



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

CAMPUS ARAGON

MANUAL DE AGENCIAS INFORMATIVAS EN MEXICO (ESTRUCTURA Y FORMA DE TRABAJO)

T E S I S

PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN COMUNICACION Y

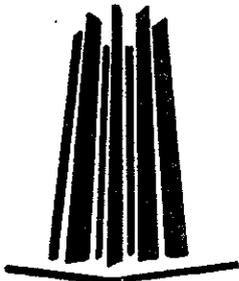
P E R I O D I S M O

P R E S E N T A N :

JUAREZ REYES LEONARDO

RUIZ CORTES JAIME SIMON

DIRECTOR DE LA TESIS: LIC. ALDO SILVESTRE DE LA O TAPIA



MEXICO, D. F.

ABRIL DE 1999.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

276014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

LEONARDO JUAREZ REYES

A DIOS POR HABERME DADO LA OPORTUNIDAD MAS GRANDE DEL MUNDO: LA VIDA

A MI PAPA JOSE JUAREZ SOMERA,
QUIEN A PESAR DE NO ENCONTRARSE MATERIALMENTE CON
NOSOTROS, SUS ENSEÑANZAS Y CONSEJOS ME AYUDARON -
EN LOS MOMENTOS DIFICILES DE LA VIDA, A SER TENAZ
EN LA CONSECUCION DE MIS OBJETIVOS.

A MI MAMA ROSA MARIA REYES PEÑA
POR ENSEÑARNOS QUE LA VIDA NO ES FACIL, -
QUE TODO CUESTA TRABAJO Y QUE NO EXISTE --
ENEMIGO INVENCIBLE AL CUAL NO SE LE PUEDE
VENCER CON TRABAJO Y ESFUERZO.

A MI HERMANO OCTAVIO
POR SUS MUESTRAS DE APOYO EN LOS MOMENTOS DE FLAQUE
ZA, PARA RECUPERAR EL ANIMO Y SEGUIR ADELANTE.

A MI TIO ANGEL
QUIEN CON SUS CARIÑOS Y CUIDADOS ME AYUDARON
EN LOS PRIMEROS MOMENTOS CRITICOS DE LA VIDA,
ADEMAS DE QUE FUISTES UN SEGUNDO PADRE PARA
NOSOTROS.

A MI TIA SOLEDAD REYES,
POR ELCARIÑO Y TERNURA CON QUE NOS VES, ADEMAS
DE QUE ERES UNA SEGUNDA MADRE PARA MI.

A LA UNIVERSIDAD Y LA E.N.E.P. "ARGON"
POR DARNOS LA OPORTUNIDAD DE SER PARTE DE SU CO
MUNIDAD Y REALIZAR NUESTRA CARRERA PROFESIONAL,
ESPERANDO QUE EL PRESENTE TRABAJO AYUDE A LAS FU
TURAS GENERACIONES DE PROFESIONISTAS EN SU PREPA
RACION ACADEMICA.

AL LICENCIADO EDGAR HERNANDEZ RODRIGUEZ POR LAS FACILI
DADES PRESTADAS PARA LA ELABORACION DE ESTA TESIS.

A LOS DIRECTORES Y CORRESPONSALES DE -
LAS AGENCIAS INFORMATIVAS UPI, AP, AFP,
EFE, NOTIMEX Y ARTSA POR LAS FACILIDA
DES BRINDADAS PARA LA CONSECUCION DE ES
TE TRABAJO.

AL LICENCIADO ALDO SILVESTRE DE LA O TAPIA,
POR LA PACIENCIA QUE NOS TUVO PARA INICIAR Y CONCLUIR
ESTE TRABAJO DE INVESTIGACION.

A MI COMPAÑERO DE TESIS
JAIME SIMON RUIZ CORTES: POR LOS MOMENTOS QUE PA
SAMOS A LO LARGO DE ESTE TRABAJO Y QUE NO SE RE-
QUIERE SER UN ERUDITO PARA CULMINAR UN PROYECTO.
A TODOS AQUELLOS EGOLATRAS INCREDULOS QUE NO DA-
BAN ESPERANZA ALGUNA A NUESTRA CONJUNCION DE ES-
TILOS.

A NUESTRO HERMANO Y COMPAÑERO SERGIO SANDOVAL CAMARGO
"ZETITA" POR SU VALIOSO APOYO YA QUE DE NO HABERLO
TENIDO NO HUBIERAMOS PODIDO CONCLUIR ESTA TESIS.

A LA FAMILIA RUIZ CORTES: POR SU COMPRESION Y -
APOYO.

AGRADECIMIENTOS

Jaime Simón Ruíz Cortés

En ocasiones la vida es cruda e incógnita, testa ruda e insoportable; sin embargo, amanecemos, ca vilamos, expiramos y recibimos el beso cálido de la providencia. Es tanto ello que mi gratitud hu milde es a la vida y a su poesía que se manifies ta a cada momento o circunstancia.

Dedico y agradezco este esfuerzo conjunto a Mamá Carmen Cortés Cortés, por su amor, atención y pa labra que ha dejado estigmatizada en mí. A los - pueblos indios, a ellos siempre, por su profunda cosmovisión poética y una sólida estructura huma nística creadora de valores estéticos y morales que los mantiene en lucha.

A Papá, por el apoyo y paciencia que a lo largo de este trabajo me ofreció y recordarle cariñosa y respetuosamente que esto es producto del ánimo de toda su vida.

A Lilia, mi hermana mayor, por dejarme un buen - ejemplo a seguir y que nunca dejaré de cultivar: el esfuerzo.

A mis hermanos, Julieta Claudia, Audberto, Angéli ca, Silvia, José Luis y María del Carmen, por ha ber permanecido unidos en las malas como las ca-- rencias económicas que pasamos y por sobrellevar mi vida romántica.

Agradezco a la UNAM y a la carrera de Comunica-- ción y Periodismo pro ser producto y orgullosa-- mente parte de ella. Dejamos con respeto un tra bajo que esperemos emerjan raíces de curiosidad.

A mi amigo, hermano y compañero, Juárez Reyes Leo nardo, por hacerme ver que la conjunción provoca un hecho concreto, una respuesta a la incógnita -- de muchos compañeros ególatras e incrédulos.

A el Lic. Aldo Silvestre de la O Tapia, por com prender y darle fondo y forma a nuestro proyecto.

A el Lic. Hedgar Hernández R., fraternalmente gra cias, por el apoyo moral y didáctico; sobre todo al diseminar en nuestra curiosidad el sujeto de estudio: las agencias informativas.

A la familia Juárez Reyes: Rosa María y Octavio por darnos aliento.

A Sergio Sandoval Camargo, por su apoyo desinteresado.

A Marco Antonio H. por haberme impulsado en el momento más crítico de mi vida escolar.

A Patricia Alvarez, amigos y amigas por creer en mí.

Por último, doy gracias y veneración a los hacedores de la palabra, aquellos que rescatan y sitúan en un lugar honorable a la retórica (como anti--güos alquimistas en busca del Poema-Dios).

Y POR ULTIMO A LOS SINODALES:

VICTORIA ALICIA AVILA CENICEROS, HUGO LUIS SANCHEZ
GUDIÑO, ALDO SILVESTRE DE LA O TAPIA, MARIA DEL --
CARMEN LEAL HERNANDEZ Y FERNANDO GARCIA HERNANDEZ
POR SUS OBSERVACIONES QUE ENRIQUECIERON NUESTRAS
TESIS.

COMPAÑEROS DE LA FACULTAD DE CIENCIA POLITICAS
Y SOCIALES POR EL MATERIAL PROPORCIONADO PARA
LA ELABORACION DE ESTA INVESTIGACION.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPITULO 1

DE LAS PALOMAS MENSAJERAS AL VUELO DE LAS GRANDES EMPRESAS INTERNACIONALES DE NOTICIAS.

1.1.- Charles Havas, el padre de las agencias de noticias; Bernard Wolff, Paul Julius Reuter los iniciadores del movimiento.....	1
1.2.- AP primera agencia del nuevo continente.	3
1.3 - Importancia de las Agencias Informativas.	4

CAPITULO 2

NACIMIENTO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO.

2.1.- LA AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS (NOTIMEX)..	7
2.2 - UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI)	8
2.3 - ASSOCIATED PRESS (AP)	10

2.4.- AGENCE FRANCE PRESS (AFP))	11
2.5.- AGENCIA INTERNACIONAL DE NOTICIAS EFE (EFE))	13
2.6.- AGENCIA DE RADIO Y TELEVISIÓN S.A. (ARTSA))	14

CAPITULO 3

ORGANIZACIÓN Y FORMA DE TRABAJO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS

3.1 - UNITED PRESS INTERNATIONAL.....	18
3.1.1.- Estructura Organizacional.....	19
3.1.2.- Funcionamiento	22
3.2.- ASSOCIATED PRESS.....	23
3.2.1.- Estructura Organizacional..	28
3.2.2 - Funcionamiento.	30
3.3.- AGENCE FRANCE PRESS	36
3.3.1.- Estructura Organizacional	36
3.3.2 - Funcionamiento	38

3.4 - AGENCIA INTERNACIONAL DE NOTICIAS EFE (EFE)	44
3.4.1 - Estructura Organizacional	45
3.4.2 - Funcionamiento	46
3.5 - AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS	50
3.5.1 - Estructura Organizacional	50
3.5.2 - Funcionamiento.....	63
3.6.- AGENCIA DE RADIO Y TELEVISIÓN (ARTSA)	77
3.6.1.- Estructura Organizacional...	78
3.6.2 - Funcionamiento.	80

CAPITULO 4

PROPUESTA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA AGENCIA INFORMATIVA

4.1.- ESTRUCTURA DE LA AGENCIA	86
4.2.- EL ELEMENTO HUMANO.	89
4.3 - EN LO MATERIAL	90

4 3.1 - Instalaciones	91
4 3.2.- Equipo	91
CONCLUSIONES	98
BIBLIOGRAFÍA	100
ANEXO.	103

INTRODUCCION

Probablemente ninguna otra organización tiene tanto control sobre el flujo de noticias entre las diversas naciones como las llamadas Agencias Informativas. En gran medida éstas constituyen los nervios para la transmisión de impulsos noticiosos que eventualmente tendrán como destino final millones de personas a lo largo y ancho del planeta; se ha estimado que tres de cada cuatro noticias se transmiten a través de los diferentes medios de comunicación son manejadas por las principales agencias noticiosas.

