoja de registro respectiva, el motivo por el cual no se grabó o no se registró
- Registrar los tiempos de los candidatos en los seis noticiarios televisivos
- Realizar los cuadros semanales y mensuales de los tiempos de los candidatos - únicamente de los noticiarios *Hechos y 24 Horas*.
- Elaborar las gráficas semanales y mensuales, correspondientes a la información anterior
- Hacer la lectura de las gráficas anteriores
- Analizar los tiempos en televisión de los candidatos
- Analizar la imagen transmitida durante las campañas proselitistas de los candidatos en los noticiarios televisivos *Hechos y 24 Horas*
- Realizar un análisis general, relacionando el contenido de los noticiarios, como el tiempo de las campañas, y de su imagen respectiva transmitida por televisión, así como las noticias publicadas en la Síntesis de Economía, Política y Finanzas.
- Realizar una propuesta directa a Televisa, de saber cuál es el papel que está desempeñando durante ese periodo de elección a presidente de la República y la forma de cómo puede participar a favor de sus intereses.

CAPITULO V

La información

APARTADOS

5. Organización de la información

5.1. Describir cómo se organizaba la información de temas de interés para Televisa y para la Dirección, SI, Sistema de Información

5.2. Analizar la forma en que se organizaba la información en la Dirección SI, Sistema de Información

5.3. Proponer una mejor manera de organizar la información en la Dirección SI, Sistema de Información

5.1. Describir cómo se organizaba la información de temas de interés para Televisa y para la Dirección, SI, Sistema de información

Otra actividad dentro del SI era organizar la información en expedientes. La información que no era incluida en alguna síntesis informativa, pero que también era importante por su contenido, era seleccionada y registrada para formar parte de un archivo hemerográfico.

La fuente principal eran los periódicos que se utilizaban para realizar las síntesis informativas y algunas revistas, por tanto nuestro universo de fuentes impresas era el siguiente:

Periódicos:

1. *El Universal*
2. *Excélsior*
3. *La Jornada*
4. *Reforma*
5. *El Financiero*
6. *El Economista*
7. *Summa*
8. *El Nacional*
9. *Unomásuno*
10. *El Heraldo*
11. *Novedades*
12. *El País*
13. *The News*
14. *The Wall Street Journal*
15. *The New York Times*
16. *USA Today*

Revistas:

1. *L'Observateur (Francés)*
2. *Meridiano 99*
3. *Plural*
4. *Expansión*
5. *Voz y Voto*
6. *Proceso*
7. *Época*
8. *Origina*
9. *Nexos*
10. *Intermedios*
11. *Este país*
12. *Eres*
13. *TV y Novelas*
14. *Teleguía*
15. *Etcétera*
16. *USA Today (EU)*
17. *Telemundo*
18. *PC Magazine (EU)*
19. *Líderes*
20. *Newsweek (EU)*
21. *Time (EU)*
22. *Cambio 16*
23. *Forbes (EU)*
24. *Fortune (EU)*
25. *PC World (EU)*
26. *ABCEBRA*
27. *Revista Mexicana de Comunicación*
28. *Bitácora*
29. *Business week (EU)*
30. *Communication (Venezuela)*
31. *Contratexto (Perú)*

Selección de la información

Al igual que en la síntesis informativa, existía una lista de temas específicos:

1. Cuauhtémoc Cárdenas
2. Debate
3. Derecho a la libertad de expresión
4. Encuestas
5. Ejército Mexicano
6. Estrategia Electoral
7. Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)
8. Grupo San Ángel
9. Imagen política
10. India
11. Manuel Camacho Solís
12. Medios de Comunicación
13. Observadores Nacionales
14. Observadores Internacionales
15. Organizaciones no gubernamentales
16. Propaganda de partidos

La clasificación de la información se hacía de acuerdo a estos temas preestablecidos y de algunos que podían surgir a partir de la importancia que iba recobrando la información misma, o bien, a través de las sugerencias del Director, de las personas que recibían estas Síntesis, o de las necesidades mismas que se pudieran plantear al realizar un análisis en particular.

El contenido de la información debía corresponder al siguiente criterio de los temas:

1. **Cuauhtémoc Cárdenas:** todo lo relacionado con el candidato presidencial: declaraciones, actividades, conferencias de prensa, etc. durante y después de su campaña proselitista.
2. **Debate:** en este apartado se archivaban las notas alusivas al debate entre los candidatos para presidente de la República durante las elecciones de 1994.
3. **Derecho a la libertad de expresión:** en este tema se registraban las notas relacionadas a la libertad de expresión, de información, problemas, declaraciones, opiniones, legislación, acoso a periodistas, etc.
4. **Encuestas:** durante la campaña política de 1994, para elegir presidente de la República, se publicaron diferentes encuestas, es en este apartado donde se llevaba un registro de las mismas.

5. **Ejército Mexicano:** en este inciso se guardaba todas las notas con alusión al Ejército Mexicano, tanto información general, tanto de actividades relacionadas con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), por ejemplo, así como información de los posibles candidatos a ocupar la Secretaría de Estado.
6. **Estrategia Electoral** en los periódicos, principalmente, aparecían noticias de los mismos partidos políticos, quienes daban a conocer algunos rasgos a seguir de sus campañas políticas para elegir presidente de la República.
7. **Ejército Zapatista de Liberación Nacional,** en este apartado se registraba información relacionada con este grupo rebelde.
8. **Grupo San Ángel:** durante el proceso electoral de 1994, este organismo no gubernamental participó en la vida política, por lo tanto, se archivaban las notas dadas a conocer, desde sus orígenes, el nombre de sus integrantes, declaraciones de los mismos, posturas, etc.
9. **Imagen política:** por lo regular, en este tema, se archivaban artículos cuyo contenido se refería a la imagen política de los candidatos y de los partidos políticos.
10. **India:** este tema surgió como necesidad informativa de Televisa, quien tenía interés en este país para la apertura de nuevos negocios.
11. **Manuel Camacho Solís:** en este inciso se archivaban todas las notas relacionadas con este personaje público: declaraciones, actividades, etc.
12. **Medios de Comunicación:** todo lo que hiciera referencia a los medios masivos de comunicación.
13. **Observadores Nacionales:** se registraba la información de la participación de los observadores nacionales en el proceso electoral de 1994.
14. **Observadores Internacionales:** este tiene la misma finalidad que el anterior, sólo que aquí se registraban únicamente a los observadores internacionales.
15. **Organizaciones no gubernamentales:** grupos no gubernamentales, quienes jugaron un papel en la vida política de México, es precisamente la función de este apartado, registrar todos esos grupos, por ejemplo el Grupo Santa Julia, etc.
16. **Propaganda de partidos:** en este tema se archivaban todos los desplegados de propaganda diseñados especialmente durante las campañas proselitistas de todos los partidos políticos en 1994.

5. **Ejército Mexicano:** en este inciso se guardaba todas las notas con alusión al Ejército Mexicano, tanto, información general, tanto de actividades relacionadas con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), por ejemplo, así como información de los posibles candidatos a ocupar la Secretaría de Estado.
6. **Estrategia Electoral:** en los periódicos, principalmente, aparecían noticias de los mismos partidos políticos, quienes daban a conocer algunos rasgos a seguir de sus campañas políticas para elegir presidente de la República.
7. **Ejército Zapatista de Liberación Nacional:** en este apartado se registraba información relacionada con este grupo rebelde.
8. **Grupo San Ángel:** durante el proceso electoral de 1994, este organismo no gubernamental participó en la vida política, por lo tanto, se archivaban las notas dadas a conocer, desde sus orígenes, el nombre de sus integrantes, declaraciones de los mismos, posturas, etc.
9. **Imagen política:** por lo regular, en este tema, se archivaban artículos cuyo contenido se refería a la imagen política de los candidatos y de los partidos políticos.
10. **India:** este tema surgió como necesidad informativa de Televisa, quien tenía interés en este país para la apertura de nuevos negocios.
11. **Manuel Camacho Solís:** en este inciso se archivaban todas las notas relacionadas con este personaje público: declaraciones, actividades, etc.
12. **Medios de Comunicación:** todo lo que hiciera referencia a los medios masivos de comunicación.
13. **Observadores Nacionales:** se registraba la información de la participación de los observadores nacionales en el proceso electoral de 1994.
14. **Observadores Internacionales:** este tiene la misma finalidad que el anterior, sólo que aquí se registraban únicamente a los observadores internacionales.
15. **Organizaciones no gubernamentales:** grupos no gubernamentales, quienes jugaron un papel en la vida política de México, es precisamente la función de este apartado, registrar todos esos grupos, por ejemplo el Grupo Santa Julia, etc.
16. **Propaganda de partidos:** en este tema se archivaban todos los desplegados de propaganda diseñados especialmente durante las campañas proselitistas de todos los partidos políticos en 1994.

Registro de la información

Una vez determinado el tema de la información se procedía a sacarle una fotocopia para no recortar los periódicos ni las revistas, después se recortaba y se pegaba en una hoja de registro, la cual tenía el siguiente formato:



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

Fecha: 24 de octubre
Periódico: Reforma

Tema: Medios
Página: 7 A

En donde:

- **Tema:** se escribía el nombre del tema que correspondiera a partir de la lista ya establecida
- **Fuente:** contenía el nombre del periódico o de la revista, a partir de la cual se obtuvo dicha información
- **Página:** el número de la página de la cual provenía la información, incluyendo su sección. (A, B, C, Ciudad, Estados, 2a, etc.)
- **Fecha:** el día, el mes y el año, en el que se publicó esa información

Seguimiento de dicha información

- Una vez registrada la información en la hoja de registro, se procedía a archivarla en una carpeta de acuerdo al tema
- El tiempo que permanecía archivado el documento era el necesario para poder ocuparlo. De esta manera no se tenía un límite para desecharlo.
- La información archivada era leída para subrayar lo más importante y capturarlo en la computadora en un archivo específico

5.2. Analizar la forma en que se organizaba la información, en la Dirección Si, Sistema de información

Como se mencionó anteriormente, se contaba con un universo de 47 publicaciones (16 periódicos + 31 revistas), las cuales incluían los 16 periódicos que se revisaban diariamente para la síntesis, revistas de corte político, de publicidad, tecnología, espectáculos, finanzas, medios de comunicación y ediciones en inglés.

Selección de la información

Para poder determinar si la información valía la pena archivarla, ésta obedecía principalmente a su contenido. Por tanto, los temas de registro, ya sea establecidos o nuevos, se debían a:

- La información registrada debería formar parte de un archivo, en el que tuviera la particularidad de recurrir a él para obtener datos directos de la misma fuente y ser analizados en momentos posteriores.
- Importancia de la misma información en función a las repercusiones sociales que pudiera tener.
- Sugerencias del director del SI, del coordinador o de quienes recibían los productos comunicativos.

De esta manera, dada la importancia de los temas archivados, procederemos a realizar un análisis de contenido de los mismos. Para tal efecto, enunciaremos todos los temas y a continuación los clasificaremos en las categorías de:

- **Hechos**
- **Instituciones**
- **Actores**

TEMAS	CATEGORÍAS
1. Cuauhtémoc Cárdenas	Actor
2. Debate	Hecho
3. Derecho a la libertad de expresión	Hecho
4. Encuestas	Hecho
5. Ejército Mexicano	Institución
6. Estrategia Electoral	Hecho
7. Ejército Zapatista de Liberación Nacional	Actor
8. Frente Amplio de Liberación Nacional	Actor
9. Imagen Política	Hecho
10. India	Hecho
11. Manuel Camacho Solís	Actor
12. Medios de comunicación	Actores
13. Observadores Nacionales	Actores
14. Observadores Internacionales	Actores
15. Organizadores no gubernamentales	Actores
16. Propaganda de partidos	Hecho
17. Televisa	Institución

Cuantificación de los datos anteriores:

CATEGORÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
		%
Hechos	6	35
Actores	9	53
Instituciones	2	12
Total	17	100

Lectura:

Con respecto a los temas que conforman la Síntesis Informativa de Economía, Política y Finanzas, que en total sumaban 63, en el archivo solamente tenemos 17. Es decir, solamente el 25% se guardaba para formar el archivo hemerográfico, lo que significa contar únicamente con una cuarta parte de información física de un total de 47 publicaciones.

De los 17 temas, la mitad (53%) corresponde a actores; 35% a hechos, y 2% a instituciones.

De los 63 temas de la síntesis informativa se repiten Cuauhtémoc Cárdenas, Manuel Camacho Solís, Televisa, Encuestas, Ejército Mexicano, Ejército Zapatista de Liberación Nacional, Medios de Comunicación, Observadores nacionales e internacionales, las organizaciones no gubernamentales, es decir un total de 10 temas.

El objetivo de formar este archivo era mantener un seguimiento periodístico de temas considerados como importantes.

De lo anterior podemos plantear la necesidad de tener acceso a la información física de la nota completa. Si bien es cierto que a través de la información incluida en síntesis -debido a la estructura de organización y jerarquización- se podía mantener un seguimiento, pero conforme se fueran leyendo los documentos, -a pesar de proporcionarnos- un panorama general, un conocimiento de todo el contexto nacional, a partir de la particularidad de los temas para llegar a lo general, también se corre el riesgo de perderse en la información.

Lo anterior no es motivado por la carencia del orden y distribución de la información, sino de la misma forma en que cada uno percibe y discrimina la información.

Continuando con los temas de archivo resulta interesante observar cuáles temas se repiten y por qué se les está dando importancia, en comparación con los 53 restantes.

A partir del contexto nacional, específicamente las elecciones presidenciales de 1994, el mantenerse al tanto de éstos temas no es sino estar al pendiente de lo que en cada uno pudiera suceder a partir del rol que estaban teniendo cada uno de ellos y de las repercusiones que sus movimientos y/o declaraciones pudieran influir o no en el proceso electoral.

El tema del debate recobró importancia por si mismo y además como necesariamente iba a ser transmitido por algún medio de comunicación era vital para Televisa enterarse de cuáles serían las condiciones de ese encuentro y de ver la posibilidad de proponer el uso de sus instalaciones para ese acontecimiento. Además, de saber, a través de la prensa escrita cómo se estaban conduciendo los demás medios de comunicación.

Durante el periodo electoral de 1994, las encuestas acerca de las tendencias y preferencias electorales eran publicadas de forma indiscriminada. No había un sólo día en que no se dieran a conocer resultados de esas tendencias, sin embargo independientemente de considerar su metodología y su seriedad de investigación, o incluso la fuente de la cual procedían, era importante ver, en general y a través de una comparación general de todas, que partido llevaba la delantera y si está era constante.

Los partidos políticos, definitivamente marcaron una imagen al exterior a través de sus campañas transmitidas en los diferentes medios, de ahí la importancia de tener este apartado.

Fuera de este marco, el tema de la India fue establecido por las intenciones de Televisa en informarse por tener intereses de expansión en esa nación.

Por lo tanto, tenemos que la lista de temas para ser organizados y registrados en el archivo hemerográfico responde solamente a todo lo relacionado con el proceso electoral de 1994, es decir, se relaciona únicamente con el área de la política. Si bien este acontecimiento marcaba el acontecer nacional en forma determinante a todas las demás áreas, social, económica, etc. esto no justifica la existencia de 17 temas exclusivamente.

De lo anterior consideramos lo siguiente:

La información archivada se capturaba en la computadora, aportando los datos de la hoja de registro e incluyendo un pequeño resumen subrayado por las analistas, sin embargo, este trabajo no tuvo un seguimiento constante, por problemas de tiempo y de recursos materiales.

- El análisis de la información no se realizaba debido al exceso de la misma, al seguimiento inconstante y a la falta de tiempo, de recursos materiales, humanos e incluso de espacio e infraestructura.
- Se tenía un universo de fuentes hemerográficas (16 periódicos más 31 revistas) amplio que se desaprovechaban porque no se mantenía una revisión constante y un método específico para organizar y seleccionar la información.
- A partir del universo de fuentes hermerográficas, la lista de temas es "pequeña" en comparación del contenido que las mismas fuentes pueden arrojar.
- Las publicaciones no eran entregadas en forma constante, en ocasiones se tenía solamente un ejemplar de cada una.

- La lista de temas seleccionados no corresponde al contenido que podemos encontrar en las publicaciones, ya que éstas representan por sí mismo un carácter distinto
- Se conocía el criterio para seleccionar la información, sin embargo este no era lo suficientemente claro para agregar otros temas.
- No se tenía un control el número de publicaciones ni de la periodicidad de los mismos.
- Tampoco se tenía un registro del contenido de las mismas.

5.3. Proponer una mejor forma de organización de la información en el SI

Selección y registro de la información

Para poder determinar si una información es importante para ser archivada se debe tomar en cuenta:

- Establecer un objetivo para organizar y mantener un seguimiento de la información:

Contar con un archivo hemerográfico funcional como fuente de consulta para quien así lo requiera, el cual esté integrado únicamente por temas e información distinta a la integrada en la Síntesis de Economía, Política y Finanzas

- La funcionalidad dependerá, en buena medida de la organización y control de la organización. Por ello, es necesario:
- Establecer una lista de temas independiente a la lista de síntesis que contenga en forma general todos los aspectos del acontecer nacional.
- La selección de la información se realizará a partir de considerar que esa información puede servir para nutrir, enriquecer, ampliar, complementar un análisis posterior.

Para ello proponemos lo siguiente:

Especificar las áreas generales:

- Económica
- Política
- Social
- Cultural

A partir de éstas **establecer el tema en cada área:**

Ejemplo:

AREA	TEMA
Económico	Devaluación
Político	Proceso electoral de 1994
Social	Movimientos armados durante 1994
Cultural	Intelectuales

Establecer el tema:

Este será determinado a partir de la misma naturaleza y de la importancia que va tomando la información, en diferentes espacios informativos y en los diferentes medios de comunicación, sin olvidarse de que manera se ve beneficiada la organización en la cual estamos trabajando con el archivo de esa información y las necesidades de los analistas.

Después se procederá a señalar el subtema, es decir qué queremos saber acerca del tema.

Ejemplo:

AREA	TEMA	SUBTEMA
Económica	Devaluación	Bolsa de Valores Cetes Dólar
Política	Proceso electoral de 1994	Partidos Candidatos
Social	Movimientos armados	EZLN Frente Amplio de Liberación Nacional Guerrilla urbana
Cultural	Intelectuales	Participación en la vida política de la nación

Una vez establecido el subtema se procederá a desglosar en subtemas específicos. Éstos tienen la característica principal de surgir directamente del subtema.

Ejemplo:

AREA	TEMA	SUBTEMA	SUBTEMA ESPECÍFICO
Económica	Devaluación	Bolsa de Valores Cetes Dólar	Indice de la BMV Valores Precio del dólar frente el peso
Política	Proceso electoral	Partidos Candidatos a la presidencia	PRI PAN PRD Ernesto Zedillo Diego Fernández Cauhtémoc Cárdenas
Social	Movimientos armados	EZLN	Comunicados Elecciones locales Negociaciones Gobierno Iglesia Historia
Cultura	Intelectuales	Participación en la vida política de la nación	Declaraciones Grupo al que pertenecen

Registro

El diseño de la hoja de registro será similar a la anterior, pero para no especificar su fuente, ésta se observará a partir de su logotipo que será fotocopiado en la hoja. El dato de tema será omitido porque el criterio para establecerlo para poder archivarlo dependerá de la función y de los objetivos que esté sujeto.