UPI, AP y AFP, son las principales agencias que cuentan con mayor cobertura a nivel mundial. Estas poseen una gran cantidad de recursos económicos lo que les permite tener una tecnología de vanguardia y obtener en casi forma instantánea las principales noticias que ocurren en el mundo.

Actualmente a las agencias informativas se les considera como empresas comerciales, cuya principal tarea es surtir la demanda del mercado periodístico, es decir, mediante la recopilación, selección, redacción y transmisión (a los medios de comunicación, en cualquier lugar del mundo) de notas informativas, satisfaciendo la necesidad de toda empresa noticiosa de obtener información. Así mismo se beneficia al percibir jugosas ganancias por la venta de éstas.

Las agencias internacionales están presentes en México por lo menos desde la segunda década de este siglo, y han tenido un crecimiento constante e incontrolable. Sin duda alguna las agencias AP, UPI, AFP y EFE, son las más conocidas en los medios de comunicación nacionales, de ahí hace la curiosidad de conocer el interior de estas empresas.

La presente investigación nos muestra cómo funcionan las agencias informativas, ya que éstas son consideradas piezas medulares de toda la información internacional que circula en los medios nacionales.

En el campo mexicano de la comunicación social, pocos asuntos han sido estudiados tan irregularmente como el funcionamiento de las agencias de noticias. Habitualmente los diagnósticos sobre comunicación han sido orientados fundamentalmente al examen ideológico de los medios que tienen relación directa con el público. Abundan así estudios sobre cine, historieta, prensa, entre otros; pero en realidad no existen muchas investigaciones relacionadas con el funcionamiento y organización de las agencias informativas, ya que ha prevalecido una suerte de silencio que comparten lo mismo investigadores, funcionarios, trabajadores y usuarios de la comunicación.

Ciertamente existen carencias en la investigación, y muchas de éstas se pueden hallar en la actitud del gobierno mexicano en el campo de las comunicaciones. Nunca antes de 1968 el gobierno de la República consideró la idea de crear una agencia propia. Y aún entonces la que en esa oportunidad se creó, inició sus trabajos con graves deficiencias.

La presente investigación consta de cuatro capítulos, el primero de ellos el lector podrá conocer el origen y la importancia de estos medios de comunicación, así como los antecedentes de la primera empresa de información en el continente.

En el segundo se desarrollan los antecedentes históricos de cada una de las seis agencias noticiosas examinadas para la elaboración del presente manual, donde podrán encontrarse la fecha en que se establecieron en México, momentos críticos y relevantes por los cuales tuvieron que pasar estas grandes empresas periodísticas.

Por lo que respecta al capítulo tercero, donde se encierra el objetivo primordial de esta investigación, se detalla la estructura organizacional, descripción de puestos y la relación que existe entre ellos; se explican los grados de autoridad, responsabilidades, funciones o actividades de las agencias: UPI, AP, AFP, EFE, NOTIMEX y ARTSA.

En el último capítulo, se desglosa un modelo de este tipo de empresa, el cual se fundamenta en los pequeños huecos encontrados durante la indagación a estas empresas, donde se encontrarán los elementos técnicos, materiales y humanos, requisitos fundamentales para el eficiente funcionamiento de este tipo.

Con esta investigación intentamos proporcionar un material de apoyo para profesores, estudiantes del área de periodismo e interesados en el tema, esperando también que sirva como complemento práctico para la teoría que se imparte en las aulas.

I. DE LAS PALOMAS MENSAJERAS AL VUELO DE LAS GRANDES EMPRESAS INTERNACIONALES DE NOTICIAS

1.1 CHARLES HAVAS, "EL PADRE DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS"; BERNARD WOLFF, PAUL JULIUS REUTER LOS INICIADORES DEL MOVIMIENTO.

El húngaro-francés Charles Havas (1783-1858) organizó la primera oficina de información, la cual funcionaba con base en las noticias que recibía de sus corresponsales ubicados en las principales capitales europeas, después las enviaba por correos especiales u ordinarios a sus abonados, los cuales fueron. financieros, diplomáticos, comerciantes Charles Havas se las ingenió para recibir primero en París los diarios extranjeros y de esta manera proporcionar noticias frescas a sus clientes, y posteriormente venderlas a los demás diarios de la capital y áreas cercanas a la ciudad Luz.

En 1835 nace a la opinión pública la agencia "Havas" utilizando el telégrafo óptico de los hermanos Chappe, para 1840 comenzó a utilizar un nuevo método de transmisión de noticias que fueron las palomas mensajeras. Por el año de 1848 el alemán Bernard Wolff quien había formado parte del equipo de Havas, decide independizarse de éste y funda su propia oficina de noticias, finalmente para 1855 se consolida su primera obra: la agencia "Wolff"

La guerra por conseguir la exclusiva comenzaba a manifestarse plenamente, aumentando aún más cuando el judío-alemán Israel Beer, que igual que Bernard Wolff laboró para el "creador" de las agencias informativas, abrió en el Royal Exchange de Londres una nueva empresa de noticias semejante a la de ellos. Bajo el nombre de Julius Reuter Beer, ésta se especializaba en la transmisión de noticias financieras.

Hasta esos momentos todo parecía indicar que el ramo inaugurado sólo podía ser manejado por Havas y sus queridos discípulos, pero realmente el monopolio no se pudo llevar a cabo tan fácilmente, máxime cuando la respuesta provino rápidamente de Italia Por iniciativa del primer ministro Piamonte Cavour, quien se dió a la tarea de convencer a un periodista de Trieste llamado Guillermo Stefani, y se organizó una nueva agencia en Turín, Agencia Telegráfica Stefani

Durante el año de 1853, surge un contrato de intercambio entre las agencias "Havas", "Reuter" y "Wolff" de tal forma que entre los años de 1850 hasta 1860 quedaron establecidas formalmente las primeras agencias de información europeas que con el paso del tiempo se extenderían al mundo entero lo que trajo el rompimiento de contratos que proveían el intercambio de noticias, aumentando cada vez más la dificultad por la obtención de la exclusiva

Todo iba por buen camino para los empareos de la información, hasta el inicio de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) Durante la ocupación de Francia por parte del ejército alemán, éste incautó las agencias noticiosas de Charles Havas y de Bernard Wolff quedando sólo en la faz de la tierra la Agencia Informativa Reuter

Al término del Holocausto aparece de nueva cuenta en el plano de las empresas de noticias, la agencia "Havas" pero con un nuevo nombre y organización, ello para retomar su lugar en el campo de la información. Actualmente ésta se ha transformado en una de las agencias más importante del orbe y se denomina Agence France Press -AFP-, pero para ello tuvo que saltar el panorama negro del año de 1949 que estuvo caracterizado por.

- Apertura de nuevas agencias nacionales de escasa importancia.
- Reuter había sustituido en todos sus campos a Havas (ahora la AFP)
- Las agencias norteamericanas habían crecido en importancia incluso la "International News Service" se había convertido en una agencia mundial
- La agencia T.A S.S desempeñaba un papel preponderante en el entonces bloque soviético, a partir del inicio de la "Guerra Fría" con un rango netamente mundial
- Reuter aprovechando el receso obligatorio de la agencia "Havas" amplió sus extensiones con otras nuevas agencias

NOTA: Cabría mencionar que en 1930 Adolfo Hitler incauta todas las agencias telegráficas en Alemania, posteriormente al término de la Segunda Guerra Mundial y con la repartición entre las grandes potencias surge de nueva cuenta la agencia telegráfica Wolff bajo el nombre de Deutsche Presse Agetur (DPA) fundada el 18 de agosto de 1949 iniciando sus labores el 1° de septiembre del mismo año.

L.2 AP LA PRIMERA AGENCIA DE NOTICIAS DEL NUEVO CONTINENTE.

"El desarrollo de las agencias de información está vinculado al lanzamiento industrial del siglo XIX que ocasionó el pronto desarrollo de los periódicos, el ensanchamiento de sus horizontes y sobre todo el desenvolvimiento de los medios modernos de transmisión como el telégrafo eléctrico" (Díaz, 1967:38)

La primera agencia del continente americano fue la Association Ofmorning News Papers fundada en la ciudad de Nueva York en 1820 para favorecer los contactos con Europa. En 1948 ésta cambia de nombre por el de Associated Press (AP)

Para el siguiente año uno de los fundadores de la naciente agencia, Daniel Craig, establece la primera oficina exterior en Halifax, Nueva Escocia, donde las últimas noticias llegaban desde el Continente Europeo abordo de embarcaciones, de ahí ésas se transmitían por medio del telégrafo hasta Nueva York.

En 1875 dicha empresa establece los primeros cables arrendados dedicados exclusivamente a las transmisiones de noticias. Iban de Nueva York a Washington y se transmitían aproximadamente más de 20,000 palabras al día. En las décadas siguientes los circuitos arrendados de la Associated Press (AP) se asientan a lo largo de Estados Unidos hasta el Océano Pacífico

En el año de 1899, AP se convierte en la primera agencia que prueba a sus abonados el cable telefónico de Guillermo Marconi para enviar las noticias. Ya en 1900 instala un cuarto completo automatizado con equipo IBM y experimenta con terminales de computadoras. La Associated Press fue la primera agencia en transmitir directamente un evento deportivo -reporte-: "La Serie Mundial de beisbol" entre los "Brooklin Nationals" y los "Boston Red Sox" en el año de 1916, dicho evento se cubrió mediante un circuito de 26,000 millas.

Durante la crisis económica de 1927 crea lo que llegará a ser el servicio de fotografía de noticias más grande del mundo. En un principio las fotos eran difundidas por mensajeros, correo, autobús o tren. En 1935 inició transmitiendo fotografías sobre cables arrendados, dos años más tarde las noticias de esta transnacional empiezan a ser explotadas por las radiodifusoras, una década después los avances tecnológicos hacen que se instalen circuitos alámbricos de fotografías los cuales llegan a cada uno de los continentes

En los ochentas esta agencia es la pionera en emplear satélites transportadores, convirtiéndose en la primera organización de noticias vía satélite. Para 1986 amplía su capacidad de transmisión por satélite con la adquisición de uno nuevo, el modelo. GTE STANCENET III-R; en nuestra época la Associated Press introduce un banco de gráficas y últimamente aporta tecnología de fotografía digital a la industria de periodismo, llamado LAUNCH OF PHOTOSTREAM y la instalación del LEST PICTURE DESK.

Actualmente Associated Press es una cooperativa privada con fines de obtener los mayores beneficios económicos, tiene su sede principal en la ciudad de Nueva York, atiende el 84% de los periódicos de la Unión Americana y sus miembros representan en un 96% la circulación cotidiana de diarios en el país. Cuenta con los servicios fotográficos más grandes del mundo, además de un equipo especial que proporciona noticias sonoras y una especialmente dedicada al ámbito deportivo, un

departamento dedicado particularmente a noticias económicas, financieras, comerciales y laborales, incluye la más completa biblioteca fotográfica "WIDE WORLD", la que se encuentra dividida en diversos departamentos, el más importante es el que se encuentra dedicado a la educación (película educativa); una sección destinada a los libros de actualidad, además de servicio de noticias especial de economía y finanzas que funciona conjuntamente con la empresa DOEW JONES EDITORES del WALL STREET JOURNAL.

1.3 IMPORTANCIA DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS.

Los métodos pioneros de las agencias para hacer llegar sus servicios a sus clientes fueron las palomas mensajeras, el servicio postal, los agentes, los viajes largos por barco y todo tipo de servicios de altos costos que no permitían expandir el servicio de estas empresas a cualquier parte del globo, máxime, tomando en cuenta, que la noticia es noticia solamente cuando se encuentra fresca, nueva y produce expectación en los individuos. Por eso la importancia de conseguir nuevos métodos que hicieran fluir la información lo más rápido posible. De esa forma fueron apareciendo el telégrafo, los cables acuáticos y el teléfono que permitieron conseguir el tan anhelado sueño de las primeras agencias de noticias: hacer llegar los hechos informativos a los pocos instantes de haber ocurrido. Ya con este poder de la comunicación las agencias informativas hicieron a un lado el derecho a la información, convirtiéndolo ahora en una mercancía que se vende al mejor postor. Sí, las cosas cambiarán y seguirán cambiando con las agencias, pero ahora las perspectivas son otras que obedecen sobre todo al manipuleo y al neocolonialismo a través del poder informativo.

Con tales antecedentes pueden numerarse una lista de algunos de los recursos más importantes con los que cuentan las agencias:

- a) Las grandes agencias de noticias son las principales intermediarias que ejercen sus redes de influencia entre la fuente de noticias y los distintos medios de comunicación.
- b) Desde sus orígenes las agencias difundieron la información en el sentido más favorable a sus respectivos intereses
- c) No existen tarifas fijas para los servicios de las agencias, pues éstas se encuentran sujetas a convenios discrecionales o las variantes condiciones del mercado.
- d) El aprovechamiento de los nuevos dispositivos tecnológicos y los recursos económicos les facilita el trabajo y amplía su cobertura, cuestiones que cualquier agencia nacional no puede cubrir, incluso en el caso de México los servicios SUN (Sistema Universal de Noticias del periódico El Universal) se realizan con el alquiler de tecnología de la Agencia UPI
- e) Lo que una agencia internacional obtiene de los suscriptores es lo que el mercado puede resistir, ya que los medios de comunicación latinos, asiáticos o africanos no pagan los mismos costos que los países europeos. Si subieran los precios de los servicios informativos que prestan

estas empresas los países en vías de desarrollo no los comprarían. Esto se califica en el mercado internacional como "dumping", es decir, oferta de servicios a precios bajos (incluso más bajos que el costo real) con el propósito de conquistar o conservar un mercado que casi se vuelve cautivo.

En la mayoría de los países democráticos existen agencias informativas privadas y oficiales. En las naciones de corte totalitario la mayoría de estos organismos noticiosos se encuentran subvencionados al estado, pero aquí lo esencial es que las agencias de los dos sistemas ejercen un dominio muy marcado en el sistema informativo mundial.

Aunque lo ideal es que cada medio, particularmente los impresos (periódicos y revistas) estuviesen en posibilidad de obtener las noticias mediante la presencia de sus propios elementos, para que la información respondiese mejor a la fisonomía de cada publicación. El objetivo simple y relevante de las agencias noticiosas se encuentra alrededor de las noticias que envían sus corresponsales en cualquier sector del planeta, además, por impersonales que sean los informes de éstos, es inevitable que sus criterios, su nivel de cultura, su formación e idiosincrasia nacional influyan a la hora de realizar su labor, es decir, el corresponsal tiene su propio estilo de captar la noticia y de transmitirla sobre todo en lo referente a los problemas sociales, toda la labor periodística se fundamenta en el servicio que debe tener el periodista hacia la sociedad que es el de mantenerla informada objetivamente; es decir, "los periodistas tienen que informar, pero eso, informar y no generar información divorciada, desvinculada de la realidad" 2 (García Medrano, 1993.22).

Tal como están transcurriendo las cosas, resulta casi imposible por no decir una utopía que algún diario o revista por poderoso que sea en su postura editorial, pueda contar con un cuerpo de enviados que tendrían que estar presentes en todos los países del mundo para que la obtención de datos fuera simultánea, continua y eficaz. Por ello los avances tecnológicos y recursos económicos se hacen elementales, y así no queda otra alternativa más que recurrir a los envíos especiales o la labor de corresponsales ubicados en sitios estratégicos, de ahí la importancia que toman las agencias de noticias desde sus orígenes.

CITAS

1.- Díaz Rangel Eleazar, Pueblos Subinformados, las Agencias de Noticias y América Latina; Cuadernos del Tiempo, Dirección de Cultura, Universidad Central de Caracas, Venezuela; Venezuela 1967, página 38.

2.- García Medrano, Renward y otros; Perspectivas de la Prensa en México; en el Día en libros, Cuadernos del Gallo; Editorial Publicaciones Mexicanas S.C.L., México, D.F., 1993, página 22.

2.- NACIMIENTO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO.

Las agencias informativas han tenido un lugar preponderante en el campo de la información a nivel mundial, es por eso, la importancia de conocer los momentos precedentes que tuvieron que pasar UPI, AP, AFP, EFE, NOTIMEX y ARTSA a través de la historia para consolidarse. A continuación se mencionan en el presente apartado los aspectos más relevantes de éstas.

2.1 AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS (NOTIMEX).

La agencia NOTIMEX fue organizada como una sociedad participativa del Estado, es la agencia de noticias más importante de la República Mexicana y Centroamérica.

El 20 de agosto de 1968 nace NOTIMEX como una respuesta a la necesidad de informar de manera organizada y centralizada acerca de la olimpiada realizada en México durante ese año. La agencia dependía de la Secretaría de Gobernación siendo Enrique Herrera el primer director. "Se ha dicho también que su creación, proyectada por el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz desde varios años antes, fue una respuesta al movimiento estudiantil, pero esta afirmación no es muy sólida porque en agosto de aquel año el movimiento de los estudiantes apenas iniciaba".³ (Trejo, 1989:33).

Durante el periodo presidencial de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), NOTIMEX tuvo un desarrollo precario, pues no poseía un perfil informativo definido, sufría una especie de indefinición institucional ya que también era considerada como una dependencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). A lo largo de un poco más de 28 años la agencia ha tenido que enfrentar diversos obstáculos, por lo que el camino no ha sido fácil para consolidar su proyección y lograr un crecimiento continuo.

Durante los años sesenta sus servicios han abarcado no sólo a los medios impresos, sino inclusive y con gran atención a la radio y la televisión. En aquella década NOTIMEX tenía, además, bajo su responsabilidad la tarea de operar Radio México en onda corta y de confeccionar un servicio para noticieros de los medios electrónicos.

Cuando el Estado se hizo cargo del canal 13 en 1972, NOTIMEX fue designada responsable de los noticieros. Ese mismo año la agencia concertó con Televisa un acuerdo para tener acceso a los programas informativos de esa empresa, con excepción de "24 horas".

En el año de 1986 a dieciocho años de su fundación NOTIMEX sólo contaba con seis suscriptores en el extranjero. A principios de esa década la agencia contaba con un corresponsal en Managua, Nicaragua, años más tarde se sumaron otros 29 corresponsales a lo largo del mundo, distribuidos en importantes ciudades como Río de Janeiro, Buenos Aires, Santiago de Chile, Nueva York, París, Moscú, Tokio, Roma, Ginebra y Bonn, por mencionar algunas.

A principios de los noventa se inauguró la Agencia Noreste ubicada en Monterrey para cubrir los estados de Tamaulipas, Coahuila, San Luis Potosí, Durango y Nuevo León

Poco después se puso en marcha la Agencia Regional del Centro con sede en Guadalajara para cubrir Zacatecas, Aguascalientes, Colima, Michoacán, Nayarit, Guanajuato, Querétaro y Jalisco. Inmediatamente los estados de Yucatán, Quintana Roo, Campeche, Tabasco y Chiapas, pasan a formar parte de la oficina regional del Sureste con sede en la ciudad de Mérida. Finalmente las dos últimas oficinas inauguradas fueron las Agencias para la Región Sur donde se cubre Guerrero, Morelos, Puebla, Tlaxcala y Veracruz, con oficinas generales en Oaxaca, y la Agencia para la Región Norte con sede en Hermosillo para dar servicio a los estados de Chihuahua, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora.