Ejemplo de la hoja de registro: éstos datos aparecerán en forma independiente en cada hoja

EXCELSIOR
EL PERIODICO DE LA VIDA NACIONAL

FECHA:
PAGS :



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

EL UNIVERSAL 

FECHA:
PAGS :



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

Seguimiento de la información

- Se archivarán las notas completas de toda la información en su tamaño real de la original
- No existe límite de tiempo para su permanencia
- La hoja de registro será foleada
- Una vez plasmada la información en la hoja de registro se realizará un vaciado de su contenido en una base de datos la cual funcionará como una ficha de consulta. Ésta deberá contener los siguientes datos:

Ficha hemerográfica:

Datos:

ÁREA:
SUBTEMA:
MEDIO:
PÁGINA:
FECHA:
LUGAR:
DECLARACIÓN:
SÍNTESIS:

TEMA:
SUBTEMA ESPECÍFICO:
FUENTE:
GÉNERO:
IMPLICADOS:
No. de FOLIO:

En donde:

ÁREA: Esta podrá ser económica, política, social, cultural

SUBTEMA: Punto particular del tema

MEDIO: Medio de comunicación del cual proviene la información

PÁGINA: No. de página de donde se sacó la información

FECHA: Día, mes, año

LUGAR: Donde se emitió la información

DECLARACIÓN: Mensaje de quién emitió la información

SÍNTESIS: Agregar algo que se considere importante e independiente de lo anterior

TEMA: De acuerdo a la lista de temas establecida

SUBTEMA ESPECÍFICO: Pueden ser indicadores, variables, qué es específicamente lo que queremos saber

FUENTE: Nombre del medio de comunicación

GÉNERO: Género periodístico al que pertenece: nota, entrevista, conferencia de prensa, columnas, etc.

IMPLICADOS: Quiénes o qué es lo que se ve involucrado con esa información

No. de FOLIO: Numeración secuencial

Ejemplo:

ÁREA: Política

SUBTEMA: Reforma electoral

MEDIO: Prensa

PÁGINA: 3

FECHA: 20/01/96

LUGAR: SEGOB

DECLARACIÓN: ---

SÍNTESIS: El Tribunal Federal Electoral pasará a formar parte de la SCJN

TEMA: Reforma política

SUBTEMA ESPECÍFICO: Tribunal Federal Electoral

FUENTE: Reforma

GÉNERO: Nota

IMPLICADOS: IFE, Partidos

No. de FOLIO: 0001

La elaboración de éstas fichas es con el objetivo de organizar de una manera sistemática nuestra información para que pueda ser funcional de lo contrario ésta se perderá y carecerá de utilidad.

CAPITULO VI

Monitoreo del noticiario 24 Horas

APARTADOS

6. Monitoreo del noticiario *24 Horas*

6.1. Describir la forma en que realizaba el monitoreo del noticiario *24 Horas* de la noche conducido por Jacobo Zabudovsky.

6.2. Analizar el procedimiento del registro del contenido del noticiario *24 Horas* de la noche conducido por Jacobo Zabudovsky

6.3. Proponer una forma de monitoreo del contenido del noticiario nocturno *24 Horas* conducido por Jacobo Zabudovsky

6.1. Describir la forma en que realizaba el monitoreo del noticiario 24 Horas de la noche conducido por Jacobo Zabłudovsky

Una de las actividades dentro del SI, era realizar el monitoreo del noticiario 24 Horas de la noche, conducido por Jacobo Zabłudovsky. Para tal efecto primero se programaba la videocasetera por las tardes. Por las mañanas se seleccionaba el noticiario y se empezaba por registrar toda la información transmitida y a tomar los tiempos específicos de cada noticia transmitida y de los comerciales.

El resumen inicial se grababa también en una minigrabadora, para ser transcrito e incluirlo en la síntesis de Economía, Política y Finanzas.

Para tal efecto, se llenaba una hoja de registro con el siguiente formato: (Ver hoja de registro)

Explicación del formato:

El formato se dividía en dos hojas. La primera servía como carátula y tenía como nombre Reporte de Monitoreo Telegráfico. En la parte superior se especificaban la fecha, iniciando con el día, el mes y el año; en el centro el horario del noticiario, en donde debería anotarse el horario de transmisión, el por último en el apartado de Noticiario, se escribía el nombre específico del programa.

En la parte izquierda de la hoja se encuentran los siguientes apartados:

UBICACIÓN	DECLARANTE	RESUMEN TELEGRAFICO	DURACIÓN
RI	D		

La ubicación se dividía en dos:

RI: Resumen Inicial

D: Declaración

En el primero se escribía el número de noticia correspondiente al resumen inicial (RI) y en el segundo (D) la numeración secuencial de las noticias.

En el apartado de declarante, se registraba el nombre del personaje que era involucrado o bien, quien emitiera la información.

En el resumen telegráfico se anotaba, tratando de hacerlo en una frase, la noticia transmitida en el noticiario.

A continuación se presentarán los ejemplos:

***HOJA DE REGISTRO
DE MONITOREO***

***MONITOREO
TELEGRÁFICO***

Ejemplo



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

REPORTE DE ACTIVIDADES TELEGRÁFICAS

FECHA: Lunes 15 de agosto de 1994	HORARIO: 22:30 a 23:30	NOTICIERO: 24 Horas
-----------------------------------	------------------------	---------------------

UBICACIÓN	DECLARANTE	RESUMEN TELEGRÁFICO	DURACIÓN
-----------	------------	---------------------	----------

1	Pedro Aspe, secretario de Hacienda y Crédito Público	Inversión extranjera en México. Informe a la Cámara de Diputados	7:00"
		Brandy Don Pedro	3:00"
		Banco de Comercio Exterior	2:00"
		Mr. Donalds	2:00"
		Telex	3:00"
		Seguros Comercial America	3:00"
2	Anuro Núñez Director general del IFE	Seguridad en el espacio de internet	7:13"
		Exxon	3:00"
		Telefonos Vozcel	3:00"
		Benson & Hedges	1:00"
		Exxon	3:00"



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

REPORTE DE MONITOREO TELEGRÁFICO

FECHA: Lunes 15 de agosto de 1994	HORARIO: 22:30 a 23: 30	NOTICIERO: 24 Horas
-----------------------------------	-------------------------	---------------------

UBICACIÓN	DECLARANTE	RESUMEN TELEGRÁFICO	DURACIÓN
-----------	------------	---------------------	----------

1	Pedro Aspe, secretario de Hacienda y Crédito Público	Inversión extranjera en México. Informe económico en la Cámara de Diputados	2'09"
		Brandy Don Pedro	30"
		Banco de Comercio Exterior	20"
		Mc. Donalds	20"
		Viceroy	30"
		Seguros Comercial America	30"
2	Arturo Núñez	Seguridad en el equipo de conteo	2'18
	Director general del IFE		
		Bacardy	30"
		Telefonía Iusacell	30"
		Benson & Heges	40"
		Bancomer	30"

4	Jorge Sánchez Acosta Coordinador de conteo rápido	El domingo se darán a conocer, mediante la instalación de dos sistemas, las tendencias de la votación	3'40"
5		México: Elecciones legítimas (Opinión de EUA)	48"
6	Fernando Solana	Propone seguridad	3'20"
7	DIF	Informe de actividades	2'20"
8		Captura de dos asaltantes de cajeros automáticos	19"
9	Oaxaca	Accidente carretero	10"
		Appleton	30"
		Lotería Nacional para la Asistencia Pública	30"
		Viceroy	30"
		Operalía '94	1"
10	María Félix	Entrevista	15'
		Sección Toros y Deportes	7'06"
		Smirnoff	
		Banco Internacional	
		The Classical Collegtion	
		Corona	
		Anuncio de discapacitados	20"
11	Ernesto Zedillo	Cierre de campaña	1'37"
12	Diego Fernández de Cevallos	Cierre de campaña por Michoacán	1'32"
13	Cuauhtémoc Cárdenas S.	Visita en Sinaloa	
14	Rafael Aguilar Talamantes	En la ciudad de México	57"
15	Pablo Emilio Madero	Visita a Queretáro	52"
16	Cecilia Soto	Presentación de un libro	1'08"
17	Jorge G. Torres	En la ciudad de México	55"
		Garci Crespo	30"

***RESÚMENES
INICIALES
(24 HORAS Y PUNTO
POR PUNTO)
Ejemplos***



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

NOTICIERO: 24 Horas
HORARIO : Nocturno
FECHA : Lunes 13 de junio de 1994
TIEMPO : 51''

24 Horas

Conductor: Jacobo Zabłudovsky

1. El gobierno de México pocede a consolidar la seguridad militar en Chiapas y a garantizar la soberanía nacional, dijo el presidente Carlos Salinas de Gortari. Y agregó: "en Chiapas se mantiene cese al fuego y se privilegia la solución política".
2. En Cartagena de Indias el presidente Salinas firmó, con los presidentes de Colombia y Venezuela, el Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres. Antes, el presidente de México realizó una visita, de seis horas, a Cuba.
3. Aumentan los indicios de que el estallido del sábado en Guadalajara fue obra de narcotráficantes. Hay siete detenidos.
4. El juez primero de Toluca aceptó más de 30 pruebas presentadas por la Fiscalía Especial sobre la hipótesis de que Mario Aburto actúo solo al asesinar a Luis Donaldo Colosio.



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

NOTICIERO: Punto por Punto
HORARIO : Nocturno
FECHA : Viernes 3 de junio de 1994
TIEMPO : 3:30

PUNTO POR PUNTO

Conductores: Ramón Fregoso y Jesús Díaz

1. Protesta ante Jorge Carpizo, el secretario de Gobernación, los seis Consejeros Ciudadanos propuestos y aprobados por los partidos políticos en el Congreso. En sesión especial el Consejo General del IFE se instala con su nueva integración.

2. Hoy Punto de Vista sobre este tema: ¿Quiénes son los consejeros ciudadanos, que harán y cómo? Además, la perspectiva: ¿Qué avances significan en la vida política de México? En el estudio el analista político Luis Fernando Núñez.

3. Ignacio Pichardo Pagaza, el secretario nacional del PRI, afirmó que por sentido común, el asesinato de Luis Donaldo Colosio se cometió con todas las agravantes de la ley: "ochenta millones de mexicanos se dieron cuenta como el asesinato de Luis Donaldo Colosio tiene todas las agravantes de la ley. Eso lo vimos con el sentido común pero, corresponde al juez de la causa decidirlo"

4. El presidente Carlos Salinas de Gortari anunció que bajan los precios del diesel y de los fertilizantes para apoyar a los productores del campo: "la reducción del precio de este energético equivale a una baja de 3.5 por ciento precisamente en el diesel que reciben nuestros compañeros campesinos".

5. Tras luchar por su vida durante una semana fallece la niña Samadí Ríos Hernández, de diez años de edad, quien justamente hace ocho días fue atropellada en la colonia Lindavista por un policía que manejaba a exceso de velocidad y aparentemente ebrio.

6. "Conforme se vayan aumentando los niveles de ocupación, el índice delictivo irá decreciendo", afirmó Manuel Aguilera Gómez, jefe del DDF. Dice que la falta de empleo en la capital es una de las razones principales que ha provocado el aumento de la delincuencia.

7. Delegados de más de una veintena de países asistentes al XXIII Consejo por el Sistema Económico Mexicano el CELA, aprueban una resolución de rechazo al bloqueo económico comercial y financiero contra Cuba.

8. A los 58 años es ahora un *jovenazo de todo corazón*. Desde el sábado pasado, gracias a su buen estado físico, Don Salvador recibió un corazón de 17 años de quien había muerto en un accidente automovilístico.

9. Raúl González, el presidente de la Comisión Nacional del Deporte, se niega a hablar sobre la acusación de tráfico de influencias que pesa por él.

10. Sólo faltan 14 días para que comience el Mundial de Fútbol de Estados Unidos 1994.



SI, SISTEMA DE INFORMACIÓN

NOTICIERO: Punto por Punto
HORARIO : Nocturno
FECHA : Jueves 2 de junio de 1994
TIEMPO : 5'30

PUNTO POR PUNTO

Conductores: Ramón Fregoso y Jesús Díaz

1. Miguel Montes, subprocurador especial para las investigaciones del asesinato de Luis Donaldo Colosio, presentó su informe. También examinaremos un informe pericial presentado por el director de servicios criminalísticos de la PGR.
2. La Secretaría de la Defensa Nacional afirmó que desde hace cuatro meses estaba al tanto de la supuesta introducción de armas ilegales a México. Aseguró que hasta ahora no hay evidencia de que esto haya ocurrido.
3. Ricardo Marsorel Caballero, el delegado de la PGR en Tamaulipas, reconoció que el contrabando de armas de fuego y cartuchos de diversos calibres se ha incrementado en los últimos meses por la frontera tamaulipeca.
4. El obispo Samuel Ruiz denunció, ante las autoridades federales, estatales y municipales, una serie de anónimos que amenazan con destruir el archivo histórico de la diócesis de San Cristóbal de las Casas.

5. Se les otorgará visas a los 96 cubanos que fueron interceptados en costas mexicanas en abril, pues fueron trasladados a La Trinidad, Tlaxcala. El gobierno de los Estados Unidos les permitirá la entrada.
6. Cerca de unas 480 personas afectadas, unas 200 casas sin techo, familias que lo perdieron todo, es el resultado de sólo 12 minutos de tornado con lluvia en Salina Cruz, Oaxaca. Hay una docena de lesionados.
7. En Tecuanapa, Guerrero, la policía motorizada agredió a una manifestación en la que exigía solución a los problemas de agua potable. Al rededor de 30 personas, en su mayoría ancianos, resultaron heridos.
8. En la reunión ministerial del Sistema Económico de América Latina, Jaime Serra Puche, secretario de Comercio, planteó la posición de México, en el sentido de que el Tratado de Libre Comercio debe ser un área abierta a nuevos miembros y particularmente los que son de la región.
9. Por primera vez en el mundo hay un equipo de investigadores mexicanos que logran trasplantar tejido vegetal vivo en los animales. Con este descubrimiento se abren nuevas posibilidades terapéuticas en la búsqueda de trasplantes útiles para el tratamiento de enfermedades crónicas y lesiones.
10. El joven cineasta mexicano, Carlos Carrera, habla de su triunfo en el Festival de Cannes. Un cortometraje animado de aproximadamente cinco minutos donde se narra la historia común de una ciudad: "...y lo que me interesó es poner esta historia terrible de una realidad que desgraciadamente ocurre, no se cuántos suicidios ocurrieron el año pasado en el metro, y bueno creo que también en el metro de París, en el metro de Londres, y traté de hacer una película de amor en la que tratará la violencia".

11. *Punto por Punto* va a las cafeterías de las Universidades en México para saber cuánto gastan los estudiantes de hoy ¡qué tal se come!

12. Ser joven en Israel y disfrutarlo. Todo es posible a partir de los 21 años antes el país exige otras cosas. Hoy veremos cuál es el *Punto de Encuentro* allá.

13. La agencia internacional de Energía Atómica dice que no puede garantizar que Corea del Norte no haya desviado años atrás uranio para emplearlo en la conversión de armamento nuclear.

14. Los ataques del ejército Israelí contra posiciones del grupo Israelí, en el sur del Líbano, dejan por lo menos cuarenta personas muertas y cincuenta heridas. El gobierno Libanés declara día de duelo nacional en señal de condena.

15. Sólo faltan 15 días para que inicie el Mundial de Fútbol Estados Unidos 1994.

6.2. Analizar el procedimiento del registro del contenido del noticiario *24 Horas* de la noche conducido por Jacobo Zabudovsky

Los resúmenes iniciales se llevaban en su elaboración, aproximadamente una hora. Desde esta perspectiva, no tiene mayor complicación. En primer lugar porque no se tenía un registro del contenido de los noticiarios (a excepción de *24 Horas*, pero como no estaba entre las prioridades, si no se realizaba, no había ningún problema), los resúmenes iniciales pueden servir para tener, de alguna manera, organizada esa información, y por lo tanto darle una utilidad. Pero, esto solamente se hacía de tres noticiarios, y olvidándonos de los otros, que también son importantes, y sobre todo, que aunque se repitiera en ellos información, la cobertura de sus horarios podían aportar noticias diferentes para poder compararlas entre sí, incluso con la información de los diarios.

Si uno de los objetivos de la síntesis era entregarla antes de las 14:00 hrs. El incluir los resúmenes iniciales solamente retrasaba el trabajo, a menos de que esta actividad se realizará en forma independiente, o bien se incluyera solamente aspectos relevantes y complementarios de las Síntesis.

La información que contiene el monitoreo de *24 Horas*, nos parece sumamente importante porque de ahí se pueden desprender un sin número de aportaciones para la propia institución, y para quien se interese en la misma. Por ejemplo, se puede analizar de su contenido:

- Cuál es el esquema de cada noticiario
- Qué está transmitiendo
- Cómo se está haciendo (análisis de tomas)
- Qué espacio se le da a las noticias internacionales o nacionales
- Qué área es la más recurrente (política, social, económica, cultural)
- A qué instituciones se les da cobertura
- Qué firmas de publicidad se transmiten durante estos noticiarios
- Qué línea mantiene ese medio
- Qué tratamiento se le da a la información
- Qué seguimiento tienen las noticias
- A qué aspectos se les da más importancia
- Editorialización de las notas
- Análisis de imagen: del (los) comentarista(s), del noticiario, y de la organización

De lo anterior se puede realizar un estudio completo de cada noticiario, cuyos resultados se pueden comparar con los objetivos específicos de cada uno y con todos entre sí, con la finalidad de mejorar o simplemente de conocer la forma de operación de cada uno.

6.3. Proponer una forma de monitorear el contenido del noticiario nocturno *24 Horas* conducido por Jacobo Zabłudovsky

Dados los beneficios, mencionados anteriormente, que se pueden obtener de esta actividad, proponemos lo siguiente:

- Establecer objetivos para monitorear los noticiarios
- Especificar cuáles noticiarios se deberán monitorear
- Realizar un monitoreo diario de cada uno de los noticiarios seleccionados en sus distintas emisiones
- Utilizar el monitoreo con fines de análisis
- Proponer un método de análisis de toda esa información, tanto de contenido como de imagen
- Tener un control de los monitoreos por fecha y contenido
- Plantear la posibilidad de monitorear noticiarios de radio
- Grabar, para después monitorear programas de interés para la dirección y en función de la política, la economía, la cultura, por ejemplo: entrevistas, reportajes, etc.
- Solicitar el apoyo de infraestructura para poder realizar esta actividad
- Replantear la importancia de incluir los resúmenes iniciales en la Síntesis de Economía, Política y Finanzas
- Establecer en la hoja de registro un Folio que corresponda a los videos grabados de cada noticiario
- Realizar una propuesta de organización de todos los videos y ver la posibilidad de formar una videoteca. En este sentido, se puede establecer que los videos sean reciclados, es decir, emplear un sólo casete para cada programa dependiendo del tiempo de duración acorde al día de la semana. Para ello, se puede emplear los colores y los días del programa hoy no circula, especificando el número de casete, el nombre y el color que corresponda al día

- Incluir la grabación de los noticiarios de fin de semana
- Revalorar y determinar si es necesario grabar los seis noticiarios
- Respecto a la forma de cómo se monitorear sugerimos se tome en cuenta:
- Monitorear simultáneamente los noticiarios conforme se van transmitiendo
- La redacción se hará a mano y después se registrará en la computadora
- El monitoreo de los noticieros nocturnos se entregarán como un documento adicional a la síntesis informativa
- Editar semanalmente un video que contenga el resumen de lo más importante para ilustrar y registrar con imágenes los acontecimientos

CAPITULO VII

Práctica y formación profesional

Educación-aprendizaje

La educación como un proceso social implica un permanente y cotidiano intercambio de informaciones, conocimientos y experiencias a partir de todo lo que nos rodea y de la relación con los demás. Es decir, la enseñanza y el aprendizaje suceden a través de procesos de creación, emisión, circulación, y percepción de mensajes en diversos sentidos, sin embargo, muy frecuentemente por las instituciones educativas que cursamos, a través de mensajes difundidos por quienes tienen una parte de la responsabilidad educativa, se forma a los individuos para una actuación irreflexiva. No obstante, también es posible educar a través de procesos de comunicación que conduzcan a los individuos, no a un saber acumulado, sino a un saber reflexivo.

Las comprensión de las relaciones educativas se enriquecen constantemente, dado que ambos fenómenos no suceden en un terreno abstracto, sino en el contexto de una formación social determinada, dentro de una realidad llena de factores económicos, políticos, sociales, culturales e ideológicos.

La escuela -cristalización de instituciones-, es un conjunto de convenciones que se han establecido socialmente y que se ha convertido en normas o principios que aplicados con rigidez y en forma impersonal: un edificio especial, un salón numerado, un horario establecido, una materia concreta que aprender o que enseñar, un programa preestablecido, un conjunto de relaciones jerárquicas, muchas normas que acatar (para "dar clase", para conducirse, para evaluar, etc.) roles que asumir y respetar (alumno-subordinado, profesor-autoridad, modelo) funciones que cumplir (alumno-aprender, obedecer; profesor-enseñar, dirigir) son los aspectos que los profesores y alumnos vivimos constantemente en la escuela todos los días.

La labor del docente es un conjunto de institucionalizaciones que tienen lugar en el aula; se pasa lista, piden se responda "presente", el profesor se coloca al frente y en lugar alto, y los alumnos en hileras de sillas clavadas en el piso; se exponen o se dictan los mismos apuntes todos los años (o se reproducen en fotocopia, con un afán de modernización) se utilizan los mismos procedimientos y técnicas de enseñanza, sobre todo aquellos que garantizan "disciplina" y por ende pasividad.

En un intento de superación se adoptan algunos procedimientos que están de moda, que promueven la actividad pero que no alteran los roles ni las relaciones de poder en el aula.

Diariamente se habla de autoritarismo, del poder de los medios en beneficio de continuar con lo establecido, de fomentar, de legitimizar al gobierno, ¿en la escuela se rompe con la estructura del poder a través del juego de los roles?

Desde nuestro primer contacto con la escuela el dogmatismo se presenta como un obstáculo de conocimientos, el cual está fuertemente arraigado. La diferencia entre alumno y profesor, es que al primero se le pide que aprenda y el segundo que enseñe, generalmente. El aprendizaje se ve reducido al aula, y se traduce en memorizaciones de nociones, conceptos, (preestablecidos en un programa que cumplir), que serán reproducidos "sobre pedido" en la clase o en los exámenes concibiendo al aprendizaje como un proceso mecánico.

Tal pareciera que uno posee el saber y otro necesita ese saber. Se considera al que "enseña como la autoridad" que decide, otorga y concede; y el que aprende, como un recipiente más o menos vacío y esterilizado al que hay que llenar.

De ser así, el proceso de conocimiento queda reducido a la aprehensión de los objetos a través de los sentidos, al acto mecánico de apropiación de la realidad, como si la realidad fuera inmutable, ajena al individuo, fragmentada en comportamientos estancados, inconexos y divorciados de la acción del hombre. Sin embargo, no siempre es así. ¿Hasta cuándo adquirimos conciencia de la forma en que aprendemos? ¿es la escuela el único medio para aprender? ¿cuándo "aterrizamos" los conocimientos? ¿es el ámbito laboral la única puerta para entender y enfrentar la realidad? ¿cuál es el objetivo de la educación: enseñar para aprender, aprender para enseñar? De ser así, ¿bajo que términos se debe educar?

Si partimos de que el aprendizaje es un proceso en espiral, las explicaciones, los cambios conseguidos son la base a partir de la cual se lograrán otros nuevos, más complejos y profundos que tienen que ser vistos no sólo en su dimensión individual sino fundamentalmente en lo social. Se aprende por y con los otros. ¿Es en esta etapa del proceso cuando nos conducimos en función de lo que los otros esperan de nosotros?

Para aprender es necesario aproximarse a la realidad y obtener de ella una lectura progresivamente más verdadera que resulta de la práctica acción-reflexión.

Consideramos que el aprendizaje cobra sentido en tanto se constituye en un medio para develar las contradicciones que generan conocimiento y la naturaleza de los conflictos, así como sus fuentes, que se presentan como parte de la dinámica de los procesos por aprender. La importancia o significatividad de los aprendizajes tiene un sentido social.

¿Se debe cuestionar el trabajo por el bienestar que este produce? Desde nuestro punto de vista, el bienestar de la educación va más allá de tener o no un empleo. Sin embargo, estamos ciertos de que es en el ámbito laboral donde se producen las contradicciones entre lo que debiera ser y no lo es y entre lo que es pero no tiene sentido que así sea. Es por ello que la relación entre la educación (el aprendizaje) y el empleo deban de convertirse en un elemento fundamental para lograr una crítica con juicio. Con sentido científico y práctico.

En el aprendizaje grupal -que regularmente se pone en práctica en nuestra profesión- entran en juego dialéctico el contenido cultural (información) y la emoción (atracción, rechazo, movilización de la efectividad), para obtener la producción de nuevas situaciones, tareas, soluciones, explicaciones, etc. ¿es así como nos conducimos en el aspecto laboral? ¿es en la experiencia del trabajo donde se deban aplicar los conocimientos acumulados por décadas? ¿es acaso en la vida misma, en la cotidianidad de nuestros espacios, en el cruce de nuestras relaciones sociales donde se deba descargar el aprendizaje? ¿o es en todas las áreas? ¿ello es posible? ¿es necesario hacer chocar los conocimientos teóricos contra la pared de la realidad para comprobar su aplicación? Los ladrillos jamás se sentirán golpeados, sin embargo, esa reflexión fundamenta a la práctica, la práctica genera nuevas elaboraciones, nuevos enfoques teóricos sobre los que se aprendieron en la escuela, nuevos análisis y síntesis que a su vez darán lugar a acciones nuevas, posiblemente más cercanas a una realidad concreta.

Es en este punto, en la práctica profesional, donde centramos la importancia de este trabajo. Por que es a través de la palabra escrita donde se deja testimonio de los hechos, de una experiencia laboral concreta.

Fue en Televisa, en el SI, donde la duda de los conocimientos escolares despertó el interés de saber la utilidad de estos en términos prácticos. El presente trabajo cierra un ciclo de aprender-aplicar-compartir. Fue ese lugar donde el término de la duda tuvo un sentido. Por que esa duda debe obligarnos a ser unos insaciables del saber. Preguntar para cuestionar lo que se dice. Por que quizá quien lo dice cree saber algo, o tal vez pretenda que lo aceptemos. Tal vez ésta sea una función de los medios masivos de comunicación: hacernos creer en una realidad presentada de acuerdo a sus intereses y desde su punto de vista. Sin embargo, quienes cuestionamos, tampoco implica que sepamos más que ellos. El término de la razón no se mide numéricamente, es por ello que estamos obligados a saber interpretar los hechos. .

Las concepciones tradicionales de aprendizaje insisten en la "aprehensión de la realidad"; esta sola frase tiene connotaciones: la realidad (social) está ahí, inmutables, estática, establecida, y el acercamiento del aprendiz es para hacerla suya a través de una captación sensorial que implica una actividad de apropiación (de integración o adaptación); el objeto de conocimiento es una fracción de esa realidad que se aborda para extraer de ella su esencia: en eso radica la significatividad del conocimiento. Es claro que la relación cognitiva y por lo tanto del aprendizaje, es visto como un proceso individual. Un sujeto que se relaciona con el objeto de conocimiento-; en consecuencia, también los instrumentos de conocimiento se diseñan para ser utilizados por individuos.

El proceso enseñanza-aprendizaje no se reduce sólo a las relaciones directas entre profesor y pupilo, pues ésta es solamente una de las formas que puede adoptar dicho proceso. Cuando estamos aprendiendo hay que despertar el hábito del conocimiento.

Hay millones de pobres, millones de analfabetos. Pero lo grave es que haya millones de universitarios que no sepamos leer. Por que esta actividad no se reduce a deletrear; de ser así sería como pretender busear sobre la superficie: reducir nuestra visión desde un solo punto, pero tampoco lo importante es llegar al fondo y quedarse sumergido en las bases, en lo teórico- Porque de lo que se trata es hacer del conocimiento algo funcional.

Las instituciones educativas

En ellas nuestro aprendizaje responde a un sistema de educación jerárquicamente estructurado y por tanto está graduado cronológicamente.

En este sentido, la podemos entender como una prestación del Estado lo cual puede contener, aunque no necesariamente, todas las condiciones necesarias para tratar de reproducir la estructura que en la actualidad prevalece, es decir, continuar con un modo de vida cuyas condiciones de existencia de los individuos no se ve alterada por ningún motivo, conservando las relaciones de poder existentes, aún cuando estamos conscientes de que las normas, valores, actitudes y prácticas de enseñanza son otorgados en primera instancia por la familia, por los medios de comunicación, por las relaciones humanas, y por distintas instituciones educativas, pero ambas, como segundo medio.

Ante el tamaño de los problemas que padecemos en nuestro país, la solución debe plantearse como una responsabilidad compartida por todos.

Las escuelas, las universidades, nuestra Universidad, deben producir conocimientos. Mientras innumerables, memorables y trágicos acontecimientos que suceden día tras día, las instituciones de educación superior deben de participar en el desarrollo de una capacidad de reflexión capaz de conducirnos hacia la reconstrucción de un proyecto nacional. Somos los alumnos quienes pertenecemos a la Universidad porque formamos parte de ella.

Es nuestra responsabilidad la de reflexionar sobre la verdad de las cosas, los acontecimientos, la naturaleza y en general de lo que se vive.

Participar en el sentido de asumirnos como un intelectual colectivo, como profesionista de la comunicación, que puede y debe intervenir sobre la sociedad desde una perspectiva crítica, desde una postura ética y objetiva para definir nuevos rumbos, señalar los errores, y también mencionar los aciertos. -en caso de haber,- en la conducción gubernamental, política y económica de México.

Asesinatos políticos, masacres a campesinos, corrupción, desastrosos, presiones extranjeras, derrumbe del país, abusos extraordinarios de poder, ante todo ello ¿qué nos atrevemos a decir? ¿o es acaso que no nos atrevemos a decir nada?

Debemos emitir juicios buscando hacer valer nuestra opinión. Debemos ser jóvenes cuestionadores, activos: analistas que formen parte del debate. No obstante, ¿cómo podremos desarrollarnos en una sociedad donde prevalece la inseguridad? La inseguridad trae consigo disponer nuestros actos en términos de acción-reacción ¿cuál es nuestro centro de atención? Asimismo la ignorancia es sinónimo de impreparación, lo que da desconfianza y también inseguridad, que aunque diferente a la anterior, es igualmente grave. ¿Eso es lo que queremos para nosotros, para nuestros estudiantes?

Aprender fuera: ¿la realidad?

El medio laboral nos permite desarrollar actitudes, destrezas, ocupaciones específicas. La responsabilidad de la educación y del aprendizaje se centra en el interés y en las necesidades del interesado. Es como quien aprende por la necesidad que se presenta sin dejar una opción. Ello nos permite explotar otras áreas de las cuales difícilmente tocamos cuando los instrumentos para alcanzar el conocimiento nos son proporcionados. De esta manera el problema se convierte en reto, obligándonos a responder inmediatamente, por sentido común, primero, pero con toda una lógica detrás. Los especialistas lo denominan intuición ¿no es éste el primer paso para alcanzar el conocimiento?

Los espacios en el trabajo constituyen una forma de aprender. Las experiencias, las ideas, los conocimientos, habilidades y aptitudes, responden a una organización propia para entender los problemas. Cuando salimos de la Universidad, es necesario seguirse capacitando, ya sea a través de seminarios, diplomados, simposiums, conferencias, asistir a distintos cursos, etc., o lo que es lo mismo, aprender a ser autodidactas.

Tratemos de situar todos esos conocimientos de la vida diaria, en forma organizada, que no carezca de una sistematización. Es indiscutible que en un principio sea así, inconsciente, desordenada, tal vez. Esto como resultado de todas las relaciones dadas a través de la familia, amigos, escuelas, trabajo, grupos políticos, organizaciones religiosas, culturales, etc. o por la influencia del ambiente, de los medios de comunicación. Pero es precisamente, en este aparente caos en el cual aprendemos, sin embargo, la sistematización de esos conocimientos es necesario darles un sentido.

Estamos de acuerdo que es necesario olvidar para aprender, sin embargo de olvidarnos de ese pasado tal vez nos condenamos a repetirlo. El vivir es ya una experiencia constante, el aprender durante ese lapso, por lo tanto, también es interminable.

La realidad se presenta como un fenómeno dinámico, no se puede fragmentar sino que existe como un continuo sin fronteras y sin límites. Es ajena, independiente, atemporal, cambiante, circunstancial en tiempo y espacio, difícil de entender, pero forma parte de nosotros como nuestra propia vida, y es que es la vida, acaso todos esos conocimientos sean encaminados siempre a entenderla, a aprender a relacionarnos con ella, a crecer juntos, a no permitir dejarnos absorber por esa realidad que a diario alimentamos pero, ella en cambio nos aniquila con su presencia. ¿no es así para todos? ¿existen acaso múltiples realidades? No. La realidad es una constante. La variable es nuestra visión, ¿cómo entenderla sin información?

La formación para incorporarse a la fuerza laboral

Durante las últimas décadas hemos sido testigos de diversos debates teóricos que cuestionan, sin duda, las ideas del progreso, de la modernidad, los regímenes políticos, los modelos económicos. Ese debate se ha extendido a todas las esferas de acción del ser humano. Basta observar cuantas teorías implicadas en una forma de vida están sucumbiendo. Estamos viviendo terrenos inseguros: nada es seguro. Los conceptos, las verdades, los pensamientos, las lecturas de la realidad parecen escaparse, y difícilmente se vislumbran. La inseguridad, la inestabilidad, el escaso consenso, la desintegración, son tan sólo algunas de las características que trae consigo "el cambio".

En el mundo la inestabilidad ha traído consigo la muerte del llamado viejo orden. Ha dejado de existir. En nuestro país, esa estabilidad, a la que nos acostumbramos por momentos, se está cuestionando, quizá porque también cayó. En los momentos de transformaciones, hay vacíos que necesariamente tenemos que llenar. Es hora de agudizar nuestra conciencia con respecto a un mundo cambiante que modifica la percepción del tiempo y del espacio. No es el momento de proporcionar las mejores respuestas, sino hacer las mejores preguntas, es quizá lo más valioso que tengamos a nuestro alcance. Lo peor es quedarnos inmóviles ante estas transformaciones, porque después de reflexionar, es hora de actuar. ¿estamos preparados para encontrar la mejor decisión y en consecuencia ponerla en práctica? ¿es en las aulas dónde se aprende esa realidad? ¿cuándo es el mejor momento?

Nuestra profesión: ¿qué profesionistas queremos?

Aprender para laborar, trabajar para aprender. La educación es servicio. Los conocimientos tienen fines sociales. ¿Los planes de estudio surgen de la realidad, de las necesidades que tiene el hombre para satisfacer otras, para continuar funcionando, para avanzar, crecer, acaso para continuar el ecosistema social donde cada uno cumple una función en particular y un servilismo social? ¿cuál es la función social de nuestra profesión? ¿es de calidad nuestra preparación?

¿La responsabilidad de nuestra profesión es similar a la del quehacer de los profesores, de los médicos, de aquellos profesionistas que están profundamente involucrados con las cosas que más importan en la vida? ¿Somos los únicos a quienes se les exige un alto potencial cultural contra un mínimo grado de dejarse pervertir: ser capaz de captar la realidad para quienes en su mayoría así la observan; somos capaces de ser objetivos en nuestro desempeño en ficción a nuestra profesión como comunicadores? ¿quiénes y hasta dónde dependen de nosotros para conocer cómo son las personas públicas, cómo actúan, qué declaran, qué sucede para ser digno de nuestra atención? ¿tenemos oídos, ojos y una pluma confiable? ¿son suficientes esos requisitos?

Sin duda la ciencia exige la verdad pase lo que pase. ¿lo nuestro se perfila hacia el bienestar social, en el sentido de no alarmar, de no alertar? ¿hasta dónde medir las consecuencias? ¿nos colocamos del lado de la responsabilidad o de la verdad? ¿dónde queda la *objetividad*?

¿En las aulas debemos de aprender técnicas o teorías; escribir en una máquina o aprender lo esencial de la historia de un país? ¿somos capaces de debatir y apostar una porción de nuestra libertad?

Los futuros son sin duda difíciles, sin embargo esto acaso sirva para abrir la brecha entre el sector que está avanzando en su propia formación, y aquel que por diversos razones se han quedado estancado y por ende, retrocede cada día. La sociedad necesita de todos, y por lo tanto debemos preocuparnos por rescatar al sector de ciudadanos que no han podido recibir educación básica. ¿será posible, viable, importante, o primero necesitamos rescatarnos a nosotros mismos quienes solemos estar en otras partes, dispersos, por encima o por debajo de lo que hacemos o pensamos? ¿en el trabajo mecanizamos nuestra vida, la cual desearía de estar atenta, se transforma en programada o en condicionada? ¿debemos contentarnos con un trabajo constante, permanente?

De algo estamos seguros. Los niveles de formación actuales, no podrán soportar a una sociedad en crecimiento y aspirante a una modernidad en el futuro inmediato.

Sin la base educativa difícilmente avanzará, es por ello que al reclamo social de una mejor educación básica debemos unir nuestra voluntad para colaborar con los responsables, y así lograr una mejor calidad, no sólo de la educación básica, sino también de la educación media superior y por ende una mejor condición de vida.

Los medios como extensión de nuestros sentidos exigen, plantean que es necesario confiar en el buen sentido de éstos. Sabemos que en forma creciente los ciudadanos dependen, en buena medida, de (nosotros) los comunicadores para conocer cómo son las personas, sucesos, cosas, que desde lejos reclaman nuestra atención, y de ahí la exigencia de querer tener "ojos y oídos" confiables. ¿son nuestros sentidos capaces de brindar esa certidumbre?