2.2 UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI).

Con la idea de incursionar en el ascendente y vertiginoso mundo de la información, el norteamericano E. W. Scripps creó la United Press Association (UPA), hoy en día reconocida como una de las transnacionales de la información más grande y prestigiada: United Press International (UPI).

En 1900 Edwar W. Scripps fundó en el medio oeste de Estados Unidos de Norteamérica la agencia de noticias "Scripps-McRea Press Association" y la "News Association", en la costa del pacífico Edwar W. Scripps en 1906, consideró que el Este de aquel país tenía una gran afluencia de noticias por encontrarse ahí las grandes ciudades: Nueva York, Boston, Filadelfia y Washington, de esta forma fundó "Publishers Press".

El 15 de julio 1907, con la fusión de esas tres agencias, oficialmente se creó la United Press Association (Prensa Unida Asociada), con carácter privado e independiente. Esta nueva agencia surge trabajando fuerte en un panorama noticioso mundial dominado por "THE ASSOCIATED PRESS" (Prensa Asociada [AP]), en los Estados Unidos y por subsidiarias de varios gobiernos en otras partes del mundo.

En aquellos tiempos no existían los medios masivos electrónicos, las agencias noticiosas competían por ser las primeras en divulgar las noticias para los periódicos matutinos y vespertinos que en aquella época abundaban como única forma de dar a conocer los acontecimientos del día. United Press tomó rápidamente mucha fuerza en su nación y en 1912 la agencia inglesa Reuter's, que entonces dominaba la organización de noticias de Europa, le propone unirse a ella.

Pero UP no acepta porque: "El pacto que suscribieron las tres grandes agencias HAVAS, WOLFF y REUTER, que se refería a la distribución del mercado periodístico, ésta era una lógica derivación de los acuerdos de la última década del siglo XIX que hicieron las grandes potencias colonialistas para repartirse el mundo. La Reuter resultó la más favorecida, era natural que así ocurriera porque la Gran Bretaña era el más grande imperio colonialista de esa época. Las agencias que firmaban ese convenio no podían establecerse en aquellas regiones ya distribuidas, así como se les prohibía vender sus servicios informativos en países o territorios objetos del reparto" 4 (Díaz, 1967 37-39)

De ahí que fuera rechazada esa propuesta, porque significaba adoptar todas las medidas acordadas en 1859

En la competencia con la alianza Havas (Francia), Wolff (Alemania), Reuter (Inglaterra) y AP (Estados Unidos), la United Press estableció lineamientos para la operación de agencias noticiosas como

- a) La organización de noticias podría cubrir el mundo en forma independiente
- b) Los periódicos de cualquier país podían comprar esas noticias

Esto convirtió a United Press Association en la primera agencia estadounidense que servía a través de la agencia inglesa Exchange Telegraph a Europa y al Lejano Oriente con la ayuda de la agencia japonesa Nippon Dempo.

El inicio de la Primera Guerra Mundial en 1914 representó no sólo para UPA un desafío; lo fue también para las demás agencias, pero ésta logró infiltrarse en el conflicto bélico y colocarse así como una fuente importante y confiable de información para el gobierno de Estados Unidos

La entrada de UPA a América Latina fue el resultado de la situación en la primera guerra, ya que los rotativos de esta región dependían de la información enviada por las agencias de noticias. Así el factor clave de la expansión de la United Press, fue el deseo de los diarios sudamericanos de obtener informaciones objetivas, equilibradas y oportunas sobre el conflicto bélico.

La agencia "Havas" era dependencia del gobierno francés, el cual a su vez se encontraba involucrado en el conflicto, y no podía proporcionar el tipo de información que reclamaban los habitantes (clientes) de América. La UPA se encontraba entonces en posibilidad de proporcionar información del desarrollo de la guerra, pues contaba con fuentes de acceso alemanas, austriacas y turcas.

De esa manera, sus primeros clientes en nuestro continente fueron los periódicos: "La Nación", "La Prensa" de Buenos Aires, Argentina, "El Mercurio", "El Colombiano" y "El Espectador" de Medellín, Colombia. Para el año de 1934 se "desvaneció" la idea de dividirse el mundo, cada agencia que compartía esa decisión se independizó. La UPA en esos momentos fue considerada el factor que llevó a la desintegración de la alianza por un manejo independiente de las noticias.

Al concluir el primer conflicto mundial, United Press Associations envió su servicio directo a Europa; en 1921 las primeras ciudades que lo recibieron fueron Colonia y Frankfurt en Alemania; Viena en Austria y en Asia, Pekín y Tientsing en China

Poco a poco la UPA ganaba nuevos territorios y ponía innovaciones en el servicio internacional que ofrecía. Entre sus novedades estaba dar línea directa a sus corresponsales, introdució un sistema de entrevistas a destacados personajes de la época y la aparición de un servicio informativo matutino que ninguna agencia daba, así como una red de información por radio

Al inicio de la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), la United Press Associations contaba entre sus clientes a 1715 periódicos y estaciones de radio con clientes en 52 países del mundo. Al concluir el conflicto armado 543 diarios más pasaron a engrosar su lista de suscriptores. En 1947 con una política de expansión y cambio, la agencia se transnacionalizó encaminándose a la instalación de sedes regionales en varios países.

A partir de 1951 la United Press Association, instaló en las oficinas de sus suscriptores un teletipo por el cual mandaba información en líneas fijas en lugar de por cable o por telegrama, como era común. En 1952 incorporó los servicios de películas filmadas para la televisión y de fotonoticias para periódicos y revistas, principalmente. Dos años más tarde, a pesar de ese éxito, United Press al igual que la agencia internacional News Service de William Randolph Hearst, veía la imposibilidad de competir con AP, por los recursos que ésta tenía como cooperativa de casas editoriales. Comenzaron pláticas para que fusionaran los dos servicios; durante la existencia de UPA esta había absorbido a varios de sus competidores y en 1958 se fusionó con la agencia de Randolph Hearst (Corporation Hearst), heredando así todos los clientes de dicha empresa. A partir de este momento la United Press Association, se convirtió oficialmente en la United Press International (UPI).

2.3 ASSOCIATED PRESS (AP)

Alrededor de un escritorio en el periódico "The Sun" en mayo de 1848, los directivos de los impresos neoyorkinos: "Herald", "Tribune", "Courier and Enquirer" "Express & Journal of Commerce" y el "Times", decidieron economizar recursos humanos y monetarios alcanzando una resolución histórica. La creación de la futura empresa transnacional de noticias "The Associated Press" (AP). Las transmisiones por el recién inventado telégrafo resultaban muy costosas, los diarios debían unirse si el público iba a ser servido con una cobertura cada vez mayor en los Estados Unidos y el mundo. Así fue fundada la primera organización cooperativa noticiosa "no beneficiaria", la llamaron "Associated Press" (antes "Western Associated Press"). Adoptó esta nueva razón social en 1892, adquiriendo gran preponderancia y prestigio.

Apenas un año después del establecimiento de AP, los periódicos de Boston se unieron con los fundadores de Nueva York. Grupos regionales de diarios, los siguieron rápidamente; Prensa Asociada del Oeste, del Sur, Filadelfia y otras. La matriz de Nueva York les distribuía noticias agregando a cada uno la cobertura local.

Las noticias provenientes de Washington así como las del extranjero fueron elemento básico desde el principio. La primera oficina en el extranjero de AP se abrió en Halifax, Nueva Escocia. Inicialmente Associated Press contaba con un corresponsal en Washington, hoy cuenta con 160

El reto de AP llegó en 1902 cuando se inició un servicio de cable para cubrir requerimientos de Cuba, Filipinas y Centroamérica, luego en 1919 se creó un servicio a gran escala hacia Latinoamérica en respuesta a las necesidades de 22 periódicos latinoamericanos.

A los inicios de la década de los veinte introdujo el crédito a los reporteros que cubrían los hechos, sus transmisiones terminaron con la información anónima además de ofrecer un servicio especial de artículos de primera plana. Posteriormente la agencia japonesa "Ringgo" también recibió los servicios de Associated Press. Así se inició un firme crecimiento interrumpido por la Segunda Guerra Mundial. Con el retorno de la paz, la operación internacional de la agencia prosiguió su vertiginoso crecimiento.

Cuando las exigencias tecnológicas llegaron a los periódicos y éstos requirieron ilustrar sus noticias, la agencia creó el servicio fotográfico.

2.4 AGENCE FRANCE PRESS (AFP)

La idea que se conocería como agencia de noticias y que consistía en vender información de lo que acontecía en el mundo a los distintos medios informativos locales y extranjeros, fue obra del húngaro-francés Charles Havas (1783-1858), un financiero y comerciante arruinado que a los cincuenta años de edad instaló en un hotel de Bullion en París, una modesta oficina de traducciones para periódicos extranjeros con el nombre de Agencia Havas.

Con los años la idea resultó además de revolucionaria, muy atractiva para los dueños de los periódicos, pues mantener corresponsales en países vecinos y colonias, era mucho más costoso que contratar los servicios de una agencia que recibía cuotas de varios diarios y, que era capaz de sustentar una infraestructura más confiable, rápida y profesional para conseguir información.

Nadie imaginaba entonces que en ese momento se iniciaba la primera agencia de servicios informativos internacionales. Nacida en 1835 como "L' Agence des Fevilles Politiques Correspondiente Générale" monopolizó pronto la distribución de noticias del extranjero, convirtiéndose en una fuente de información para los periódicos.

El afamado escritor francés, Honorato de Balzac, quien anduvo en alguna época de su vida por los senderos periodísticos, dio cuenta en un escrito del éxito de la empresa de Charles Havas, aunque criticaba su poca inclinación por los editoriales y su preferencia por las noticias a secas, es decir, se dedicaban a suministrar información sin adornos ni opiniones.

Sin saberlo, rindió un involuntario homenaje a alguien que precisamente se preocupaba por ofrecer información sin adornos. Algo que explica satisfactoriamente el triunfo de Havas, es que sabía emplear las técnicas más modernas -en su época- para transmitir su información con mayor rapidez que la competencia. Esa técnica resultó ser las palomas mensajeras, con las que ganaba varias horas con relación al correo oficial.