Los medios de comunicación deben explicar y dar cuenta de los hechos. A qué se encuentra el ciudadano común y corriente: a un puñado de acontecimientos de variada importancia. Es tal la acumulación desmesurada de esos eventos que, por supuesto, cada día rebasan nuestra capacidad.

Cada día el periódico construye y propaga en cada ejemplar una cosmovisión de gran tamaño. Es una abanico del mundo en que se incluyen sucesos, opiniones, fotografías, caricaturas, literatura, estadísticas, crímenes, manifestaciones, cartas, anuncios. De ahí la importancia de entenderlo.

Muchas veces se nos enseñan habilidades, trucos, técnicas que cualquiera aprende en meses de práctica. Sin embargo lo esencial es la historia, la cultura de los pueblos. Sólo a través de esta visión universitaria, con esta formación se puede ser comunicador, entender que pasa y por lo tanto, explicar el sentido de los acontecimientos de que va siendo testigo. ¿Cómo elevar la calidad educativa de un pueblo hambriento? ¿dónde se ubica el periodismo nacional respecto de la prensa internacional? ¿es la investigación, la lectura, el análisis del contexto como se puede competir?

En el caso del periodismo especializado, éste trasciende, va más allá de tener o no conocimientos en los géneros, en saber redactarlos (incluye un conocimiento en el uso adecuado del lenguaje, en hábitos de lectura), así como la importancia de la lingüística o de la literatura. Adaptar textos para hacer producciones en diferentes medios, o saber de proyectos editoriales en términos administrativos no es suficiente, ya que es necesario tener conocimientos generales, básicos en economía, política, cultura, sociología.

A partir de la experiencia adquirida durante nuestro desempeño profesional en Televisa nos lleva a hacer algunas reflexiones:

- La capacitación del alumno no sólo debe consistir en saber manejar aparatos, botones, (técnicas) sino también hay que capacitarle para que sea un receptor crítico de los mensajes. Para decodificar lúcidamente estos mensajes y también para producirlos. El individuo es capaz de consumir y recibir racionalmente la información proporcionada por los medios, para producir informaciones. A producir mensajes con las tecnologías de comunicación al uso. Preparar al individuo, en suma, para ser lector inteligente de mensajes y productor reflexivo de los mismos. Ante ello estaremos ante la posibilidad de entender cómo se "digiere" el mensaje, la información, cómo entender los acontecimientos, es decir, saber conducirse entre la saturación excesiva de la información
- Aprender a leer y a conocer los distintos medios para aprovechar la redundancia habitual de cada uno, las cabezas y balazos, permiten enterarse de lo que pasa con sólo leer estos enunciados. Así se aprovecha la redundancia semántica y sintáctica como pragmática, sin olvidar que las expectativas difícilmente se cumplen al leer todo el contenido.

Por lo tanto, es necesario saber leer, pensar, aprender

El contacto constante con los periódicos (a través de la revisión diaria en función de nuestras práctica profesional) además de indispensable es importante saber cómo hacerlo para explotar el máximo la información brindada ¿cómo lo podemos lograr?

Antes de leer tentamos presente lo siguiente:

- ☐ La lectura implica un proceso cognoscitivo
- ☐ La lectura a través de los medios es importante, porque es a través de ellos que podemos enterarnos del acontecer nacional, internacional, sin la necesidad de estar presentes en los hechos (entre otras virtudes que ofrecen). No obstante, éstos nos presentan solamente una visión de éstos, y por lo tanto responden a intereses particulares, empresariales, económicos. De ahí, que la información implique por ende una posible manipulación. Por ello, los medios son una fuente más de adquirir información, pero esta no es la única, ni la mejor, sino es parte de la suma de los otros fuentes que nos aproximan, que dan cuenta, que analizan la realidad, como es el caso de los libros, de las vivencias personales, las relaciones sociales, de fuentes de primera, de segunda mano, del mismo medio, de otros medios, etc. Pero se debe tener un punto de reunión: la reflexión.
- ☐ En los medios de comunicación el manejo de la información la podemos encontrar presentada en forma consciente, ignorada o bien, pasada por alto. Por esta razón se puede manipular, estereotipar, distorsionar
- ☐ La lectura debe enfrentarnos al sometimiento de resolución de problemas permitiendo con ello el razonamiento
- ☐ La comprensión se lleva acabo cuando los conceptos y el lenguaje del autor se articulan con nuestros conocimientos. Por ello, la lectura no solamente debe ser un vehículo para la transformación de conocimientos, sino como el instrumento idóneo para el desarrollo constate de las habilidades del pensamiento, entre ellos el pensamiento crítico. De lograrlo "superamos" la lectura del común denominador de la población en general.
- ☐ Nuestra lectura como profesionales de la comunicación, del periodismo, se debe centrar no sólo en acontecimientos, sino en la crítica constante de esos hechos.
- ☐ Nuestra lectura debe lograr un aprendizaje significativo, es decir, el poder lograr obtener el significado del contenido del texto, relacionándolo con ideas, conocimientos previos, con la finalidad de comprenderlos y de darles una utilidad.
- ☐ La lectura no debe restringir ni la codificación, ni la reproducción literal de un mensaje, sino éste debe someterse a un proceso interpretativo ente el mensaje expuesto, el conocimiento, las experiencias y nuestros propósitos.
- ☐ Nuestra postura debe partir de una actitud crítica-activa-pensante.
- ☐ Las habilidades de nuestro pensamiento a desarrollar puede ser:

- Identificación de los elementos (clasificarlos, pero tener presentes que esa clasificación que ayudó al principio, no necesariamente será útil después)
- Relación entre éstos
- Análisis de los elementos y sus relaciones
- Síntesis
- Comparación
- Generalización
- Juicios y/o hipótesis
- Abstracción

Es decir, tratar de engranar siempre la información anterior con la presente, de no ser así el conocimiento estaría basado en el nivel de conocimientos inconexos.

Lo anterior nos obliga a:

- Plantear una marco para asimilar la nueva información
- Enfocar o centrar nuestra atención en lo que es más importante en el texto
- Inferir sobre la información que no está explícita

Por lo tanto, nuestra lectura deberá ser selectiva, crítica, comprensible, interpretativa.

El estudioso de la comunicación debe ser: reflexivo, emotivo, entender la realidad, ordenarla, interpretarla para después difundirla. Es por ello que las fuentes deben ser inagotables de una información sin distorsionara. Además de:

- Tener presente el conocimiento del contexto para la comprensión de la noticia. Un acontecimiento político del que se informa haciendo total abstracción de sus presupuestos socio-históricos y de las circunstancias en que se han desarrollado es un acontecimiento que debe ser, obviamente, comprendido en su verdadero significado.
- Aprender a detectar las necesidades informativas
- Conocer el contenido de la información y saber explotar lo que cada uno ofrece: origen de la documentación, autores, temas, objetivo de esa información, imagen del departamento, qué servicios presta, frecuencia de exposición, utilización y posibilidades de la información,
- Entender a las noticias como indicadores del comportamiento humano como índices de estado de la convivencia

- Ser capaz de contrastar datos, opiniones y resultados prácticos conseguidos por parte de centros de estudio, en busca de una comunicación mutua de experiencias y con la finalidad de aumentar la eficiencia
- Poder desarrollar una visión integradora y dinámica de la interdisciplinariedad
- Poseer una concepción actual, dinámica a través de los diversos medios de comunicación, como instrumentos para el desarrollo y perfeccionamiento de la información para ser un experto en el uso de esos instrumentos
- Informarnos para actuar, prevenir, sobrevivir, o lo que es lo mismo, tener siempre presente que ésta es la finalidad de la comunicación: sobrevivir
- Conocer la estructura de la organización en la cual ofrecemos nuestros servicios. Cómo fluyen los mensajes y la formación para saber cómo podemos utilizarlos
- Desarrollo de la capacidad crítica frente a mensajes
- Tener capacidad de selección para distinguir los rasgos más significativos de un mensaje que no siempre tiene por qué ser los más "importantes"
- Dar muestra de poseer una capacidad de discriminación comparativa entre los mensajes en función del medio concreto que lo emite
- Desarrollar mecanismos de racionalización frente a lo que podríamos llamar la agresión verboicónica
Este desarrollo de actitudes y facilitación de información puede ir asociado a la potenciación de la creatividad. Estos procesos exigen una información mínima a transmitir sobre las características de la comunicación. Cabría centrarla en torno a los objetivos siguientes:
- Desarrollar la capacidad de expresión interactiva entre lenguajes, relacionando lo icónico con lo verbal. En este sentido ejerce un interesante papel la capacidad de traducción de unos a otros lenguajes.
- Transmitir la información básica relativa a los procesos comunicativos.
- Tener capacidad de análisis de fenómenos comunicativos, mensajes de distintos ritmos de lectura, y de diferentes medios de comunicación masiva.
- Desarrollar la capacidad de síntesis explosiva, así como de las capacidades expresivas, orales, escritas, gestuales, icónicas.

- Desarrollar el análisis crítico con el objetivo central buscar una proyección aplicada al aula. De aquí que se sugieren una serie de posibles actitudes susceptibles de ser individuos en su caso en la programación de áreas y materias distintas se trata de dar un sentido aplicativo y directo en conocimientos ya poseídos con anterioridad, sistematizar otros y desarrollar la capacidad crítica.
- Adquirir conocimientos y exigencias que vienen condicionados por la actualidad social, económica, cultural, científica.
- Hacer de la comunicación una actividad eficaz
- Aplicar los conocimientos adquiridos
- Pensar en términos estratégicos y críticos
- Tener capacidad creativa para proponer
- Los mensajes que encontramos a diario en la prensa tienen un contenido político. Por lo tanto, hay que descubrirlo
- Las acciones políticas tienen un trasfondo comunicacional, es decir, las acciones que tienen una difusión que permite al receptor interpretar de quien viene la orden de la acción y sus motivos específicos brindado a la fuente un prestigio determinado. Con ello se pretende ocultar la intención persuasiva de las acciones políticas
- Es importante conocer los programas de gobierno que benefician a una población selectiva, ya que este apoyo puede estar condicionada con fines electorales
- Las acciones emprendidas por los distintos actores políticos pueden ser utilizados como parte de una propaganda. Así mismo, la acciones pueden hacer un llamado para la participación de todos.
- Hay que observar la o las respuestas o establecimiento de posiciones, de las principales instituciones gubernamentales, como de la Iniciativa Privada, ante los sucesos planeados o inesperados que exigen la toma de una posición política e ideológica
- Localizar e identificar a los funcionarios políticos llamados "independientes"
- También, la identificación de los grupos de poder y su participación en la vida nacional, ya que pueden ser grupos de presión, de choque, de fuerza
- Es necesario realizar un análisis de los medios desde su conformación interna, así como saber quienes son sus colaboradores, periodistas, etc. que pueden ser, también, líderes de opinión

Lo anterior en función de:

- ☑ Cultivar el quehacer que nos interese
- ☑ Ver su utilidad en beneficio propio y social
- ☑ Aumentar nuestros conocimientos en ese saber
- ☑ Concentrar una parte de nuestro esfuerzo, gusto y tiempo en ese quehacer
- ☑ No ser nosotros mismos un obstáculo del conocimiento. Para ello es necesario reconocer nuestras limitaciones, después de haber agotado todos nuestros recursos y potencialidades; Estar dispuestos a competir con quienes también son capaces, adecuados, convincentes, estar preparados y dispuestos a ser mejores diariamente.

Por parte de la Universidad, ésta puede contribuir a la formación en la práctica profesional, teniendo presente algunos aspectos:

- Brindar mayores posibilidades para las actividades extra-académicas
- Estimular y apoyar a la promoción de aprendizaje del trabajo en equipo poniendo en marcha seminarios de investigación y de documentación
- Aumentar el diálogo, la convivencia y la cooperación entre los estudiantes y profesores
- Tener consciencia de la responsabilidad que tenemos con nosotros mismos como profesionistas y ante la sociedad
- Posibilidad de disponer de un aprendizaje teórico y práctico perfectamente ensamblado, a través de una planeación adecuada de los programas de las prácticas profesionales
- Brindar una formación sólida que le pueda servir a los estudiantes como cimiento para levantar sobre él un rigor científico
- El alumno no debe reproducir sino producir ideas
- Mentalización del alumno ante los problemas concretos que nos plantean las técnicas y los contenidos informativos
- El periodismo necesita equiparse intelectual y técnicamente para que la prensa de los próximos años responda a la sociedad que tenemos delante. Periodismo especializado, de anticipación, interpretativo.

Conclusiones

TELEVISA, S. A. de C. V.

La organización Televisa representa un monopolio en la industria de la comunicación en México. Actualmente el poder de producción y difusión con que cuenta esta compañía se perfila no solamente como uno de los aparatos televisivos dominantes en el mundo hispanohablante, sino como la cabeza de una cadena que arrastra una industria de medios de comunicación masiva. Para poderla entender, es necesario contemplarla como parte de todo un sistema complejo, por tanto no se le puede aislar del entorno social, de esta manera lo que suceda dentro y fuera, tiene repercusiones que pueden afectar o tienen que ver no solamente con otras organizaciones similares, sino que sus alcances pueden ir más allá de su propio origen, y contribuir quizá a la democracia de la vida de nuestro país, lo cual está muy lejos de ser una industria dedicada exclusivamente al entretenimiento, como lo señala su presidente, Emilio Azcárraga.

El hecho es que Televisa se muestra como una gran empresa comercial, por tanto su funcionamiento implica la presencia de una administración que organice las actividades complejas para resolver todos los problemas propios de toda organización.

Por lo que respecta a los altos mandos, los puestos de mayor importancia, como son las Presidencias y las Vicepresidencias pertenecen en su mayoría, a amistades familiares de apellidos Azcárraga, O'Farril, Alemán, etc. es decir, a la configuración de las clases más ricas de nuestro país. En este sentido, la estructura vertical es asegurada por medio de este lazo.

En su interior encontramos un conglomerado de trabajadores, cuyo puesto y/o rol corresponde a una jerarquía ya establecida, es decir, obedece a una estructura piramidal vertical, y su funcionamiento es el de coordinar y ejecutar las decisiones de las Direcciones.

En este sentido y a partir de su estructura, nosotros la identificamos en el tipo empresas llamadas "familiares", las cuales permiten códigos cerrados, quizá por ello podamos explicar el comportamiento de sus miembros al interior, entre quienes forman parte de ella, existe una lealtad "absoluta" con los miembros de dicho clan, una especie de ley silenciosa y por tanto un desinterés total por la suerte de los que no son.

Como lo apunta Francis Fukuyama: (escritor y politólogo estadounidense, de origen japonés- en una entrevista publicada en el diario Reforma, el día 13 de febrero de 1996) "no soy un experto en México, pero creo que ese es el caso también ahí, donde además, hasta la fecha las grandes empresas privadas son dirigidas por las grandes familias, pueden ser grandes conglomerados muy diversificados pero la administración se mantiene dentro de un grupo familiar... Hay que entender que no es necesariamente malo que las empresas sean dirigidas por familias... porque es mejor tener una estructura con relaciones muy estrechas porque se pueden tomar decisiones más rápido... la cuestión es que en una sociedad -en este caso una organización- sin confianza habrá una división del trabajo".

Por tanto, el nivel de obligación moral en la familia es mayor que el que se tiene fuera de ella, y eso con frecuencia lleva a que cuando se es electo a un puesto, pretendes, como una clase de deber, robar para favorecer a la familia.

Lo anterior nos permite deslumbrar varios aspectos. Dentro de Televisa, las relaciones entre sus miembros obedecen a un círculo cerrado en donde los puestos solamente se intercambian y/o se heredan, pero difícilmente se otorgan como respuesta de una sana competencia, la cual traería consigo el poder realizar determinada función en la empresa a partir de las capacidades y/o perfil del empleado.

También, esto se refleja en términos de productividad. Resulta interesante poder observar, cómo dentro de la empresa televisiva del tamaño de Televisa se desarrolla como cualquier paraestatal del país, en donde el elefante blanco de la burocracia hace acto de presencia para escudar a quien(es) sea(an) tan hábil(es) como para saber utilizar ese "poder" con fines y beneficios individuales.

Televisa se presenta con característica de una organización cerrada. Sin embargo, la presencia de la Dirección del SI, Sistema de Información es una clara muestra de un reconocimiento de la importancia conocer y entender el contexto, para poder disminuir el margen de error en las decisiones allí tomadas. El aceptar este tipo de servicios dentro de la organización es aceptar la presencia de factores externos que pueden o no afectar su práctica, además de poder conocer cuál es su situación en el tiempo y el espacio, cuáles son sus condiciones en el mercado, cuál es su auto y heteroimagen, entre otros beneficios.

De ser bien utilizado el servicio que prestaba el SI, éste puede servir de apoyo a los procesos centralizados de información, de esta manera las decisiones desde su interior siguen siendo para mantener un control (dentro y hacia afuera de la empresa)

Los flujos de información se dan en sentido horizontal (de abajo hacia arriba) únicamente, por tanto no hay un libre flujo de información. El nivel más alto de su estructura tiende a perder el contacto con la realidad quienes están abajo - no solamente de sus miembros trabajadores sino de quienes están detrás de la pantalla.

Se desaprovecha la retroalimentación de valorar las experiencias, las cuales pueden aumentar la productividad y una mejor calidad. Además, se puede entender la competencia única entre ellos mismos, dando como resultado el conflicto constante, no así el intercambio de ideas, y el enfrentarse a un modelo de trabajo o de planeación para hacer cumplir las actividades, sino contra el otro, contra el compañero. Prevalece la llamada ley de la selva: el más fuerte sobrevive; pero no porque sea el más apto o el más capaz para desarrollar cierta función, sino porque es necesario aniquilarlo para ocupar su lugar; en lugar de darse una competencia se da una guerra.

Respecto de la implementación de la filosofía de la calidad, ésta no toca el poder, porque ya está dado; respeta la estructura de la jerarquía, la cuestión es saber manejar la información para que pueda existir la negociación, el consenso, a partir de la disminución de los malentendidos o de las diferencias. En la filosofía de la calidad está presente la planeación, la actuación y la supervisión; se responde a saber utilizar la redes de comunicación sin destruir las jerarquías, sin olvidarnos que la gente no sólo trabaja por dinero sino por otros valores, de esta manera la presión se realiza a nivel psicológico.

Selectividad informativa

Comprender que necesitamos de una información que no crezca en volumen sino en calidad para tomar mejores decisiones a todos los niveles debe ser premisa de una nueva cultura mediática.

Una de las características más destacables es, precisamente, la enorme potencia que los medios de información encierran y que de ser empleados en conjunción con el criterio, puede contribuir poderosamente a subsanar las carencias.

Todo el proceso de formación y desarrollo de los medios informativos puede servir, si se adapta a necesidades específicas con sentido crítico -es decir, con criterios propios-, en pro de objetivos plenamente autodeterminados y no suministrados.

El aparente desorden y el caos imperante en el "universo informativo" se debe al crecimiento de los medios en emitir y recolectar información.

En el universo real se están produciendo en un mismo instante una serie de acontecimientos simultáneos. Mientras mayor sea la necesidad de contacto con ese volumen de noticias más rápidamente se llegará al límite de la capacidad de recepción: a la saturación. Por tanto, la única posibilidad de absorber y emplear la información útil que llega, reside en la selección. Esta selección presupone un criterio y éste un objetivo estratégico.

También requiere ciertos grados de organización, de la capacidad de absorber información. Como en las comunicaciones humanas y sociales ninguna información es neutra, casi siempre obedece a cierta intencionalidad, de quien emite los mensajes, la clasificación es la siguiente etapa que sigue a la recolección. Para tal efecto dividimos a la información como *dinámica y estática*, no en el sentido despectivo, sino en términos de funcionalidad y uso.

Información dinámica la consideramos como aquella que se genera permanentemente de acuerdo con los acontecimientos o interpretaciones de ellos y que se recibe diariamente mediante los mensajes que está en condiciones de captar. Es decir, en las noticias diarias, que surgen con cierta novedad.

Información estática es la que se elige, a partir de la dinámica, por su valor, por el interés que reviste y que se va a separar para enviarla a un dispositivo de almacenamiento. Al remitirla a un nivel superior de almacenamiento y clasificación esta información irá relevando su valor potencial, operacional, táctico y/o estratégico. Esta nos sirve para considerarla como un indicador o como referencia y/o reforzamiento de algún acontecimiento.

La información dinámica la vamos a retomar para poder realizar los distintos productos comunicativos: la información estática va servir para formar parte de nuestro acervo hemerográfico de consulta y como respaldo del contenido de los productos comunicativos. Sin importar el medio al cual pertenezcan: radio, televisión, prensa, revista, etc. siempre constituye una información estática.

Seguimiento de la información

- El seguimiento de la información se da desde el momento de su selección y de la clasificación registrada. El poder hacer un seguimiento de la información que nos interesa es benéfico por varias razones:
- El mar de información deja de serlo para brindarnos ***información seleccionada y procesada*** en un primer término para darle utilidad con objetivos específicos
- Permite realizar una ***vigilancia del entorno*** sociopolítico, detectando aquello que nos afecta, positiva o negativamente y saber, en determinada circunstancia, cuál es la imagen proyectada al exterior
- Da la oportunidad de realizar una ***agenda*** significativa, identificando los temas clave del día, incluyendo actores públicos, actividades, declaraciones, etc.
- Se tiene registrado un amplio ***abanico***, no solamente de puntos de vista de los ***actores*** públicos, así como de ***hechos*** que van marcando la marcha de la historia
- También se tiene contempladas las ***actividades de la sociedad***, como indicadores de presuntos estallamientos sociales y poder vislumbrar cómo se organiza la sociedad civil y por tanto, las organizaciones no gubernamentales
- Tener presente quiénes conforman el ámbito público, qué están declarando y, cuál es su campo de acción en el cual se van movilizándose
- Constituye nuestra ***fuentes de información***, es decir, sirve de referencia, para conocer cómo se va constituyendo la realidad nacional. Al respecto, únicamente es un lineamiento a seguir, pero no pretende ser una fuente principal de información, sino es una fuente de consulta más.
- Con todo ello se pretende darle un significado y una recuperación a la información denominada estática, en el entorno político, económico, social y cultural que nos rodea. Se trata de poder identificar los elementos, desmenuarlos para empezarlos a digerir, realizar un análisis y construir ***escenarios*** posibles, después de unir todos los cabos que en un principio se presentaron como sueltos.

La clasificación es muy importante porque permite ubicar en una primer instancia aquello que queremos darle seguimiento. Por ejemplo, los avances, hasta el momento de crímenes políticos aún sin aclarar, la presencia del narcotráfico en la política, a quiénes relaciona, etc.

Propuestas de un archivo integral, una base de datos, selección de temas, elaboración de fichas

Los valores son determinados por cada uno de los niveles a los que esta información va accediendo por su propio peso. En todos los casos la determinación obedece al grado de interés que tiene la información para la entidad u organización que se esté ofreciendo este servicio, por ello la selección de acuerdo con sus criterios, los cuales obedecen a sus necesidades.

Los mecanismos de recepción son múltiples, y si no hay un criterio generalizado, establecido uniformemente, la información que le parece interesante a uno de los dispositivos de captación puede parecerle trivial.

Por lo que respecta a los bancos de datos, estos son archivos o depósitos de información sistematizada por computadora, que hace accesible su consulta a los usuarios.

Algunos periódicos han creado sus propios bancos de datos como es el *New York Times Information Bank* cuyos servicios datan de 1973:

"... Es un archivo periodístico que contiene resúmenes y citas de una variedad de otros periódicos y revistas. A través de una videoterminal, el usuario obtiene acceso al banco de datos, con los códigos relativos a nombres personales, de organizaciones, zonas geográficas y una variedad de rubros temáticos que están identificados en el diccionario propio del sistema, Thesaurus..."

¿Por qué no tener uno en el SI? Este tipo de bancos de información son de suma utilidad tanto para los informadores como para los analistas de información.

Contar con una base de datos ofrece las siguientes ventajas:

- Accesar a información de forma inmediata y oportuna
- Se cuenta con información sistematizada y selectiva
- Se puede recurrir al cruce de información. Ello permitirá relacionar los datos y cuantificar los elementos
- Explotar la información almacenada
- Sirve como fuente de consulta
- El enriquecimiento de esa información depende de la categorización que se le dé a la ficha guía para que esta pueda contener todos aquellos elementos necesarios para el análisis
- Disminuye el espacio y el deterioro del material empleado para el registro

- Constituye un medio de consulta no solamente para quien realiza los análisis sino para el usuario que así lo solicite
- Puede ser un servicio que funcione en el interior y al exterior de la organización

El banco de datos no pretende alcanzar la complejidad de los bancos de datos de los periódicos anteriormente citados. sin embargo, el alcance, funcionalidad y uso deben de ser establecidos por quienes emprendieron esa utilidad.

Las fuentes de información continúan siendo las mismas que se tengan contempladas para nutrir el archivo hemerográfico, videográfico, y/o radiográfico de la información dinámica, como de la estática.

A pesar de las grandes ventajas, como es el encontrar información cruzada y una gran variedad de ella, el uso de los bancos de datos en los periódicos mexicanos no es muy común. Los obstáculos son de tipo económico, ya que las consultas al extranjero son de alto costo, a estos se añade cierto desconocimiento del proceso de pedir información y hay bancos de datos en México, a quienes se les puede consultar.

¿A qué nos lleva la lectura constante, la información sistematizada, la observación crítica a través de los medios?

Respecto a nuestra formación profesional, que la educación en general no ejerza ningún efecto de estímulo necesario en la educación política es una consideración que merece profundizarse. Hasta ahora no he distinguido entre educación como información y educación como competencia y, sin embargo, la diferencia es importante.

Que yo esté informado en astronomía no me hace astrónomo; que yo esté informado en economía, no me hace economista, etc. De la misma manera, "educado políticamente" quiere decir informado en política o también competente ¿cognoscitivamente competente en política? Supongamos que quien ha sido educado políticamente sea quien tienen el "saber" (no sólo información o nociones).

En tal caso, los números descienden vertiginosamente, digamos de 10 a 20 por ciento de los informados a 1 o 2 por ciento de los competentes (se comprende que los porcentajes dependen de cuanta información y el conocimiento que sean considerados como suficientes y adecuados, respectivamente).

¿Por qué desciende tan precipitadamente? Porque, como se observa, apenas entra en el campo de lo político, el típico ciudadano se precipita a un nivel más bajo de rendimiento mental. Razona y conduce su análisis de un modo que él reconocería de inmediato como infantil si usara sus propias esferas de interés.

Se convierte en primitivo, su pensamiento regresa a ser asociativo y afectivo, es por ello que al salir de nuestro sector de especialización ocurre una sensibilísima caída del rendimiento. Un químico que discuta de filosofía, un sociólogo de música, un médico sobre matemáticas, no dirán menos tonterías de cuantas pueda decir el hombre común. Llamar a los grandes cerebros a opinar sobre todo y, en particular, sobre política, es únicamente producir un falso testimonio. ¿Podemos correr este riesgo quiénes nos dedicamos a opinar acerca de algo que conocemos desde fuera? ¿es en este sentido donde gira el periodismo especializado?

Aumentar el nivel académico es siempre un objetivo a perseguir. Para los fines de una mejor opinión pública, es necesario que dicha educación se refiera a asuntos públicos, y que se trate de alcanzar no sólo en términos de información sino también en términos de competencia cognoscitiva. Ello explica cómo puede crecer un nivel generalizado de instrucción sin el correspondiente aumento de ciudadanos interesados, luego informados y, finalmente competentes. Porque no es necesario solamente poseer información sino, también, conocimiento y auténtica competencia (ser competente, capaz).

¿Cuál es la diferencia entre el razonamiento de un especialista, de un conocedor y de una gente común?

Según nuestro modo de ver, la diferencia radica en que la gente común extiende sus ideas con la ley del mínimo esfuerzo, es decir obtener lo que se quiere empleando un mínimo esfuerzo, lo cual lo lleva a conducirse a partir de una decisión inmediata, y un experto vislumbra sus conocimientos más allá de esa inmediates. Lo anterior nos lleva a reflexionar sobre la disimilitud de expresar una *opinión*, -basada en un juicio razonado, el cual tiene como antecedente el uso de una información- y emitir una preferencia está contemplado a partir de la aplicación de un creer, o bien de un sentir, cuya lógica proviene de una información de sentido común, que no requiere de mayor información que la preferencia misma.

En este caso, cuando se realizan análisis deben de estar bajo la premisa de emitir opiniones y no preferencias, las cuales estas últimas están lejos de alguien quien se cree un experto en la materia.

Sin perdernos de la pregunta que nos llevó al anterior razonamiento, -¿a qué nos lleva la lectura constante, la información sistematizada, la observación crítica a través de los medios?- es necesario considerar también lo siguiente:

Al presentar la información en un documento tan detallado y estructurado, como lo era la Síntesis de Economía, Política y Finanzas cuyo objetivo era que a través de la lectura diaria, realizar un seguimiento de información, de tener al alcance de nuestras manos apartados específicos, y utilizarla para la toma de decisiones. No obstante, se presenta una contradicción al tener ante nuestros ojos información seleccionada pero que no por ello resulta un exceso en cantidad. Lo que nos lleva a estar informados en términos de cantidad pero no de calidad para poder asumir una postura.

De ahí la propuesta de revalorar todos los apartados incluidos en el esquema general de la síntesis.

Anteriormente señalamos que es importante saber identificar el problema, tomar decisiones, mantener un control de las mismas. Pero ninguna de estas funciones se puede cumplir sino es a través de proporcionar la información necesaria para la realización de cada una de las tres primeras funciones. No obstante, las decisiones no se pueden hacer si antes no se realiza un diagnóstico informativo para conocer un panorama en el cual queramos incidir. Por lo tanto, es necesario considerar otros aspectos para que, nosotros como profesionistas, emitamos nuestra opinión, en términos de plantear una solución comunicativa. Pero ello implica procesar más la información. Darle un tratamiento que definitivamente consume más tiempo, mayor esfuerzo intelectual y mayor inversión en términos materiales.

Al respecto, se plantea, en el capítulo 3 la elaboración de dos documentos. Uno con información que a diario se genera, es decir, reciente y directamente relacionada con las necesidades informativas de los ejecutivos de Televisa, y por otra parte presentar una síntesis de los resultados que pueda arrojar el seguimiento de la información a partir de la consideración de otros apartados. Por ejemplo, en la síntesis diaria se incluirían temas como lo relacionado a la reforma política electoral, actividades de los tres Poderes: Ejecutivo, Legislativo, Judicial, etc.

Ahora bien, el uso de la información de los temas que se les da seguimiento pueden ser los relacionados, por ejemplo, al caso Colosio. En este sentido, se puede presentar un informe de los principales avances; otro caso sería el de la familia Salinas de Gortari, el caso Posadas, etc.

El anterior documento se diferenciaría por ser más de análisis que de reproducción de información de los distintos medios. De allí la necesaria la necesidad de poder desarrollar una base de datos, la cual constituye, primero, el clasificar la información en términos de los objetivos establecidos, y éstos deberán estar determinados a partir de establecer qué es lo que queremos analizar, hacia y hasta dónde queremos llegar. De lo contrario, el no realizar una clasificación adecuada, no aportará mayores logros que los que después de una primera lectura y con el manejo de algunos conocimientos, más la experiencia en éstas áreas, pueden arrojar.

Desde el punto de vista de quienes estudiamos la comunicación y su proceso, es necesario tener en cuenta otros aspectos. Al respecto, y a manera de enriquecer el presente trabajo, a continuación presentamos algunos puntos que no se deben dejar a un lado, si es que nuestro interés es tener una realidad presentada a través de los medios y poder compararla con la realidad que nosotros debemos considerar para hacer comparaciones y obtener disyuntivas. Todo ello con el objetivo de tener un panorama más amplio, y después de haber agotado todos los recursos e intentar ser un especialista en la materia.

Es así como después de revisar el libro de "*Turbulencia Política*", de Alejandra Moreno Toscano, presentamos los siguientes puntos. Cabe aclarar que esta publicación fue considerada porque presenta, por un lado, un testimonio de quien vivió en "carne propia" un acontecimiento que hasta estos días continúa marcando el futuro del país: el conflicto armado en Chiapas, y por otra parte, realiza un análisis de cómo la prensa escrita transmitió e interpretó esos sucesos. Esto nos sirva para saber interpretar los contenidos de los diarios y las consideraciones necesarias para hacerlo.

- Un mismo hecho puede ser presentado de distinta manera
- Es necesario identificar las intenciones de quienes participan en el hecho.
- El hecho puede ser interpretado y comparado a partir de quién estuvo presente en esos momentos, es decir, como un protagonista; a través de los medios de información y/o a partir de especialistas en la materia (investigadores)
- Importa tanto el saber quién(es) emitieron alguna declaración, como qué fue lo que se dijo para obtener el reflejo de su posición política

- La experiencia emitida desde dentro, es decir, como protagonista del acontecimiento, permite articular posiciones de los principales protagonistas que marcar la historia. Además de poder observar como se ven involucrados la suma de intereses
- A raíz de la interpretación de las decisiones, declaraciones, acciones, etc. se forma una imagen proporcionada por cada medio, por lo tanto es necesario conocerla
- Es necesario evaluar cuáles son las principales fuentes de información de los actores y de los involucrados y saber cómo es utilizada esa información
- La información expuesta a través de los diferentes medios permiten construir distintos escenarios de lo que puede pasar, esto después de presentar las múltiples interpretaciones, y de hacer un recuento de los hechos, a través de "diversos ojos"
- Hacer un registro y seguimiento de la información diaria permite: estar al tanto del acontecer diario, contar con información seleccionada, tener a la mano y poder acceder a información especializada; poder contar con una fuente de consulta física. Esto para hacer un recuento de los hechos, dar lecturas y sacar primeras conclusiones (si "x"...entonces..."y"), observar las reacciones que se desencadenan en términos de apoyo, crítica, opiniones, tendencias, etc. para poder decir qué puede o no pasar en un futuro, cómo se ven afectadas otras esferas
- El beneficio de lo anterior deberá traducirse y evaluarse en la toma de decisiones inmediatas Después hacer un cálculo de la situación, y de ser necesario, realizar los movimientos políticos estratégicos para afrontar la situación
- Es necesario también conocer la fuerza y el origen de esas declaraciones
- En las consideraciones se propone que se especifiquen cuáles fueron los canales de comunicación utilizados
- Observar y determinar el problema real. (conocer el fondo al asunto) y saber las percepciones que tiene el público
- Se puede construir hechos con mensajes, pero en cuestión de imagen solamente
- El uso de información filtrada puede influir en la credibilidad y/o legitimidad a resoluciones ya tomadas
- Observar el comportamiento de otros sistemas (tanto similares como de índole económico, por ejemplo)
- La información debe considerarse en proporción y características que cada género periodístico emite y considerar el lugar que ocupa dentro de cada medio, por ejemplo, identificar si es información de primeras planas, páginas de interiores, etc.
- En el caso de las columnas, se pueden obtener de éstas lo siguiente: encontramos temas frecuentes de la política, anuncian decisiones, comparten supuestos, hacer interpretaciones, dominan los círculos cercanos al poder, sus palabras tienen peso e influencia, la combinación de certezas con suposiciones es su forma de comunicarse generan ecos al extender su punto de vista en las opiniones de los otros, pertenecen a círculos con información de primera mano, tejen los círculos de las opiniones políticas

- Identificar las estrategias de comunicación de quienes participan. En particular, la comunicación del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se distingue por saber utilizar oportunamente y jerarquizar los mensajes, así como los canales a utilizar. Las declaraciones, cuando hay cambios estratégicos, los comunicados cuando hay que referirse a acciones prácticas, cartas del subcomandante Marcos dirigidas a personalidades que pesan en la política, organizaciones e instituciones reconocidas.
- Se comenta que las mejores armas del EZLN han sido las palabras. Recordemos que primero hicieron una distinción para determinar cuáles iban a ser los medios por los cuales iban a transmitir sus mensajes. Los criterios de selección de los medios se hizo en función de: su carácter informativo, su perfil periodístico: cuentan con espacios abiertos, diversas corrientes de opinión, los reporteros no se conforman con los boletines de prensa; por la responsabilidad de los columnistas con su quehacer periodístico; por los reportajes que analizan la realidad, además de contar con un público amplio en términos de cobertura. Por lo tanto, el subcomandante Marcos logró llegar a los sectores urbanos, universidades, instituciones del mundo conectados a redes de informática. Además de atraer a periodistas extranjeros para "entrevistas exclusivas". Es así como el EZLN logró una vinculación con el gobierno, con las organizaciones y personalidades de la sociedad civil, con comunidades indígenas, con la sociedad
- La imagen positiva debe ser explotada al máximo y ésta se debe apoyar en el discurso y la coherencia de ésta con los mensajes

Sistematización de la información

Entre los arrolladores fenómenos que se producen en la comunicación audiovisual y en las tecnologías de la información, la sistematización de los procesos informativos juega un papel definitivo.

La sistematización de los procesos informativos aísla las fallas en nuestra forma actual de pensar, permite reinterpretar a la sociedad como una red de sistemas interactivos más que aislados y ayuda a desarrollar estrategias para rediseñar los sistemas en que vivimos.

Bajo este marco podemos ver que es importante:

- Identificar problemas
- Tomar decisiones
- Controlar las decisiones tomadas
- Proporcionar la información necesaria para realizar cada una de las tres primeras funciones.

Un sistema de control debe tener información relativa a los problemas que encara y puede encarar el sistema que controla. Requiere de esa información para prepararse, resolver e impedir amenazas y crear o explotar oportunidades.

El sistema de información debe manejar tanto datos e información a solicitud, la mayoría de la cual se genera internamente en forma rutinaria, como información no solicitada, la mayor parte de esta se genera en forma externa como cartas, libros, periódicos...generalmente hay más datos no solicitados que datos solicitados e información por manejar.

La televisión no es el fin como medio de comunicación sino es un medio para mi servicio.