Apenas 16 años después de instalar su agencia, se constituyó en Francia el telégrafo eléctrico y Havas lo empleó a fondo. Su empresa fue la cuna de dos de sus más difíciles competidores internacionales: "Reuter" y "Wolff" (Paul Julius Reuters abrió su agencia en Londres en el año de 1851, Bernard Wolff en Berlín, en 1849), aquel negocio que aparentaba ser una gran desventaja fue en

realidad un excelente negocio a largo plazo.

En 1853, cinco años antes de morir Havas, sus hijos Charles Guillaume y Auguste lo suceden al frente de la agencia, en 1914 la redacción central en París emplea trescientos sesenta personas (en 1879 contaba con 180), además de unos cuatrocientos corresponsales y periodistas independientes en las provincias francesas y 150 más en el extranjero.

Con un capital de ocho millones y medio de francos, un activo de casi diez millones y un optimismo desbordante los descendientes del "padre de las agencias" decidieron prolongar la vida de la sociedad hasta el 23 de julio del año 2028!, ya que con un presupuesto de esa índole en aquella época era sencillo pensar planes a futuro para esa empresa

En agosto de 1944 dos meses después del desembarco en las costas de Normandía, hecho que pondría punto final a la ocupación nazi de Francia. la rama informativa de lo que fue la Agencia "Havas" renace gracias a algunos periodistas. A menudo algunos viejos decanos de la agencia que prefirieron salir de las filas de resistencia , y combatir al invasor alemán desde el exilio, se sumaron años más tarde a la nueva agencia, la cual tomó el nombre de Agence France Press.

En 1957, el parlamento francés aprueba la ley para darle a la AFP autonomía e independencia política del gobierno; en ese momento también se le otorga una estructura y reglas como si se tratara de una especie de cooperativa que englobaba a toda la prensa francesa.

Entre 1957 y 1975, la France Press conserva prácticamente los mismos efectivos (menos de dos mil personas), pero ya entonces había conseguido duplicar el volumen de sus actividades y multiplicar por cuatro sus cifras de negocios. A esta formidable construcción y rescate se asocia el nombre de Jean Marin, gaullista desde el primer momento y uno de los periodistas que desde Londres daba voz de aliento a los franceses ocupados por los nazis a través de una célebre emisión radiofónica de la BBS "LES FRANCAIS PARLAIN AUX FRANCAIS" (Los franceses hablan a los franceses)

Marin dirigió la AFP de 1954 a 1975. Cuando se marchó quedaron las estructuras que permitieron dar paso a una nueva revolución: la irrupción de las computadoras en el proceso de recepción, tratamiento y difusión de la información.

Para mantener su prestigio y rango internacional, la France Press tiene que innovar su red de comunicaciones, adaptar su servicio y crear otros. En 1985 la AFP lanzó un gran servicio telefotográfico internacional articulado alrededor de tres grandes ejes París-Washington-Tokio, actualmente el departamento fotográfico de AFP, para el cual trabajan ciento cincuenta fotógrafos, distribuye anualmente unas 50,000 fotos y administra unos cinco millones de fotografías de archivo

Desde 1975, al frente de la France Press se sucedieron. Claude Roussel (1975-1978), Roger Bouzinac (1978-1979); posteriormente vendrían Henri Piaget y Michael Garin. Con un periodo rico en el seguimiento de acontecimientos, la AFP a visto pasar: la caída de Saigón y la ocupación de la Embajada Norteamericana por tropas del Frente de Liberación de Vietnam, seguida de la crisis petrolera, que fue ocasionada por Arabia Saudita que decidió cortar el suministro de crudo a Estados Unidos en apoyo a la causa árabe durante la guerra con Israel

La Agence France Press celebró, en octubre de 1985 su ciento cincuenta aniversario, siendo una de las tres agencias más importantes a nivel mundial, al lado de Associated Press y Reuter forman el

triángulo monopolístico de la información

2.5 AGENCIA INTERNACIONAL DE NOTICIAS EFE

El nombre de EFE surge en 1939. Los materiales sobre los que se va a cimentar la nueva agencia tienen ya cierta veteranía en la vida periodística española. Inicialmente, se adquieren las acciones de la antigua agencia Fabra, cuya vida había comenzado 20 años antes, y se incorporan elementos técnicos, profesionales y humanos de las desaparecidas agencias Faro y Febus

Curiosamente, todas ellas comenzaban su nombre con Efe era una anécdota Y un símbolo Serviría para el primer anagrama de la nueva agencia Y se intercalaría como letra central, en el nombre que designará los diferentes servicios informativos: EFE (información internacional), CIFRA (información nacional) ALFIL (información deportiva); GRAFICA (Fotografía) Posteriormente se adquirió la agencia FIEL, nombre que también comienza con la letra Efe Desde 1978 la Agencia unifica todos sus despachos con la sigla internacional EFE, reservando el nombre de FIEL para determinados servicios especiales.

La agencia EFE es una de las cinco grandes agencias internacionales de noticias y la primera en el mundo de habla hispana, de ahí su importancia en el ámbito de comunicación a nivel internacional

En nuestro país esta agencia es fundada en 1963 con el objetivo de brindar información más sobresaliente de México, en los rubros económico, político, cultural, deportivo y social (sin dejarse llevar por sensacionalismos) a todas partes del mundo donde EFE tiene cobertura.

La información emitida por los periodistas de EFE responde a los criterios de exactitud e imparcialidad y es transmitida con puntualidad a todos sus abonados en diversos puntos del orbe.

La agencia EFE proporciona información nacional e internacional, la primera es referente a todo lo que acontece en España a través de sus diversas delegaciones, se informa de cuanto sucede desde los mismos centros de decisión como es el Parlamento, Senado, Bolsas Españolas, Ministerios, Ayuntamientos, Diputaciones, Partidos Políticos o Sindicatos A continuación se presenta el listado de las delegaciones de la Agencia EFE en España.

SEDE CENTRAL: MADRID

Andalucía	Extremadura
Málaga	Galicia
Aragón	Murcia
Asturias	Navarra
Baleares	País Vasco
Canarias	San Sebastián
Castilla-La Mancha	Rioja

Castilla-León	Valencia
Cataluña	

En la agencia EFE se considera que la competencia con las otras agencias informativas es muy fuerte y cerrada, ya que a diario cada agencia experimenta aciertos y errores que deben ser superados. En especial no existe una realidad directa con ninguna agencia, sino que el reto es competir con todas no importando prestigio o jerarquía.

En el año de 1979 se inician los servicios internacionales de EFE en inglés. Se adquieren edificios en propiedad en Barcelona y Bogotá, y se inauguran nuevas oficinas en Quito. Se inicia la transmisión del servicio telegráfico a gran velocidad (a 75 baudios).

Se crean 4 delegaciones generales en Cataluña, Vascongadas, Galicia y Canarias, adaptando flexiblemente la agencia al régimen de autonomías establecido por la constitución española.

Se crea un equipo de colaboradores de grandes firmas de la agencia EFE y se contrata a Jorge Luis Borges, Alejo Carpentier, Eduardo Carranza, Julio Cortázar, Migle Delibes, José Donoso, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez, Salvador de Madariaga, Juan Carlos Onetti, Octavio Paz y Mario Vargas Llosa para complementar un atractivo servicio especial de EFE.

En el mundo de las agencias informativas la preparación, experiencia y dominio de los idiomas son aspectos importantes que deben ser cubiertos por quienes pretenden incursionar en el mundo de la transmisión y recepción del flujo de noticias que acontecen en el mundo. El lema de la agencia EFE es: "Aspiramos a que el futuro se siga escribiendo con EFE".

2.6 AGENCIA DE RADIO Y TELEVISIÓN. (ARTSA)

La agencia de Radio y Televisión nace el 23 de agosto de 1989, surge como una necesidad de cubrir un "espectro" de carácter informativo que no existía. La agencia se formó gracias a un grupo de periodistas egresados de las universidades como la UNAM, la Iberoamericana, "Carlos Séptign" entre otras, y en ejercicio profesional. Éstos pensaban que el caudal de la información había crecido desmesuradamente. En ese año existían quince periódicos, había 21 espacios informativos en radio y televisión; éstos manejaban información de todo tipo. Para entonces se notaban pálidos intentos de algunas radiodifusoras y medios impresos por especializarse, ahí se encontraban el noticiario "ENFOQUE" de la radio en "Estéreo 100" y los periódicos el "Financiero" y "El Economista", los que trataban determinados y muy localizados temas, financieros y económicos.

En palabras de su director Edgar Hernández, la agencia tiene su objetivo en brindar un servicio especializado a un público muy localizado, caso peculiar de éste son los funcionarios públicos, quienes debido a sus labores no cuentan con el tiempo suficiente para estar revisando tanta información que se emite a través de los medios electrónicos e impresos. De tal suerte que la Agencia de Radio y

Televisión (ARTSA) se encontró con un nicho, un mercado muy importante, donde se debía aprovechar la información especializada. Primordialmente la nacional, posteriormente la internacional y para culminar con los temas especializados como economía, política o finanzas.

En este último caso se encuentra nuestro campo de trabajo. Por ejemplo a los gobernadores les cuesta mucho trabajo que las oficinas de prensa les manejen bien la información que requieren, -exceptuando al Distrito Federal- en este caso los fundadores de ARTSA proponían por aquella época, un servicio informativo grabado en cinta magnetofónica de quince minutos, donde se presentaba toda la información de carácter nacional e internacional.

El reto para ARTSA se encontró en que al filo de las seis y treinta de la mañana - que es la principal virtud en este trabajo- se estuviera transmitiendo el cassette a las diferentes entidades de la República. De esta manera arrancó la Agencia de Radio y Televisión, que posteriormente se convirtió en Agencia Informativa de Radio y Televisión.