En este sentido, los líderes de opinión juegan un papel no menos decisivo. Los líderes son las autoridades concededoras. Los líderes locales de opinión sirven de filtro y también de prisma a la comunicación de masas: la pueden reforzar, retransmitiendo los mensajes capilarmente; pero también las pueden desviar o bloquear al declararla poco creíble, distorsionada o, de otra manera, irrelevante. Emisión de opiniones sin información.

No es posible automatizar efectivamente la filtración y condensación de información en la actualidad, aunque ya estén en proceso algunos desarrollos importante.

Un sistema de información es necesario para resolver problemas en la toma de decisiones. Esta toma de decisiones es un proceso que convierte a la información en instrucciones, que son mensajes cuyo propósito es afectar el comportamiento del sistema controlado en tal forma que se mejore su funcionamiento.

Toma de decisiones

Insistimos en la importancia de la información como elemento fundamental para la acción, presente y futura. En este último caso la información alimenta un sistema o un conjunto que debe adoptar decisiones. Este flujo de información alimenta el sistema de valoración de los objetivos futuros que se pretende y el sistema de previsión de las necesidades y posibilitar el cálculo probable necesario para establecer la viabilidad de los proyectos.

Con base en toda esta información previa se pueden establecer criterios para la decisión. Estos criterios sobre las decisiones referidas al futuro se resumen en recordaciones, que son nueva información para quienes tienen en sus manos la capacidad de acción y el comando estratégico.

La pretensión de establecer un modelo futuro descansa en la necesidad previsible. Estas necesidades futuras son relevadas con la comparación de toda la experiencia (información del pasado) con la conciencia de las necesidades actuales (información del presente)

Analizar los contenidos de los mensajes con los que se entra en contacto significa desentrañar la información que contienen y las intenciones con la que esta es difundida, es decir, prepararse para actuar.

El acto de decidir es tan antiguo como la vida humana misma. Lo nuevo está en la complejidad que entrañan las decisiones modernas y en el cuerpo teórico que está desarrollándose rápidamente en los últimos años, con miras a tomar decisiones extremadamente complejas que aseguren futuros menos improbables. O sea que se pretende eliminar el error, disminuir el riesgo que todo futuro entraña, decidir, a ciencia cierta...si ello es posible.

Cualquier comportamiento que escoja un actor debe maximizar por fuerza la utilidad que lo percibe, porque de otra manera escogería otro curso de acción.

Las decisiones que se toman a nivel ejecutivo son equivalentes a quienes son personas públicas, es decir, sus decisiones no obedecen a beneficios individuales, porque las repercusiones de éstas recaen en otras cabezas, dentro y fuera de la organización a la cual pertenecen, dependiendo en buena medida, la sobrevivencia de la misma, o bien, en el caso de los funcionarios públicos, su decisión puede recaer, para afectar o no, a toda una nación, y por lo regular, cuando suele ser un daño el resultado de esa determinación esta se descubre, casi siempre demasiado tarde, cuando ya ocurrió, reduciendo la posibilidad de aplicar reparación alguna.

Análisis y evaluación

Hay quienes opinan de forma tajante que la **información** es sinónimo de **manipulación**, sin embargo, frente a este planteamiento es necesario pensar en que toda esa información y esa capacidad sólo pueden contribuir al progreso, a que se resuelvan todos los problemas por el simple desarrollo tecnológico de los medios.

Forma y contenido, a primera vista podríamos suponer que la forma es el elemento dinámico, cambiante y que el contenido es estático, sin embargo no es así.

Tomando como ejemplo un medio de comunicación, un periódico impreso. Su contenido serán todas las relaciones de intereses, los puntos de vista, el conjunto de opiniones que ese periódico expresa o a los que sirve de vehículo para que sean expresadas. Al mismo tiempo ese periódico tendrá una forma que si la modificamos influiremos en su contenido, pero este último elemento seguirá siendo el determinante.

En el momento en que la publicación, por problemas de su contexto interno deba aceptar la inserción de espacios publicitarios, modificará su forma. Tendrá que asignar más centímetros-columna a la publicación, incrementar su proporción de material gráfico, modificar su diagramación para dar cabida a este nuevo material... todo esto determinará también un cambio en su contenido.

En otras palabras, existe una relación dialéctica entre los elementos inseparables: el contenido y la forma. El primero cumple un papel determinante sobre el segundo, pero este, a su vez, ejerce su influjo sobre aquel.

Si tomamos la forma, podremos analizar cualquier medio de comunicación mediante la determinación de sus características morfológicas y podremos cuantificarlo. Si se trata de un periódico o la radio, mediremos qué espacio dedica a qué temas, cómo son sus emisores, cuántas páginas edita, con qué medios técnicos, etc. para determinar su contenido, este análisis morfológico nos servirá de base.

Por lo que hace a las comunicaciones y a la información es necesario aclarar un poco más algunos conceptos. Primero que la información es el contenido de todo mensaje comunicativo; es decir, toda comunicación pretende transmitir una información que está contenida en un mensaje, que es la envoltura en que se ofrece esa información. En segundo lugar, que la información es un factor clave para una correcta acción en cualquier nivel. Si nuestra información es adecuada, procederemos consecuentemente en forma eficaz, pero si ella es insuficiente o adulterada, cometeremos errores de apreciación que nos conducirá a cometer errores de actuación.

El proceso de captación y asimilación de la información.

El principio de estímulo-reacción está en la base de muchas disciplinas científicas y también en la información si consideramos a las informaciones como estímulos. El grado en que es percibida la información depende del receptor.

Cuando los estímulos son captados producen una reacción y por ello la informática sostiene que el mensaje modifica la actitud del receptor. Ante el estímulo como ante la información no cabe la indiferencia, pues todo organismo reacciona para rechazarlos o aceptarlos. El receptor asimila la información, la transforma y la transmite, a su vez, pasando a ser emisor.

La siguiente instancia es la sensación. La sensibilidad requiere en el receptor una nueva característica o facultad: la de elaborar esos estímulos de acuerdo con su necesidad, la que a su vez está determinada por el contenido cualitativamente distinto, que le permite emplear estas sensaciones para ciertos objetivos.

La sensación es una forma más evolucionada de procesar los estímulos, la información. Es una manera fragmentaria de orientación y de posible conocimiento del medio que nos rodea y de donde nos vienen esas informaciones. Nos permite analizar segmentos o ciertas características específicas del medio, cuyo conjunto tratamos de interpretar.

El paso siguiente nos conduce a la capacidad de realizar síntesis de esas informaciones recibidas y extraer ciertas conclusiones, por rudimentarias que sean de tipo general. Naturalmente se ha dado un paso adelante en la elaboración de información recibida. La reelaboración es más profunda, más compleja y los resultados posibilitarán el tránsito a la conceptualización.

Finalmente llegamos a la última etapa, en la que estamos en condiciones de elaborar representaciones. Todas las posibilidades de procesar información desembocan en esta nueva capacidad: establecer juicios de carácter general o particular, mediante el análisis y la síntesis, por inducción o deducción, con los cuales o a partir de los cuales es posible establecer conclusiones.

Evaluación del departamento y su funcionalidad

El rumbo de nuestro país apunta hacia la modernización, trayendo consigo diversos problemas y las constantes transformaciones a los que se enfrenta no sólo nuestra sociedad sino el mundo actual obliga a todo individuo a estar al tanto de lo que sucede a nuestro alrededor, y además poderlos relacionar y sacarles un beneficio particular. Porque de nada sirve conocer los hechos sino podemos reconstruirlos y orientarnos para la creación de un escenario futuro.

Consideramos al respecto que esta labor no resulta nada fácil, sino que es el resultado de un proceso constante y desgastante, pero ofrece más de lo que podemos invertir. En este sentido podemos revalorar la importancia de la presencia del SI en Televisa

Los diversos productos comunicativos que se realizaban permitían:

- Mantener informados a los principales ejecutivos de Televisa
- La información proporcionada cubría los aspectos de política, economía, finanzas, espectáculos, medios de comunicación y nuevas tecnologías
- Se proporcionaba además información especializada en cada una de las áreas
- Los distintos documentos, además de contener información actualizada, permitían a la larga, contar con un manuscrito de consulta
- Los productos comunicativos accedían, al leerlos, a mantenerse al tanto de los principales acontecimientos tanto nacionales, como internacionales, es decir, equivalía y en buena medida superaba, el leer cualquier diario capitalino, con las ventajas de encontrar la información, clasificada, seleccionada, recopilada de 16 distintos diarios, comparada entre sí, jerarquizada, ordenada, sintetizada, y dado su diseño mantener un seguimiento de los principales hechos
- Su formato ofrece la ventaja de leerlo en cualquier parte, a cualquier hora sin mayor problema, además se presentaba como un documento con presentación e identificación propia
- El uso de los colores, diseño de interiores y las políticas de redacción, además de poder organizar la información, permitían hacer accesible su contenido y acercar paulatinamente a los lectores para acostumbrarse a leer noticias de ese tipo y plantearse en ellos la necesidad diaria de conocer esta información
- Una ventaja de tener acceso a la información cotidiana es sinónimo de estar actualizado y por lo tanto las decisiones que se puedan tomar obedecen al margen de la realidad que a diario se presenta

La toma de una decisión surge a partir de un análisis de cuanto elemento podemos manipular y la capacidad de lograr relacionar, para entender el fenómeno, en una primera instancia y después valorar las opciones. El lograr esta actividad no solamente nos permite elegir la mejor opción sino plantear otras oportunidades

Sin embargo, ¿de dónde o de quién nace la idea de introducir una dirección con las características del SI? ¿cuáles eran los objetivos a largo plazo? ¿cuánto se estaba dispuesto a invertir? ¿hasta dónde se permitiría su desarrollo? ¿cuáles eran las verdaderas necesidades informativas para el apoyo en la toma de decisiones de los Ejecutivos?

A continuación citamos otros aspectos a considerar para la evaluación del SI

- **Análisis de la situación del departamento**
- **Identificar y definir los problemas, sus interpelaciones, relaciones, dependencias y servicios con otras áreas**
- **Diagnóstico y pronóstico de cada una de las actividades**
- **Apreciación de las políticas existentes**
- **Formulación de alternativas**
- **Determinación de costos y beneficios**
- **Fijación de metas y objetivos**
- **Fijación de políticas y procedimientos**
- **Asignación de recursos**
- **Programación de actividades y responsabilidades**
- **Cronometración o especificación de los registros de tiempos para los objetivos y programas**
- **Objetivos, planes y políticas al interior del SI**
- **Factores situacionales de la organización**
- **Programas de apoyo a la comunicación**
- **Revisiones periódicas del esquema del contenido de la Síntesis**
- **Evaluación de la eficacia de cada uno de los servicios que aporta el SI, y de los distintos productos comunicativos**
- **Planear instrumentos para evaluar las necesidades de los lectores**
- **Análisis de medios**
- **Presentación de logros y actividades mensuales**
- **Determinación de actividades específicas**

- **Asignar tiempos más distribuidos de lectura, revisión de publicaciones y análisis**
- **Hacer un diagnóstico general del SI y ver la posibilidad de vender sus servicios a otras instituciones**
- **Determinar de qué manera este proyecto beneficia a otros departamentos similares, dentro y fuera del SI, pero sin salir de la Organización Televisa**
- **Necesidad de replantear los usos y beneficios de la información**
- **Hacer uso de la tecnología para diseñar otros medios para hacer uso de esa información**

La información y los medios

En el amplio espectro de la información y el análisis de la información política destaca la emanada en la prensa escrita. El tratamiento de la información política en la prensa representa un instrumento valioso de la vida social.

La prensa conserva una primacía sobre los otros medios informativos, debido fundamentalmente a las posibilidades de reflexión que ofrece, que causan siempre mayor impacto que las fugaces imágenes audiovisuales. La prensa ofrece desventajas y ventajas para el análisis de la información política, respecto de la radio y la televisión.

El auditorio audiovisual forma un conjunto de muchos millones de receptores, hasta regiones remotas en donde es difícil que llegue la información impresa.

El periódico tiene la ventaja de su permanencia, de leerse y volverse a leer para reflexionar con tranquilidad sobre sus informaciones. Una colección de diarios es un cuerpo de documentos en los cuales se relata la historia contemporánea. Pueden los temas desarrollarse con mayor amplitud y reflejan ciertas doctrinas o corrientes de opinión con las cuales es posible realizar análisis cualitativo.

RADIO

La radio cubre mayores áreas que la prensa y la televisión, pero sus transmisiones son fugaces y deben ser captadas con rapidez por el oyente, que siempre se forma una idea de lo que escucha en la voz intencionada del locutor, que puede presentar la noticia o información de acuerdo con su propio criterio, su buen o mal gusto, y con un léxico que puede o no ser el apropiado.

El uso de las grabadoras permite que la información transmitida por la radio pueda ser analizada con criterios de permanencia, sin embargo, la intencionalidad del mensaje no puede ser analizado a profundidad, por lo que generalmente su análisis es cuantitativo.

TELEVISIÓN

La televisión no es el fin como medio de comunicación sino es un medio para mi servicio.

La técnica electrónica permite al televidente presenciar toda realidad de los sucesos que transmite, además de ligarse a través de satélites a otros continentes. La televisión juega con el realismo y la belleza, despierta intereses distintos en el teleauditorio.

La información política de este medio se analiza sólo en noticiarios y algunas emisiones de opinión. sin embargo no hay profundidad en los mensajes por lo que en la mayoría de las veces el análisis sólo es cuantitativo.

TECNOLOGÍA-VIDEO

Entre los sistemas modernos de información, destaca la llegada de los procesos multimedia, fruto de la ubicuidad de diversos factores, pero muy especialmente de la expansión del video, aparece éste fenómeno destinado a ser objeto de grandes inversiones, a saturar las redes de distribución, a llenar miles de páginas en las revistas especializadas... en suma en ser relevante en los próximos años.

Debido al adelanto teono-científico, la industrialización de los medios de comunicación ha permitido alterar el sistema de comunicación humana, pues en el ritmo en el que vivimos, no nos permite detenernos a conversar con quienes nos rodean, pero sí tener tiempo y estar dispuestos a contemplar imágenes en sus distintas presentaciones. De esta manera se sustituye la comunicación interpersonal, la cual conforma bases sólidas para nuestro desenvolvimiento en la sociedad.

El video se convierte en un componente de aquello que el mismo ha creada: un ecosistema multimedático dominado por el complejo resultado del establecimiento de redes de conexión y comunicaci3n audiovisual tecnificada y su perfecta y dinámica integraci3n. Redes que se han producido y se producirán en el ejercicio de los dispositivos tecnológicos, científicos y artísticos a disposici3n del hombre y de la sociedad avanzada del último cuarto de siglo.

La importancia del video con su característica esencial de poseer la imagen, se convierte en una evidencia documentada. ¿la palabra no es suficiente para alcanzar, por ejemplo la justicia? ¿las imágenes controlan? ¿el video es el único recurso para denunciar y ser escuchado? Sin embargo una cinta no siempre puede resolver una injusticia, un crimen, por ejemplo. El asesinato del candidato presidencial del PRI, en 1994, Luis Donald Colosio, en Tijuana, fue filmado, pero hasta el momento no se ha llegado al esclarecimiento (dos años después) ¿existirá otra cinta de video en la que sí se vea el asesino?

En el contexto general, se manifiesta una clara tendencia hacia la mayor complementariedad de los nuevos sistemas respecto a los ya existentes, en el ámbito de un sistema en el que las relaciones entre los medios prevalecen sobre la especialidad.

El nexo causal entre el soporte empleado y el servicio de informaci3n que se ofrece pierde su relevancia. En efecto el mismo soporte puede ofrecer distintos servicios informativos, y de la misma forma los mismos servicios informativos pueden viajar mediante distintos soportes.

Esta multiplicidad de funciones, con una pluralidad cada vez más amplia de servicios capaces de dialogar y de actuar en el ambiente telemático, incluye al teletexto.

En el caso de los medios masivos de comunicación, (para fines de análisis e importancia de grabar o no los noticiarios) la importancia no radica en su cobertura potencial sino en la calidad de su emisión de sus productos.

El proceso de captación y asimilación de la información.

El principio de estímulo-reacción está en la base de muchas disciplinas científicas y también en la información si consideramos a las informaciones como estímulos. El grado en que es percibida la información depende del receptor.

Cuando los estímulos son captados producen una reacción y por ello la informática sostiene que el mensaje modifica la actitud del receptor. Ante el estímulo como ante la información no cabe la indiferencia, pues todo organismo reacciona para rechazarlos o aceptarlos. El receptor asimila la información, la transforma y la transmite, a su vez, pasando a ser emisor.

La siguiente instancia es la sensación. La sensibilidad requiere en el receptor una nueva característica o facultad: la de elaborar esos estímulos de acuerdo con su necesidad, la que a su vez está determinada por el contenido cualitativamente distinto, que le permite emplear estas sensaciones para ciertos objetivos.

La sensación es una forma más evolucionada de procesar los estímulos, la información. Es una manera fragmentaria de orientación y de posible conocimiento del medio que nos rodea y de donde nos vienen esas informaciones. Nos permite analizar segmentos o ciertas características específicas del medio, cuyo conjunto tratamos de interpretar.

El paso siguiente nos conduce a la capacidad de realizar síntesis de esas informaciones recibidas y extraer ciertas conclusiones, por rudimentarias que sean de tipo general. Naturalmente se ha dado un paso adelante en la elaboración de información recibida. La reelaboración es más profunda, más compleja y los resultados posibilitarán el tránsito a la conceptualización.

Finalmente llegamos a la última etapa, en la que estamos en condiciones de elaborar representaciones. Todas las posibilidades de procesar información desembocan en esta nueva capacidad: establecer juicios de carácter general o particular, mediante el análisis y la síntesis, por inducción o deducción, con los cuales o a partir de los cuales es posible establecer conclusiones.

Nuestro contexto

Hasta el momento las políticas económicas implementadas en nuestro país, hasta el momento solamente han servido para agravar a grandes grupos de la población, quienes son testigos de cómo cada día se cancelan sus expectativas de contar con una vida digna y ejercer plenamente su derecho al trabajo y a niveles mínimos de bienestar. "El desempleo es la primera vocación criminal de las masas", según lo señala el escritor Carlos Monsiváis.

México vive una pobreza que tiende a agudizarse. El gobierno insiste en que la estrategia es la adecuada y que pronto llegará la recuperación, a pesar de que no hay elementos sólidos que así lo confirmen.

Modelos de planeación durante cada sexenio se ve sobrepasado por la realidad que a diario afronta la población. Esa mayoría conformada por los más desprotegidos a los que se atropella con golpes y con muerte. Son a ellos quienes cargan con las incompetencias de los gobernantes incapaces de articular acciones que funcionen y que permitan brindar un panorama hacia un destino distinto.

Los personajes públicos, los que en sus decisiones está el rumbo de nuestra nación, son a quienes les interesa saber que información circula a diario. Es a ellos a quienes se les debe de dar cuenta de lo que es la realidad nacional. Muchos de ellos cursan estudios en el extranjero, viven aislados y ajenos. ¿Son ellos los únicos que pueden utilizar la información para seguir manteniéndose en el poder? ¿de qué manera nosotros estamos obligados a estar informados? ¿el motor para vivir y conducirse es el poder? ¿el poder corrompe? ¿qué importancia tiene otorgar mayores espacios a los partidos en los medios si la gente no le interesa estar informada? ¿cómo actúan los personajes públicos? Si alguna persona pública aspira a "un poder" y lo confunde con la política, comete errores, crea confusión ¿estos son los rasgos de la inestabilidad?

El incendio puede venir de cualquier parte, y la paz se tiene que lograr con un concepto del conjunto integrado por cada uno de nosotros. ¿cómo hacer que un discurso que parece utópico muestre una realidad que no sea la infernal?

Eso es tarea de los medios, de los periodistas, de los escritores, de las organizaciones y de las decisiones de los pueblos, de los jóvenes, de los estudiantes ¿Somos capaces de actuar aún con voluntad colectiva pero con responsabilidad personal?

El país no está para seguir tolerando información "de lavadero". La situación y la sociedad demandan responsabilidad y profesionalismo en el uso, manejo y difusión de la información.

Los problemas se incrementan y se dificulta una solución de conjunto en la medida que a diario se añaden cuestiones de muy diversa magnitud ¿cuál es nuestro papel para plantear soluciones desde nuestra área que es la comunicación?

El país sin duda se encuentra en una agudización de la crisis, cuyo desenlace preocupa a todos. El colapso no es un hecho necesario. El tiempo corre y nos dirigimos a un punto de quiebre en el que las decisiones que nos corresponden depende, en buena parte, nuestro futuro.

Nos encontramos ante una reforma político-electoral, la cual no se puede cometer como un nuevo pacto político-social, es indispensable lograr de inmediato una reforma electoral que garantice plenamente la práctica de un sufragio efectivo hacia 1997. Hasta como una válvula de escape de las fuerzas que amenazan con una explosión es necesario este mínimo pacto que sirva para abrir camino a la legalidad en los hechos políticos y sociales del porvenir. Es en este marco donde se discutirá la apertura de los medios hacia los partidos políticos en forma más equitativa. ¿es posible discutir esa petición en estos términos? ¿Televisa qué opinión tiene al respecto? ¿y los otros medios?

Son los partidos y los candidatos quienes piensan en términos de cómo ganar mayores porciones de poder. La apertura de los medios, la participación ciudadana, todo apunta hacia una cultura política. ¿nos encaminamos hacia la democracia?

En la reforma política del Estado se contempla el referéndum, que no es otra cosa que el mecanismo de democracia directa que se emplea para ampliar los espacios de la participación popular en las democracias participativas, por lo que el referéndum sería un recurso más para crear nuevos espacios, nuevos conductos de la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones sobre cuestiones fundamentales de los políticos. ¿cómo no limitar esa "apertura", ni coartarnos nosotros mismos, si en la mayoría de la población persiste una baja escolaridad? ¿que nivel informativo tenemos?

El diálogo parece intentar abrirse camino entre quienes "hablan y gobiernan" y entre quienes "escuchan y votan" (en términos electorales). Todo con la finalidad de plantear posibles soluciones.

¿Sigue vigente la opinión pública emanada desde un pequeño grupo que difunde sus ideas al exterior y a los demás círculos para crear consensos? ¿cómo es la relación de los personajes públicos con los medios? ¿la credibilidad (hasta ahora alejada y necesaria para dar legitimidad al gobierno) procede del consenso en el poder o lo que los otros veían como cierto?

¿Es a través de la información como se reduce la especulación? Los espacios en los medios de que "se dispone" ¿para qué son? ¿para deliberar y establecer consensos, para luchar o buscar la democracia o son utilizadas como cajas de resonancia para ganar adeptos en su lucha por el poder?

A los partidos políticos se les es asignado un espacio en radio y en televisión, sin embargo, ¿cómo lo utilizan? ¿cuentan con la producción necesaria, el financiamientos suficiente, su temática que aspectos toca? ¿cómo es la relación de las instituciones políticas con los medios masivos de comunicación? En periodo electoral ¿cómo estructuran los candidatos sus campañas?

¿De qué manera se asegura que las opiniones del público reflejan realmente su sentir, si la población mexicana es tan heterogénea?

Al actual gobierno ¿realmente le preocupa la expresión consensada de la opinión de su población?

La opinión pública interactúa con flujos de información, es decir, nos enfrentamos, a la base información". Sin embargo, al grueso de la población, de quienes se encuentran sobreviviendo en la pobreza extrema, ¿la información que les fluye no es acaso desalentadora? Definitivamente la información es lo que es y nadamas. No podemos calificarla si es desalentadora o no, porque la información es un elemento más del proceso comunicativo.

Al pensar en este sector de la población tan abundante y predominante, ellos seguramente elegirán aquella información de la cual repercute en su bienestar, por ejemplo, si ya subió el precio de la tortilla, el del pan, en fin. aquello que les afecte directamente en su vida y por consiguiente estos datos.

Pensemos, además el grado de nivel educativo al cual pertenecen y a su condición socioeconómica cuál es el medio de información que eligen para conocer su entorno.

Medios-información

Después de estar en contacto con diferentes medios masivos de comunicación, prensa, televisión, radio, principalmente encontramos que:

La información la podemos encontrar como:

- Insuficiente
- Marcada con "cierta tendencia"
- Insuficiente

¿Cómo podemos contrarrestar cada una de estos efectos?

* Para contrarrestar la primera podemos combatirla con aumentar el contenido de la información, cuantitativamente hablando

* En el segundo caso, alguien pudiera pensar en la objetividad, de ser así, difícilmente se podría dar un ambiente de pluralismo, elemento demandante en la democracia. Además, tampoco podemos olvidar que de existir un mensaje con cierta carga que lo obligue a caminar hacia un lado más que del otro, se puede buscar un equilibrio contrarrestando el mensaje mismo.

Por ejemplo, vemos como impropio e inviable, intentar pedir, motivar o siquiera comentar, a un periodista, que independientemente del género que aborde un tema, procure ser imparcial. En primer lugar, los géneros son distintos en cuanto a su estructura misma, y en segundo porque estaríamos violando el tan comentado artículo 6 constitucional.

Por ejemplo, si después de revisar los diarios y apartar la información referente a Televisa, encontramos, que en la mayoría de la información publicada se orienta hacia una crítica de la empresa, debemos de considerar la que no lo es, evaluando todas las tendencias.

No se puede negar una realidad, se puede, diseñar una imagen, pero esta jamás superará a la realidad. Como alternativa, después de sopesar la situación, resultado de una evaluación del manejo de la información de los medios, ofrecemos, no solucionar el problema de fondo, porque ello va más allá de la forma misma, sino comunicacionalmente hablando, una estrategia, primero a corto plazo, de contrarrestar la información cuantitativa y cualitativamente, y ofrecer una construcción de imagen, si así fuera el caso, para lograr un equilibrio entre las partes.

* Ante el bajo nivel de calidad de la información, para poder vislumbrar un crecimiento, éste necesariamente tiene que ser comparado con su similar, porque sino, cómo decidimos el calificativo a emplear sin una referencia: sería como decir no me gusta la sopa, pero nunca la he probado. Indiscutiblemente podemos partir de que ese juicio sea producto de una cuestión teórica, lo leí en un libro. De ser así solamente queda el estar conscientes de esa carencia, el aceptar esa práctica como omisión de una experiencia vivida. Por tal motivo, proponemos la competencia.

Entendiendo a esta como la capacidad de contender bajo un mismo contexto y bajo los mismos requisitos.

La propuesta y aceptación de poder, deber y/o lograr reglamentar el derecho a la información, resulta una condición independiente de nosotros, en el sentido de que no está en nuestras manos esa decisión. Si podemos apoyar, proponer, discutir, lo que hasta ahora se ha hecho y muy poco se ha logrado, y no porque consideremos inviables las peticiones, sino porque, como en ecología, el asunto va más allá de la esencia misma, es decir, se relaciona y depende en buena medida de esferas políticas y económicas.

De lograr existir la competencia en el mercado de los medios, de alguna manera se estaría buscando la forma de ganar más auditorio, de encontrar y no perder los clientes potenciales.

La información son datos que debemos traducir para poder saber cuál es el clima que flota en el ambiente formado a través de un espacio de opiniones, registros que se conforman en un plazo; forman parte de una ideología, alimentan valores, que más tarde se convierten en actitudes.

Es en los tiempos de crisis que las visiones y posiciones políticas e ideológicas se politizan y varían con más frecuencia de lo normal.

Información-elecciones

Surge una cuestión ¿Cómo es que se forman las opiniones sobre la cosa pública?

Según el teórico Berelson, para muchos electores las preferencias políticas son asimilables a gustos culturales, porque ambas se originan por tradiciones étnicas, sectarias, de clase y de familia. Ambas muestran estabilidad y resistencia al cambio en individuos específicos, pero flexibilidad y ajuste entre generaciones por la sociedad en su conjunto. Ambas parecen materia de sentimiento y de disposición más que materia de preferencias razonadas.

Para el politólogo italiano, Giovanni Sartori, se deben cumplir tres condiciones para exteriorizar una presencia política:

- Libertad de pensamiento
- Libertad de expresión
- Libertad de exteriorizar lo que pensamos, la cual implica una `atmósfera de seguridad.

En nuestra nación ¿es posible conjuntar ambas? De existir todas, pese a no estar juntas al mismo tiempo, ¿las sabemos utilizar? ¿conocemos su potencialidad?

Todas las experiencias indican que el cambio pacífico de un sistema político a otro, ha sido producto del diálogo y de la negociación. Es precisamente el libre consenso entre grupos disímboles y no la amenaza o la coacción por parte de quienes están en el poder, lo que asegura un éxito de una transición. En ella, cada elemento debe aportar lo suyo, de no ser así estará el peligro la paz social, por tanto no es posible la democracia y mucho menos uno de los cumplimientos básicos del Estado de derecho: la seguridad del cumplimiento de sus leyes. No basta que la libertad de expresión sea tutelada por el sistema jurídico; también es necesario que no halla temor.

La libertad de expresión encuentra su natural continuación en la libertad para organizarse, para propagar lo que queremos decir.

¿Cómo es la estructura de la comunicación masiva en determinado régimen político? ¿Es nuestro régimen un sistema totalitario? ¿quiénes son los que se expresan? ¿cómo lo hacen?

Las respuestas no son sencillas. Lejos ser esta la finalidad del presente trabajo, nos queda reflexionar si la estructura de las comunicaciones masiva son monocéntricas, o qué son.

¿Qué tipos de servicio presta Televisa al gobierno? ¿qué pasa con quienes también dan servicio en otros medios de comunicación?

Al respecto, consideramos a los medios como un elemento más de un proceso complejo en la vida de una nación, como lo es México. La determinación del impacto debe responderse bajo cuestiones científicas-metodológicas, y no de simple argumentación.

Cuando desde la cuna hasta su muerte el ciudadano está expuesto a una propaganda obsesiva y adoctrinante que hace cuadrar todo porque todo es falso y que hace parecer todo como verdadero, impidiendo la verificación de lo verdadero; cuando es así, estamos en presencia de un público engañado y enjaulado que no puede escapar al engaño y, por lo tanto, en presencia de una opinión que está en el público pero que no es, en ningún sentido, del público. Mientras hay totalitarismo la opinión pública no existe, porque no camina sobre sus propias piernas y no tiene modo de ser ley de sí misma, o sea, autónoma.

El tener registradas las imágenes de las campañas políticas pueden contribuir a realizar una investigación que nos ayude a despejar y/o a confirmar algunos planteamientos. Estos son el resultado, de reflexionar, cuál podría ser la utilidad de esta información, desde un punto de vista comunicativo:

- Saber cómo es que los noticiarios despliegan sus recursos para cubrir una campaña presidencial
- Conocer qué incentivos mueven el comportamiento de quienes cubren esa fuente: reporteros, editoriales, corresponsales, productores de noticias, etc.
- Cómo es que los debates refuerzan las predisposiciones existentes en forma considerable
- Las campañas electorales implican contactar con los individuos. Cómo hacer llegar mensajes convincentes
- Cuál es la variación entre una campaña y otra en cuanto a cobertura de los medios, y la de los candidatos
- Los directores de campaña ¿buscan utilizar los medios informativos dependiendo de la cantidad de cobertura que le dediquen los periodistas a una elección? Es decir ¿buscan cantidad, en términos de espacio, o calidad de una proyección de una "buena imagen" del candidato?
- Las campañas dependen de los medios informativos para hacer llegar aun grupo numeroso de contribuyentes ¿esos futuros votantes cómo se informan?
- Durante las campañas electorales transmitidas en los medios masivos de comunicación ¿que papel juega el periodista, la prensa, como actores en el proceso electoral? Algunas veces, se conducen como un canal principal para estar en contacto entre ellos mismos. Mantienen el juego de los ataques y los contraataques que se desarrollan entre los candidatos.
- Cuánto tiempo dedican los candidatos a los periodistas
- Qué y cuánta información propician a los medios
- Cuánto tiempo permanecen o hacen escala en una localidad y que cobertura se les da, por lo tanto su actividad, qué tan constante es
- Cuántos eventos de campaña llegan a hacer noticia; cuándo esa nota se somete a un proceso periodístico que incorpora otras informaciones, puntos de vista, y quizá atribución de valores

- Si partimos de que los reporteros transmiten los acontecimientos tal y como ocurren ¿cómo aprovechan esto los candidatos?
- Porque los reporteros estarían entregando el contenido de sus notas a los partidos
- Los mensajes de los candidatos están pensados en que sus declaraciones serán sometidas a críticas y a análisis
- Cómo entienden los periodistas las campañas electorales: la postura de el candidato es de adversario, de ser así estaríamos ante un discurso de acusaciones, críticas, réplicas, sugerencias opuestas de políticos, contraataques ¿es esto lo que publica la prensa?
- Como la actitud del trabajo del reportero interfiere en el proceso político. Son conductores "objetivos" o son árbitros de un área significativa
- El acceso y la credibilidad son administrados por los periodistas
- Qué uso se le da a la oficina de prensa de los partidos
- La información del reportero puede estar desviada sin hacerlo de forma intencionada a partir de la particularidad del medio en el que labora, por ejemplo, periódico, servicio por cable, estaciones de radio, de televisión, redes de noticias, publicaciones mensuales, etc. Ello implica tener diferentes rutinas para estructurar para tomar decisiones
- La estrategia de la campaña política deberá orquestar la cobertura en función a los medios. Deberá tener presente, entre otras cosas, el conocimiento de los medios, el proceso de las noticias, identificación de reporteros, su línea de escritura, qué es lo que se publicó y lo que se está publicando, etc.

Los aspectos que son expuestos anteriormente ¿son similares a quien puede brindar servicios en asesoría comunicativa para los personajes públicos?

En contraste con todo lo anterior, es decir, de existir un libre flujo de información, nos enfrentamos a otro problema. El público está indudablemente informado, pero, bajo ¿qué términos? ¿bajo una "realidad falsa"? ¿una construcción de los hechos deteriorada? ¿se puede engañar a este nivel a el público?

Exponiendo lo contrario, se presenta un libre flujo de información, pero esta vez, "es la verdad de los acontecimientos", ¿ello garantiza una percepción sin engaños? ¿cuál es la diferencia entre ambas?

La libertad de expresión -en los medios y a través de los medios- no es igual para todos. Sería un perfeccionismo igualitario que destruiría nuestros sistemas económicos, con un resultado inverso que remitiría a los sobrevivientes a la economía medieval.

Análogamente, cualquier análisis de costos-beneficios pone en evidencia costos y riesgos- en la persecución de objetivos de igualación en los medios y de los medios- del todo desproporcionados en los beneficios. Involucrar la igualdad de los medios es un escape que alude los verdaderos problemas.

Pretender la legislación o normación, jurídica o ética, en los medios por igual, no nos parece acertado, porque no se respetan las características particulares del mismo. Efectivamente todos comparten cierta esencia, pero también son innegables sus particularidades en cuanto a forma, fondo y desarrollo.

La propaganda totalitaria impide la formulación de sistemas de opinión diferentes de aquel que propaga; pero no puede impedir el rechazo. El público, saciado del bombardeo y saturado de monotonía, escapa a la trampa no creyendo, o bien, no interesándose; se encierra en sí mismo, se defiende con la apatía y acaba, eventualmente, por reaccionar con la hostilidad generalizada.

Posiblemente, ese desinterés sea una autodefensa de protegerse contra el bombardeo informativo. Tratar de permanecer ajeno a los acontecimientos. Estar al margen de nuestro alrededor no puede repercutir en mucho una vida personal. Pese a estar seguros de que en esos casos lo que se busca es una información selectiva, digerir solamente para nuestros intereses (leer la sección de espectáculos, deportes, cultura, etc) Pero, para alguien de la vida pública no puede ser válido, en la medida de que sus acciones y decisiones tienen resonancia en la vida social. Tiene una responsabilidad que cumplir, que le fue asignada, es decir, sus actos tienen que rendir cuentas.

En este punto, la sociedad debe demandar la rendición de cuentas de los actos de los personajes públicos, de quienes les confirió su libertad de decisión y por lo tanto de actuar, y de no ser la esperada, poder desterrarlo del cargo. Presuponemos entonces una "transformación" de papeles, cuando dejamos de ser agentes pasivos para convertirnos en activos y así participar.

Participar es tomar parte personalmente, un tomar parte activo que verdaderamente sea mío, decidido y buscado libremente por mí. Así, no es un "formar parte" inerte ni un "estar obligado" a formar parte. Participación es ponerse en movimiento por sí mismo, no ser puesto en movimiento por otros (movilización).

... se ha hablado de una sociedad exitosa, en la que... formar parte del diálogo, a expresarse... ¿o es que el abstencionismo no dice nada? La cuestión es que el rol asumido en la jugada, no se cuestiona... los partidos, el gobierno, no debe olvidarse... aquellos factores que lo constituyen. Al referirse a medios... solamente de reglamentar un espacio... anuncios pagados, la presentación de... corresponsales para difundir las noticias, el debate, el diálogo, y todas aquellas... sociedad.

... el momento de los hechos... sus ideas... momento... el momento...

... el momento... el momento... el momento...

Mucho se ha hablado de una sociedad estática, en general. Se invita constantemente a participar, a formar parte del diálogo, a expresarse. ¿Acaso el voto hacia un dirigente no es una forma ya de expresarse? ¿o es que el abstencionismo no dice nada? La condición del individuo a decidir cuál será el rol asumido en la jugada, no se cuestiona, tampoco la decisión. Los medios, sus dueños, los partidos, el gobierno, no debe olvidarse jamás de la condición del ciudadano y de todos aquellos factores que lo constituyen. Al referirnos a medios masivos de comunicación no se trata solamente de reglamentar un espacio equitativo, sino de otros factores como la propaganda, los anuncios pagados, la presentación de los actos de trabajo de los funcionarios, la presencia o no de corresponsales para difundir las noticias, la presencia de líderes de opinión de distintas corrientes, el debate, el diálogo, y todas aquellas formas que acompañan el proceso comunicativo en la sociedad.