Gradualmente el servicio fue desarrollándose, primeramente se empezaron a incorporar las novedades tecnológicas, en segundo lugar propusieron a sus clientes prestarles un servicio por esa innovación que causó un "boom": el fax. Posteriormente se diseñó una estrategia para cambiar la información grabada a forma escrita, la cual se encontraba diseñada con ocho columnas, primeras planas, columnas políticas, panorama financiero, el cartón más importante del día -de los dieciocho que se publican-, un testimonial que sería el texto íntegro de la nota del día que tuviera mayor relevancia en los diarios, además de una síntesis de revistas, la cual se elabora de acuerdo a la publicación de éstas.

Un gran paso de la empresa fue la realización del monitoreo de radio y la televisión, en donde se capturan los diez noticiarios de mayor audiencia; con el objetivo de obtener las notas que sean alusivas al cliente, sin descuidar brindarle un panorama general de qué es lo que está sucediendo en el país; en ese tránsito se ha establecido hoy en día ARTSA.

Parte de la filosofía de la empresa, producto de la experiencia periodística de los que laboran ahí, era en principio dar una especie de síntesis o de guía de lo que publicaban los periódicos, sin embargo, debido a la diversidad de intereses, a los que responden los diferentes medios de comunicación, se tuvo que definir una conducción a partir del tono que muestra la nación.

En el año de 1994 con la crisis económica, por la que aún todos atravesamos, motivaron que el servicio de ARTSA, se apegará primordialmente a la información económica -especialidad en la que se desarrolla- Durante 1997, se viene una renovación legislativa, la lucha por la jefatura del Distrito Federal, de tal manera que se vuelve a retomar el factor político como una de las prioridades informativas de la empresa y sobre todo máxime ahora que las disputas internas por la cúpula priista han dado mayor brillo a ese sector.

Últimamente la agencia, con la intención de ampliar y mejorar los servicios para sus clientes se ha enfocado al sondeo estadístico, donde su objetivo primordial es levantar encuestas para recabar la opinión del público en general acerca de la imagen de sus clientes, que en su mayoría son funcionarios públicos.

Uno de los proyectos que tiene a futuro esta microempresa noticiosa, es contar con su propio equipo de corresponsales para cubrir más de cerca el acontecer nacional, además de consolidar firmes sus expectativas en las futuras generaciones de egresados de las escuelas de periodismo, ya que ellos

tendrán el compromiso de suplir satisfactoriamente a las actuales personalidades que se desenvuelven en los medios de comunicación de nuestro país.

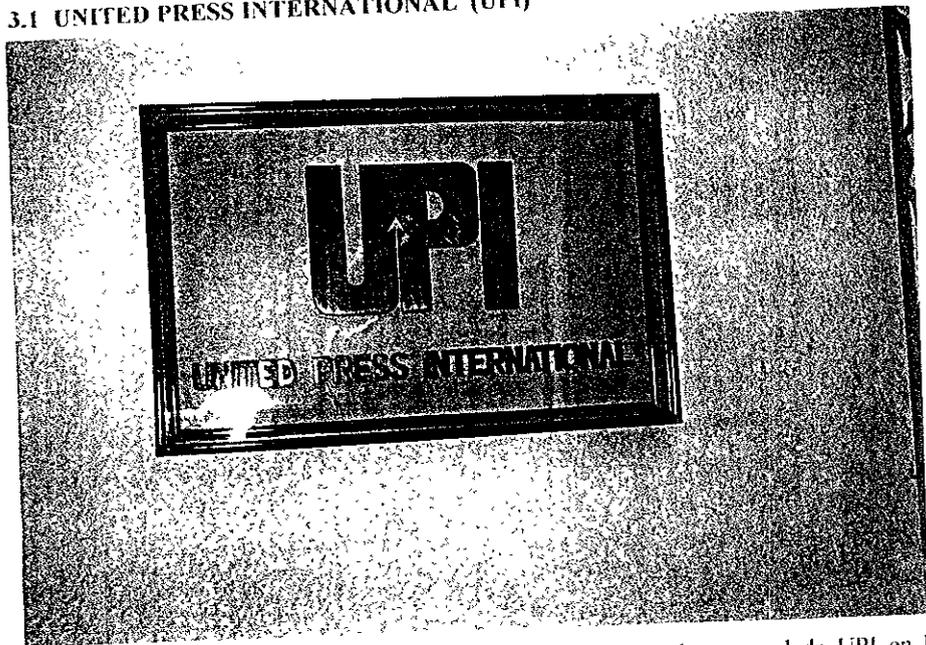
CITAS

3.- Trejo Delarbre Raúl, Las Agencias de Información en México, Editorial Trillas, México 1989, página 33

4.- Díaz Rangel, Eleazar, Pueblos Subinformados las Agencias de Noticias y América Latinas, Cuadernos del Tiempo, Dirección de Cultura, Universidad Central de Caracas, Venezuela; Venezuela 1967, páginas 37,38 Y 39.

3 ORGANIZACIÓN Y FORMA DE TRABAJO DE LAS AGENCIAS INFORMATIVAS

3.1 UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI)



En entrevista personal con Antony Harrup, director de la sede regional de UPI en México, mencionó que no existe fecha exacta en que Unites Press International (UPI) establece en nuestro país. Pero ésta ya manejaba reportes de los acontecimientos armados de 1910 en la zona norte. Donde dominaban las tropas dirigidas por Doroteo Arango, mejor conocido como Francisco Villa, de esta manera los orígenes de UPI en la nación se remontan a esas fechas. En 1980 los dueños originales vendieron United Press International a dos empresarios estadounidenses quienes la mantuvieron por unos años, después tuvieron que deshacerse de ella debido a problemas económicos, quedando en manos de Mario Vázquez Raña, quien la mantuvo durante el periodo de 1985 a 1987, etapa en que United Press International atravesó por los peores momentos de su historia, debido principalmente a la mala administración del empresario mexicano, además de que éste nunca fue del agrado de los miembros de UPI, ya que éstos pensaban que la agencia siendo estadounidense, registrada en Washington, cómo iba a quedar en manos de un empresario extranjero. Paradójicamente, con el correr de los años, los actuales dueños de la agencia son originarios de Arabia Saudita. Aunque esto nada tenía que ver con que Vázquez Raña fuera mexicano.

Después de 90 años de existencia, la United Press International es una de las agencias de información transnacionales más importantes del mundo, trabajando como empresa privada e independiente del gobierno.

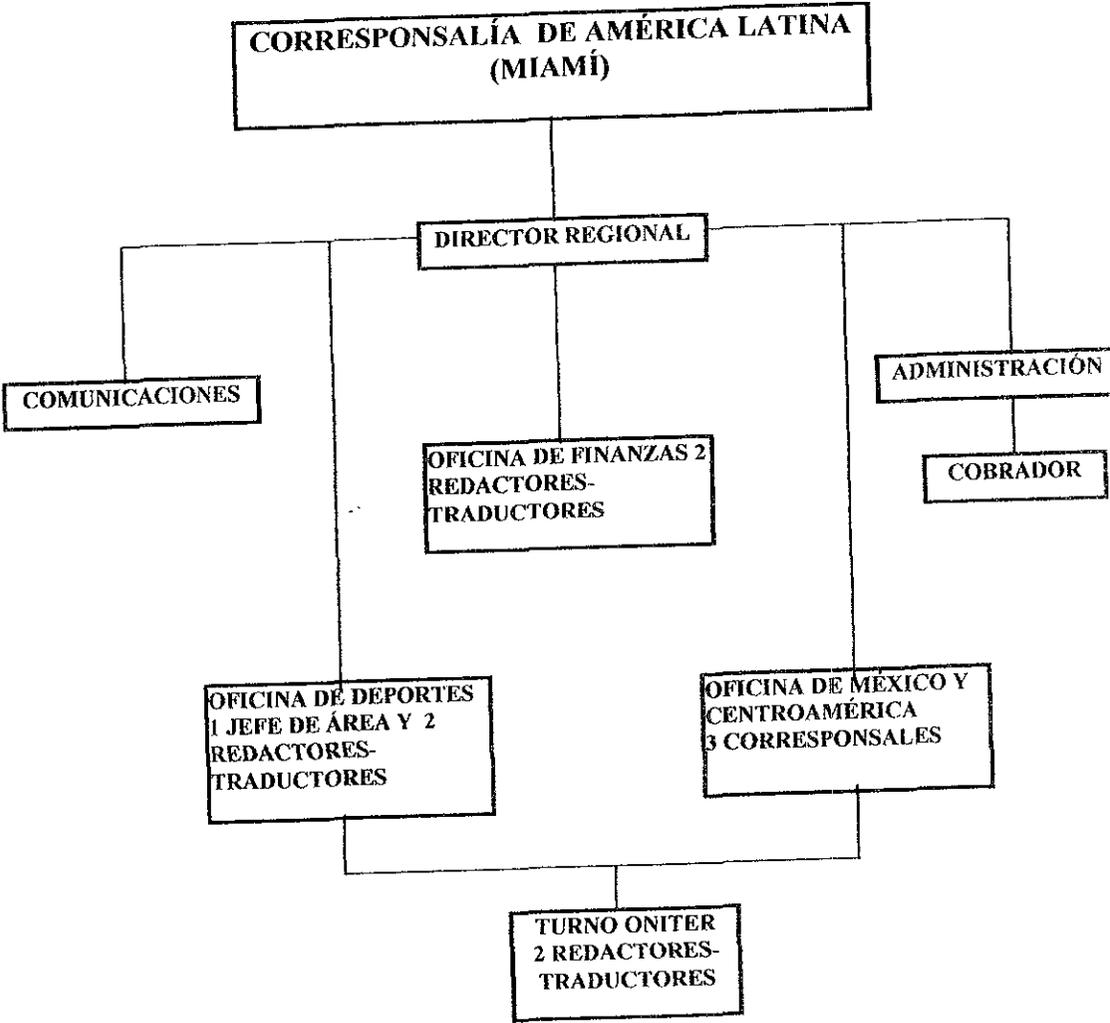
Las oficinas centrales de UPI se localizan en Washington D C donde se coordina a cada una de las sedes regionales

La cobertura de esta transnacional de la informacion se realiza a lo largo y ancho del globo terráqueo manteniendo sedes regionales, corresponsales fijos o itinerarios, contactando en cada país designado con los medios de comunicación masiva, agencias nacionales y regionales

3.1.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La parte operativa de la agencia informativa se encuentra constituida en un organigrama. éste es la representación gráfica de las diferentes instancias que participan en el proceso productivo de la empresa, en él se muestra un orden que se conoce como esquema de flujo (orden establecido de las partes que participan en el proceso de un producto)

La sede regional en México de UPI se conforma de la siguiente manera:



DIRECTOR REGIONAL:

La máxima autoridad de la sede regional es el director regional, éste es elegido en la sede central de UPI en Washington; sus labores son: supervisar todas las actividades de la agencia, elaborar informes acerca del funcionamiento de la oficina regional, resolver cualquier problema que se presente con los suscriptores, así como la traducción de las notas más relevantes que acontecen en México al idioma inglés

- **ÁREA DE COMUNICACIONES:** Depende directamente del director regional, se encuentra a cargo de un ingeniero, el cual tiene a su cargo la instalación y la revisión del equipo de aditamentos que se le proporcionan a los clientes para la recepción del servicio.
- **ÁREA ADMINISTRATIVA** También depende del director regional, se encuentra a cargo de un contador y su auxiliar que cubren todo lo referente a los impuestos, pago de nóminas y adquisición de materiales, así como de rendir informes a la sede matriz en Washington
- **COBRANZAS:** Este departamento depende del área administrativa, se encuentra a cargo de una persona que ofrece y cobra los servicios que presta la agencia, así como en labores de apoyo al director regional en la solución de problemas que sucedan referente a la prestación de servicios
- **ÁREA PERIODÍSTICA:** Depende directamente del director regional y se encuentra dividida en tres departamentos que son. Oficina de Finanzas, Oficina de Deportes y Oficina de México y Centroamérica
- **OFICINA DE FINANZAS:** Conformada por dos redactores/traductores que manejan toda la información referente a las finanzas del área de México y Centroamérica-. Cuando la información tiene interés se maneja en los dos hilos generales inglés y español.
- **OFICINA DE DEPORTES** Está constituida por un jefe de área y dos redactores/traductores. El jefe de área se encarga de seleccionar, distribuir, corregir y editar la información deportiva. Los redactores/traductores seleccionan y traducen al español e inglés, las notas que más interesen a los suscriptores
- **OFICINA DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA.** Esta formada por tres corresponsales que cubren la noticia, la redactan y la editan. Esta información contiene los acontecimientos del momento de la región como guerras, desastres, huelgas, conferencias internacionales, entre otros.
- **TURNO ONITER** Depende directamente del director general y esta formado por dos auxiliares que monitorean constantemente las noticias y a la vez redactan y traducen durante el turno nocturno las mismas.

3.1.2 FUNCIONAMIENTO

Con la estructura organizacional antes mencionada el funcionamiento de la mesa de redacción debe ser el enlace óptimo entre el elemento técnico (computadoras, fax, teletipo, antena receptora, entre otros) y humano (corresponsales) para producir un buen resultado.

El centro de operaciones para la sede regional de UPI en México está conformado por una red terminal de computadoras, un teletipo y una antena receptora.

Con ese afán de prestar mejores servicios a sus clientes, United Press International cuenta con un sistema llamado "CITA", servicio que se da por línea telefónica; este sistema consiste en cables conectados a un sistema llamado "MOUST", que es un receptor de varios puertos (aproximadamente 30 puertos que permiten una transferencia de datos o cables informativos a un dispositivo de salidas e introduce esos saltos a una impresora), de los que se usan varios; algunos sirven como portadores para otros medios, tal es el caso del SUN (Servicios alquilado por la UPI al periódico capitalino para la transmisión y recepción de información) del periódico "El Universal", el cual consiste en hacer llegar cables informativos a través del equipo de la agencia hacia sus clientes que en su mayoría son suscriptores de provincia que también reciben los servicios de UPI

Los clientes que reciben el servicio lo obtienen directamente vía satélite, es decir, sale vía telefónica y se regresa vía satélite. Cada cliente cuenta con una antena receptora de 60 cm de diámetro para recibir los datos.

Dentro de la innovación UPI ha tenido que buscar nuevos formatos para la entrega de la información, actualmente está utilizando un software propio. World View, este consiste en un programa para computadora tipo windows, servicio que permite al cliente recibir información más fácil y rápido mediante la computadora

CORRESPONSALES

El equipo de trabajo de UNITED PRESS INTERNATIONAL para la región de México y Centroamérica es de 8 personas que son al mismo tiempo reporteros, redactores, incluso hasta editores. Un reportero acude a cubrir una conferencia de prensa, llega a la oficina y redacta su nota; posteriormente la envía a la mesa de edición para México y Centroamérica con sede en Miami, ahí se le dan los retoques finales y se mandan directamente a los clientes

Los corresponsales de UPI deben estar al día constantemente, en el caso de que (a ellos) les toque redactar en la oficina cuentan con un aparato receptor sintonizado en los diferentes noticiarios, radiofónicos, una televisión sintonizada en los programas informativos que se transmiten por canal libre o por cable, así también utilizan los diversos diarios y revistas de mayor circulación con el fin de recabar la información que sea de utilidad a sus clientes

En el caso de las agencias informativas los corresponsales manejan todas las áreas de la información; aunque siempre tendrán una norma de preferencia hacia ciertos temas

Para trabajar en una agencia es indispensable manejar uno o varios idiomas, además de la lengua natal, pues si uno quiere estar informado es necesario recurrir a fuentes de información que se encuentran manejadas en otros idiomas



ANTONHY HARRUP, Director Regional de UPI elaborando notas informativas en inglés

En el caso particular de esta agencia es indispensable saber inglés, por que muchas de las notas entran principalmente en el hilo general y se encuentran escritas en este idioma, por lo que es necesario traducirlas al español; lo mismo ocurre con las informaciones que se manejan en español, otras personas tienen que traducirlas al inglés para que éstas posteriormente, se manden a la corresponsalía de América Latina con sede en Miami. Ahí se manejan dos hilos generales: uno en inglés y el otro en español, aunque actualmente se maneja un tercer hilo en árabe, debido a que los actuales dueños de la agencia son de Arabia Saudita

ELABORACIÓN DE LAS NOTAS INFORMATIVAS

La UPI trabaja a un ritmo de 200 notas diarias en promedio por sede regional, sin contar los análisis y reportajes especiales que se envían semanal, quincenal o mensualmente, dependiendo la importancia que tengan éstas para sus suscriptores

El número de notas que envían los reporteros de la UPI en México a su sede de Miami varía, depende de la cantidad de información que exista. Evidentemente todos los días tienen que mandar la mayor cantidad de noticias posibles.

Por regla general en UPI a un corresponsal no se le puede pasar la nota más importante del día, después de cubrir ésta puede cubrir y redactar otro tipo de notas adicionales: deportes, ciencias, entre otros temas.

La clasificación por orden de importancia para transmitir la información es la siguiente:

MF= Máxima prioridad
MQ= Importante
MP= Prioridad media

M= Prioridad baja
O = No muy importante
U = Mínimo

La agencia UPI maneja en sus notas importantes, traducidas al español, un máximo de 600 palabras debido a las necesidades de los medios de comunicación; normalmente las notas podrían ser de 400 palabras y darían información suficiente para ser utilizadas por la radio, la televisión e incluso la prensa. Sin embargo, en ocasiones se manejan informaciones especiales, que son en realidad reportajes, a estos en la UPI se les llama: "especiales" o "FITSHUS" que pueden ser de más palabras y contienen información más documentada, la cual requiere un trato más amplio, tiene más de 600 palabras, pero nunca rebasa las 800 ó 900 palabras.

Por otra parte Jaime López Castañeda, corresponsal de UPI, comentó que dentro del estilo para elaborar el lead de una noticia, el corresponsal no elabora la nota como se enseña en las aulas; para los reporteros de la UPI un lead es una información que actualiza a otra, cada agencia cuenta con sus propias reglas y estilo para elaborar su noticia. Las notas de las agencias tienen una característica especial, esta se realizan para que todo el mundo les entienda.

La UPI, como todas las agencias, cuenta con su propio manual de estilo, el cual consiste en una serie de reglas primordiales para la elaboración de sus noticias, por ejemplo: el corresponsal requiere el gentilicio de un país o el nombre oficial de este, por lo que tiene que acudir al manual y en el anexo busca el nombre que se le da a lo antes mencionado. Además, por regla general el lugar de origen de la noticia siempre va en mayúsculas.

Es política de la agencia dar a conocer las versiones de ambos lados, en casos de conflicto, no existe censura interna, aunque los periodistas deben seguir las normas periodísticas de atribución de nombrar a las fuentes, cuando es posible, así como también respetar las normas legales (evitar la difamación) además, está prohibido que los periodistas de la agencia trabajen directamente para cualquier medio de comunicación u oficina gubernamental o acepten remuneración de cualquier otra fuente que no sea la misma agencia.

En general la labor de redacción y corrección es mínima, debido a que todo corresponsal debe de saber redactar, por lo que no hay necesidad de rehacer las notas, además, son gente de amplia experiencia periodística. Regularmente lo que se revisa en la nota es que la información ahí recabada sea congruente y alguno que otro acento, por lo demás no existe impedimento alguno para que se envíe a la mesa de idioma español en Miami, para que ahí se le dé la última revisión y se transmita a sus respectivos suscriptores.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Las herramientas que emplean los corresponsales de la UPI para su labor además de la grabadora, libreta y el bolígrafo, son entre otras sus fuentes de información, es decir, existe una mutua retroalimentación entre la agencia y las dependencias oficiales como la Secretaría de Gobernación, la Cancillería, la Presidencia de la República y la Procuraduría General de la República, principalmente.