Hasta el momento no nos hemos ocupado de quienes tratan de buscar un espacio para hacer propagar sus ideas y de esta manera poder elegir su opinión ¿esto no es lo mismo que quien invade mayoritariamente el espacio para hacer llegar sus ideas y esperar que elijan la suya?

Es necesario pensar en cuál es nuestro papel como receptores de ese inmenso flujo de información y el grado de independencia o dependencia que nos caracteriza en tanto personas que habitamos, no en un mundo irreal, universal y único, sino en un país concreto, en una región precisa: México.

ANEXO

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Lunes 30 de mayo, 94

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	8	84	60	152
Diego Fernández (PAN)	110	38	18	166
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	18	70	14	102
Cecilia Soto (PT)	56	87	14	157
Jorge González Torrés (PVEM)	56	55	12	123
Rafael Aguilar (PFCRN)	55	33	16	104
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	115		15	130
Pablo Emilio Madero (UNO)	28		16	44
Marcela Lombardo (PPS)	88		18	106

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	2	9	12
Diego Fernández (PAN)	2	1	3	6
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	4	5	2	11
Cecilia Soto (PT)	8	6	7	21
Jorge González Torres (PVEM)	9	4	4	17
Rafael Aguilar (PFCRN)	5	3	1	9
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	6		8	14
Pablo Emilio Madero (UNO)	7		6	13
Marcela Lombardo (PPS)	3		5	8

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Martes 31 de mayo de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	70	118	65	253
Diego Fernández (PAN)	73	24	23	120
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	14		23	37
Cecilia Soto (PT)	78	88	14	178
Jorge González Torres (PVEM)	55		15	70
Rafael Aguilar (PFCRN)	45		19	64
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	70	50	20	140
Pablo Emilio Madero (UNO)	33		15	48
Marcela Lombardo (PPS)				0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	3	8	12
Diego Fernández (PAN)	3	4	2	9
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	7		6	13
Cecilia Soto (PT)	8	1	3	12
Jorge González Torres (PVEM)	4		1	5
Rafael Aguilar (PFCRN)	5	2	7	14
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	6		5	11
Pablo Emilio Madero (UNO)	2		4	6
Marcela Lombardo (PPS)				0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Miércoles, 1o. de Junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	12	108	120	240
Diego Fernández (PAN)	65	59	20	144
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	12	29	16	57
Cecilia Soto (PT)	12		17	29
Jorge González Torres (PVEM)	12		20	32
Rafael Aguilar (PFCRN)	12		15	27
Alvaro Pérez Treviño (PARM)				0
Pablo Emilio Madero (UNO)				0
Marcela Lombardo (PPS)	12		17	29

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	2	2	6	10
Diego Fernández (PAN)	1	1	3	5
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	4	3	2	9
Cecilia Soto (PT)	6		6	12
Jorge González Torres (PVEM)	7		4	11
Rafael Aguilar (PFCRN)	5		1	6
Alvaro Pérez Treviño (PARM)				0
Pablo Emilio Madero (UNO)				0
Marcela Lombardo (PPS)	3		5	8

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Jueves 2 de Junio de 1993

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	83	86	58	227
Diego Fernández (PAN)	42	63	21	126
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)			23	23
Cecilia Soto (PT)			21	21
Jorge González Torres (PVEM)	60		16	76
Rafael Aguilar (PFCRN)			25	25
Alvaro Pérez Treviño (PARM)		109		109
Pablo Emilio Madero (UNO)	38		20	58
Marcela Lombardo (PPS)	42		20	62

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	8	10
Diego Fernández (PAN)	2	2	3	7
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)			2	2
Cecilia Soto (PT)			7	7
Jorge González Torres (PVEM)	5		4	9
Rafael Aguilar (PFCRN)			1	1
Alvaro Pérez Treviño (PARM)		3		3
Pablo Emilio Madero (UNO)	4		6	10
Marcela Lombardo (PPS)	3		5	8

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Viernes 3 de Junio de 1993

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	84	102	88	274
Diego Fernández (PAN)	46	85		131
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	26			26
Cecilia Soto (PT)	25			25
Jorge González Torres (PVEM)				0
Rafael Aguilar (PFCRN)	30			30
Alvaro Pérez Treviño (PARM)				0
Pablo Emilio Madero (UNO)	43			43
Marcela Lombardo (PPS)	41			41

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	1	3
Diego Fernández (PAN)	2	2		4
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	4			4
Cecilia Soto (PT)	7			7
Jorge González Torres (PVEM)				0
Rafael Aguilar (PFCRN)	5			5
Alvaro Pérez Treviño (PARM)				0
Pablo Emilio Madero (UNO)	6			6
Marcela Lombardo (PPS)	3			3

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Lunes 5 de junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	130	313		443
Diego Fernández (PAN)				0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	68	24		92
Cecilia Soto (PT)		10		10
Jorge González Torres (PVEM)	60			60
Rafael Aguilar (PFCRN)				0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	52			52
Pablo Emilio Madero (UNO)	33	98		131
Marcela Lombardo (PPS)				0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1		2
Diego Fernández (PAN)				0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	2	2		4
Cecilia Soto (PT)		3		3
Jorge González Torres (PVEM)	5			5
Rafael Aguilar (PFCRN)				0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	3			3
Pablo Emilio Madero (UNO)	4	4		8
Marcela Lombardo (PPS)				0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Martes 7 DE junio DE 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	68	111	27	206
Diego Fernández (PAN)	46	62	21	129
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	31	85	28	144
Cecilia Soto (PT)	47	63	14	124
Jorge González Torres (PVEM)	38	55	8	101
Rafael Aguilar (PFCRN)	49	71	9	129
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	55	51	15	121
Pablo Emilio Madero (UNO)	45	70	9	124
Marcela Lombardo (PPS)	37	48	11	96

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	9	9	9	27
Diego Fernández (PAN)	4	4	4	12
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	3	3	3	9
Cecilia Soto (PT)	2	2	2	6
Jorge González Torres (PVEM)	1	1	1	3
Rafael Aguilar (PFCRN)	8	8	8	24
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	6	6	6	18
Pablo Emilio Madero (UNO)	5	5	5	15
Marcela Lombardo (PPS)	7	7	7	21

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Miércoles 8 de junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1323	132	No grabación	1455
Diego Fernández (PAN)	0	24	ng	24
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	55	115	ng	170
Cecilia Soto (PT)	49	69	ng	118
Jorge González Torres (PVEM)	100	36	ng	136
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	ng	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	40	0	ng	40
Pablo Emilio Madero (UNO)	35	0	ng	35
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	ng	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	2		3
Diego Fernández (PAN)		4		4
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	2	3		5
Cecilia Soto (PT)	5	1		6
Jorge González Torres (PVEM)	6	5		11
Rafael Aguilar (PFCRN)				0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	3			3
Pablo Emilio Madero (UNO)	4			4
Marcela Lombardo (PPS)				0

* ENTREVISTA

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Jueves 9 de Junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	184	124	140	448
Diego Fernández (PAN)	57	85	20	162
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	78	107	25	210
Cecilia Soto (PT)	40	64	19	123
Jorge González Torres (PVEM)	83	92	18	193
Rafael Aguilar (PFCRN)				0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	40	60	15	115
Pablo Emilio Madero (UNO)	42		14	56
Marcela Lombardo (PPS)	43		20	63

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	2	8	11
Diego Fernández (PAN)	2	1	2	5
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	4	3	6	13
Cecilia Soto (PT)	7	5	3	15
Jorge González Torres (PVEM)	8	6		14
Rafael Aguilar (PFCRN)				0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	5	4	7	16
Pablo Emilio Madero (UNO)	6		5	11
Marcela Lombardo (PPS)	7		4	11

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Viernes 10 de Junio de 1993

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	68	127	no grabación	195
Diego Fernández (PAN)			ng	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	16	68	ng	84
Cecilia Soto (PT)	9	57	ng	66
Jorge González Torres (PVEM)	12		ng	12
Rafael Aguilar (PFCRN)	16		ng	16
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	10	30	ng	40
Pablo Emilio Madero (UNO)	9		ng	9
Marcela Lombardo (PPS)	7	22	ng	29

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	2		3
Diego Fernández (PAN)				0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	3	3		6
Cecilia Soto (PT)	7	4		11
Jorge González Torres (PVEM)	8			8
Rafael Aguilar (PFCRN)	4			4
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	5	1		6
Pablo Emilio Madero (UNO)	6			6
Marcela Lombardo (PPS)	2	5		7

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Lunes 13 de junio de 1994.

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	108	96	ng	204
Diego Fernández (PAN)	31	59	ng	90
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	63	104	ng	167
Cecilia Soto (PT)	27	0	ng	27
Jorge González Torres (PVEM)	31	0	ng	31
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	ng	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	40	0	ng	40
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	ng	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	ng	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	ng	2
Diego Fernández (PAN)	2	2	ng	4
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	3	3	ng	6
Cecilia Soto (PT)	5	0	ng	5
Jorge González Torres (PVEM)	6	0	ng	6
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	ng	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	4	0	ng	4
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	ng	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	ng	0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Martes 14 de junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	108	ng	ng	108
Diego Fernández (PAN)	0	ng	ng	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	79	ng	ng	79
Cecilia Soto (PT)	60	ng	ng	60
Jorge González Torres (PVEM)	70	ng	ng	70
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	ng	ng	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	ng	ng	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	ng	ng	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	ng	ng	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	ng	ng	1
Diego Fernández (PAN)	0	ng	ng	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	2	ng	ng	2
Cecilia Soto (PT)	3	ng	ng	3
Jorge González Torres (PVEM)	4	ng	ng	4
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	ng	ng	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	ng	ng	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	ng	ng	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	ng	ng	0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Miércoles 15 de junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	183	240	ng	423
Diego Fernández (PAN)	78	152	ng	228
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	69	42	ng	111
Cecilia Soto (PT)	65	0	ng	65
Jorge González Torres (PVEM)	45	0	ng	45
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	ng	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	60	0	ng	60
Pablo Emilio Madero (UNO)	47	0	ng	47
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	ng	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	3	ng	4
Diego Fernández (PAN)	2	1	ng	3
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	3	2	ng	5
Cecilia Soto (PT)	6	0	ng	6
Jorge González Torres (PVEM)	7	0	ng	7
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	ng	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	4	0	ng	4
Pablo Emilio Madero (UNO)	5	0	ng	5
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	ng	0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Jueves 16 de junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	128	140	ng	268
Diego Fernández (PAN)	0	0	ng	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	0	0	ng	0
Cecilia Soto (PT)	50	0	ng	50
Jorge González Torres (PVEM)	40	34	ng	74
Rafael Aguilar (PFCRN)	61	0	ng	61
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	68	0	ng	68
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	ng	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	ng	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	ng	2
Diego Fernández (PAN)	0	0	ng	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	0	0	ng	0
Cecilia Soto (PT)	4	0	ng	4
Jorge González Torres (PVEM)	5	2	ng	7
Rafael Aguilar (PFCRN)	2	0	ng	2
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	3	0	ng	3
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	ng	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	ng	0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Viernes 17 de junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	328	136	104	568
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	0	0	19	19
Cecilia Soto (PT)	0	0	0	0
Jorge González Torres (PVEM)	0	0	13	13
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	84	84
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	17	17
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	17	17
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	18	18

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	7	9
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	0	0	2	2
Cecilia Soto (PT)	0	0	0	0
Jorge González Torres (PVEM)	0	0	3	3
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	1	1
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	6	6
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	5	5
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	4	4

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Lunes 20 de junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	83	131	216	430
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	66	82	0	148
Cecilia Soto (PT)	0	26	0	26
Jorge González Torres (PVEM)	0			0
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	0	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	0	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	0	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	0	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	1	3
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	2	2	0	4
Cecilia Soto (PT)	0	3	0	3
Jorge González Torres (PVEM)	0	0	0	0
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	0	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	0	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	0	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	0	0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE**Martes 21 de junio de 1993**

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	75	112	104	291
Diego Fernández (PAN)	0	74	0	74
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	50	72	21	143
Cecilia Soto (PT)	68	0	18	86
Jorge González Torres (PVEM)	0	0	14	14
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	0	0
Álvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	19	19
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	0	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	16	16

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	6	8
Diego Fernández (PAN)	0	3	0	3
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	2	2	1	5
Cecilia Soto (PT)	3	0	5	8
Jorge González Torres (PVEM)	0	0	2	2
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	0	0
Álvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	4	4
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	0	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	3	3

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE**Miércoles 22 de junio de 1994**

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	134	130	176	440
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	59	87	21	167
Cecilia Soto (PT)	47	32	20	99
Jorge González Torres (PVEM)	0	0	17	17
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	0	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	0	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	50	81	17	148
Marcela Lombardo (PPS)	60	0	17	77

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	4	6	11
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	3	2	1	6
Cecilia Soto (PT)	5	1	5	11
Jorge González Torres (PVEM)	6	0	2	8
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	0	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	0	0	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	4	3	4	11
Marcela Lombardo (PPS)	2	0	3	5

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

Jueves 23 de Junio de 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	NT	90	99	189
Diego Fernández (PAN)	NT	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	NT	99	0	99
Cecilia Soto (PT)	NT	20	0	20
Jorge González Torres (PVEM)	NT	0	18	18
Rafael Aguilar (PFCRN)	NT	16	16	32
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	NT	32	16	48
Pablo Emilio Madero (UNO)	NT	25	15	40
Marcela Lombardo (PPS)	NT	27	21	48

nota: NT= No se transmitió campaña de ningún candidato

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	NT	1	6	7
Diego Fernández (PAN)	NT	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	NT	2	0	2
Cecilia Soto (PT)	NT	3	0	3
Jorge González Torres (PVEM)	NT	0	2	2
Rafael Aguilar (PFCRN)	NT	6	1	7
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	NT	7	5	12
Pablo Emilio Madero (UNO)	NT	5	4	9
Marcela Lombardo (PPS)	NT	4	3	7

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE**Viernes 24 de junio de 1994**

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	NG	0	NG	0
Diego Fernández (PAN)	NG	0	NG	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	NG	0	NG	0
Cecilia Soto (PT)	NG	0	NG	0
Jorge González Torres (PVEM)	NG	0	NG	0
Rafael Aguilar (PFCRN)	NG	0	NG	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	NG	0	NG	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	NG	0	NG	0
Marcela Lombardo (PPS)	NG	0	NG	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	NG	NG	NG	0
Diego Fernández (PAN)	NG	NG	NG	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	NG	NG	NG	0
Cecilia Soto (PT)	NG	NG	NG	0
Jorge González Torres (PVEM)	NG	NG	NG	0
Rafael Aguilar (PFCRN)	NG	NG	NG	0
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	NG	NG	NG	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	NG	NG	NG	0
Marcela Lombardo (PPS)	NG	NG	NG	0

NG= NO GRABACIÓN

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE**LUNES 27 DE JUNIO DE 1994**

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	98	197	78	371
Diego Fernández (PAN)	0	110	0	110
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	70	82	19	171
Cecilia Soto (PT)	0	0	0	0
Jorge González Torres (PVEM)	30	85	20	135
Rafael Aguilar (PFCRN)	48	20	23	91
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	38	21	26	85
Pablo Emilio Madero (UNO)	40	26	15	81
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	0	0

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	1	6	8
Diego Fernández (PAN)	0	2	0	2
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	2	3	2	7
Cecilia Soto (PT)	0	0	0	0
Jorge González Torres (PVEM)	6	4	3	13
Rafael Aguilar (PFCRN)	3	7	1	11
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	4	6	5	15
Pablo Emilio Madero (UNO)	5	5	4	14
Marcela Lombardo (PPS)	0	0	0	0

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

MARTES 28 DE JUNIO DE 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	70	135	78	283
Diego Fernández (PAN)	57	125	20	202
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	82	87	18	187
Cecilia Soto (PT)	0	65	22	87
Jorge González Torres (PVEM)	0	32	26	58
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	33	11	44
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	25	21	46
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	0	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	29	20	49

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	2	7	10
Diego Fernández (PAN)	2	3	3	8
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	3	4	2	9
Cecilia Soto (PT)	0	1	7	8
Jorge González Torres (PVEM)	0	7	4	11
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	8	1	9
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	8	8	12
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	0	0
Marcela Lombardo (PPS)	0	5	5	10

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

MIÉRCOLES 29 DE JUNIO DE 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	NG	92	NG	92
Diego Fernández (PAN)	NG	98	NG	98
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	NG	93	NG	93
Cecilia Soto (PT)	NG	30	NG	30
Jorge González Torres (PVEM)	NG	24	NG	24
Rafael Aguilar (PFCRN)	NG	44	NG	44
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	NG	0	NG	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	NG	0	NG	0
Marcela Lombardo (PPS)	NG	27	NG	27

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	NG	3	NG	3
Diego Fernández (PAN)	NG	1	NG	1
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	NG	2	NG	2
Cecilia Soto (PT)	NG	4	NG	4
Jorge González Torres (PVEM)	NG	6	NG	6
Rafael Aguilar (PFCRN)	NG	7	NG	7
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	NG	NG	NG	0
Pablo Emilio Madero (UNO)	NG	NG	NG	0
Marcela Lombardo (PPS)	NG	5	NG	5

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

JUEVES 30 DE JUNIO DE 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	NT	0	68	68
Diego Fernández (PAN)	NT	119	0	119
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	NT	77	33	110
Cecilia Soto (PT)	NT	27	22	49
Jorge González Torres (PVEM)	NT	26	18	44
Rafael Aguilar (PFCRN)	NT	28	17	45
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	NT	22	120	142
Pablo Emilio Madero (UNO)	NT	0	18	18
Marcela Lombardo (PPS)	NT	28	18	46

NAC=NO APARECIÓ NINGÚN CANDIDATO

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	0	0	8	8
Diego Fernández (PAN)	0	2	0	2
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	0	1	2	3
Cecilia Soto (PT)	0	3	6	9
Jorge González Torres (PVEM)	0	5	3	8
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	8	1	9
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	0	7	7	14
Pablo Emilio Madero (UNO)	0	0	5	5
Marcela Lombardo (PPS)	0	4	4	8

TIEMPOS DEDICADOS A LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

VIERNES 1° DE JULIO DE 1994

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	38	128	99	263
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	0	40	28	68
Cecilia Soto (PT)	21	48	25	94
Jorge González Torres (PVEM)	28	15	16	59
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	22	22
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	40	25	0	65
Pablo Emilio Madero (UNO)	23	18	13	54
Marcela Lombardo (PPS)	0	22	16	38

ORDEN DE APARICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN LOS NOTICIEROS DE LA NOCHE

CANDIDATOS	24 HORAS	HECHOS	PUNTO POR PUNTO	TOTAL
Ernesto Zedillo (PRI)	1	2	7	10
Diego Fernández (PAN)	0	0	0	0
Cuauhtémoc Cárdenas (PRD)	0	7	1	8
Cecilia Soto (PT)	4	1	5	10
Jorge González Torres (PVEM)	5	5	2	12
Rafael Aguilar (PFCRN)	0	0	6	6
Alvaro Pérez Treviño (PARM)	2	4	0	6
Pablo Emilio Madero (UNO)	3	6	4	13
Marcela Lombardo (PPS)	0	3	3	6