Otro instrumento que se emplea son las computadoras. Recientemente en UPI se instaló el Internet para observar otras informaciones, así mismo se monitorean los noticiarios de radio y televisión durante las 24 horas del día para evitar que se escape una información importante sin olvidar el monitoreo de los noticiarios de televisión por cable. Todo esto es indispensable para que los corresponsales queden empapados de información, para que esto pueda ser transmitida a los suscriptores, además de acudir a las conferencias de prensa de las instituciones donde estén acreditados.

Muchas veces se manda la información desde el teléfono, vía directa, donde la resume un redactor y este la manda a Miami que es la central para México y Centroamérica y de ahí finalmente a sus clientes. Con la entrada de la modernización en algunas conferencias de prensa existen cubículos con computadoras e impresoras para que los reporteros escriban e impriman su información y lo envíen por fax a su sede.

En otras ocasiones el corresponsal posee una computadora portátil (donde se elabora la nota) la cual cuenta con aditamentos que le permiten conectarse a una línea telefónica y de esta manera la información entra directamente al sistema de cómputo de la agencia facilitando y agilizando el trabajo, lo que le permite al suscriptor obtener la información en cuestión de minutos.

La UPI posee una impresora o teletipo, para recibir mensajes internos de cualquier parte del mundo en la sede de la ciudad de México a través de un cable, el cual es un comando que archiva toda la información de México llamado "IMX", por medio del comando "ISB" se puede obtener toda la información impresa para ser leída en cualquier lugar del mundo. Cuando la central de Miami busca noticias referentes de México y Puerto Rico acude al directorio "ISB", donde se encuentra las últimas noticias de esos países. También se ha desarrollado un nuevo formato para la entrega de la información, el cual es un software propio de la agencia (WORLD VIEW) que hace que el servicios de noticias aparezca ya organizada en idioma inglés referente a las áreas temáticas que cubre la UPI, en este formato además de la información se encuentran datos adicionales como el día, la hora, lugar y el número total de noticias de cada área.

La UPI mantiene intercambios con la televisora estadounidense NBC y la agencia informativa DPA, entre otras; este convenio sólo lo utiliza para consultar y confirmar información.

CLIENTES EN MEXICO

Los clientes de United Press Internacional en México son Las televisoras Televisa y TV Azteca y Canal 11, diversas radiodifusoras de la capital y del interior de la República, así como los

principales nueve diarios de la capital que son: Novedades, El Universal, News, Excélsior, El Herald de México, Uno mas Uno, Ovaciones, Time de México, además de varios diarios de provincia

En relación a los costos del servicio en México, Harrup explicó que varían mucho, casi siempre se cobra según el "tamaño" del cliente. Un cliente grande como El Universal, paga mucho más que un periódico que tiene un tiraje de 5000 ejemplares que podría ser de San Luis Potosí, Torreón o de cualquier otra parte; así se maneja mas o menos el costo del servicio. Actualmente la base es de 400 dólares por mes, es la cifra que se utiliza como mínimo para ofrecer el servicio; aunque hay algunos que pagan menos, ya que tienen tiempo contratando los servicios de UPI, éstos tienen un cuidado especial por parte de la agencia sobre todo ahora que la crisis afecta a los periódicos. Lo que pasó en 1995 fue un mal año para todos los medios de comunicación en México, igualmente fue un mal año para las agencias que venden servicios en el país, porque todos los diarios comienzan a ver que no les alcanza el presupuesto, tienen que reducir sus gastos y pues las agencias son sujetas a ser cortadas. Entonces por eso hay algunos que pagan menos generalmente, son clientes pequeños que no tienen grandes recursos

SERVICIOS

UPI presta servicios informativos, los cuales consisten en cables (noticias impresas), en todos sus hilos noticiosos (deportes, finanzas e información general) Además, proporciona servicio fotográfico vía Internet a sus diversos suscriptores También existe un servicio radiofónico que exclusivamente es para radio y televisión y, solamente se presta en Estados Unidos además del hilo informativo para todos los medios de comunicación que tienen contrato.

A pesar de su mala situación económica, no cabe duda que UPI sigue siendo un gran gigante transmisor de noticias, la prueba más palpable es al leer, escuchar y ver en todos los medios de comunicación de nuestro país, la presencia de United Press International

3.2 ASSOCIATED PRESS (AP)

AP tiene sus orígenes en México en el año de 1914, para 1917 llegó a ofrecer sus servicios al Excelsior. Es una cooperativa de periódicos de Estados Unidos, la idea fue que se juntarían varios rotativos de los diferentes estados de la Unión Americana para intercambiar su información con el tiempo dicho concepto se fue ampliando, y al llegar a ser un número considerable de diarios se formó una organización que se encargó de recolectar y transmitir la información. Entonces se formó una compañía contando con sus propias oficinas y llevando por nombre Associated Press, la cual funcionaría en forma de cooperativa. En la actualidad todos los periódicos miembros de la cooperativa tienen su voto en las elecciones para escoger una junta directiva que tiene que ser cambiada cada año. Entonces esta mesa directiva es la que supervisa a la AP como compañía, ellas son las que aprueban al presidente y al vicepresidente de la AP.

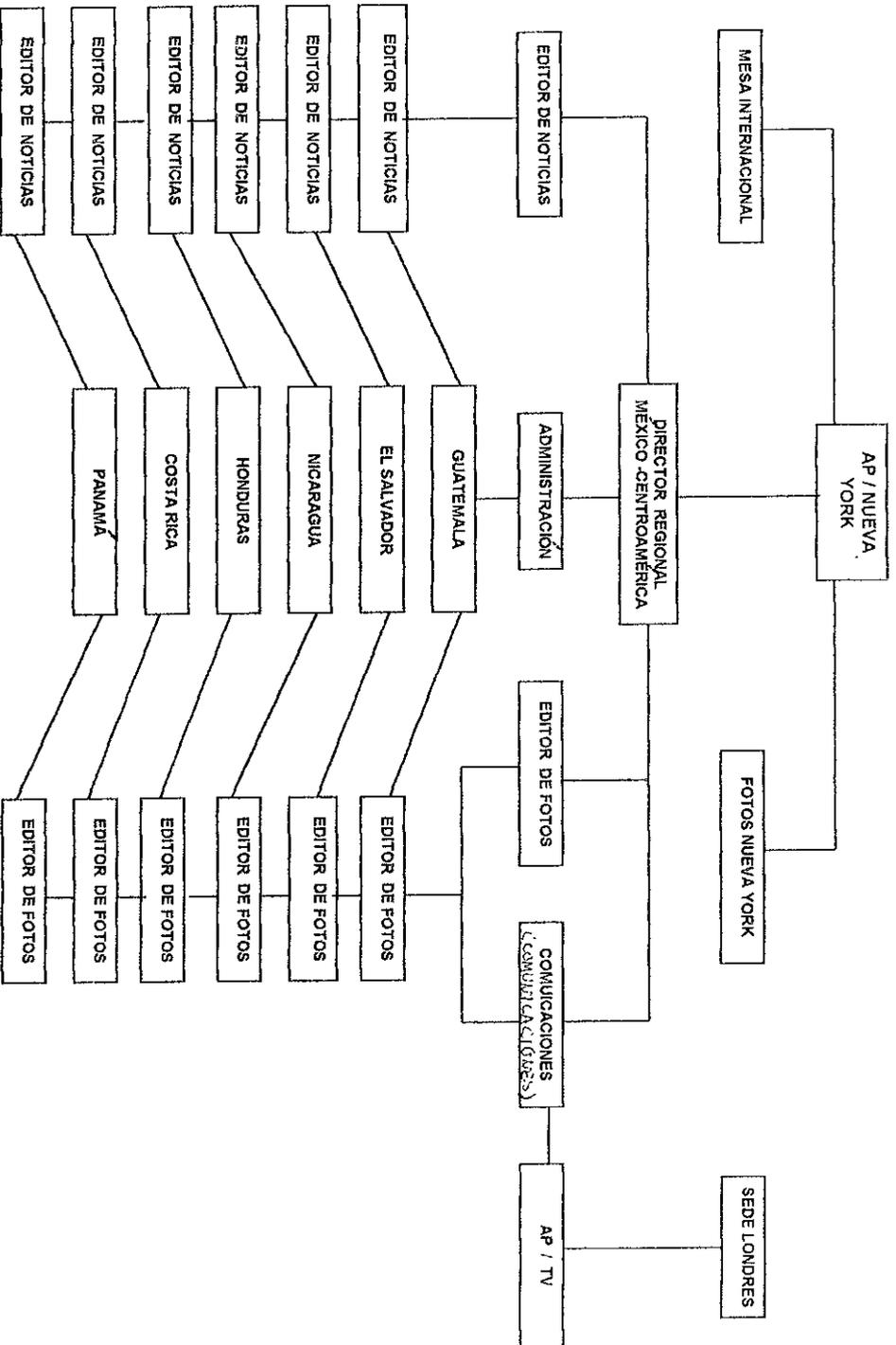
La sede regional de México recopila la información que es de interés para el exterior, la manda a New York, que es la sede matriz. Esta la edita rápidamente y la distribuye vía satélite a los lugares donde lo soliciten.



Caída del muro de Berlín. The Associated Press presente en los grandes acontecimientos mundiales.

3.2.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La parte operativa de la Agencia se encuentra organizada de la siguiente manera:



DIRECTOR GENERAL DE LA SEDE REGIONAL DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA:

La máxima autoridad de la sede regional es el Director General, éste es elegido en la sede central de AP en New York, sus labores son: coordinar todas las actividades tanto administrativas como periodísticas para el buen funcionamiento de la agencia, rinde informes acerca del estado de la sede regional a la sede matriz de New York, resuelve todo problema que se tenga con los servicios que se les brinda a los suscriptores, reporta eventos de magnitud, edita las noticias entre otras funciones.

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN: Esta área está subordinada directamente al director regional, se encuentra a cargo de dos auxiliares, un coordinador o administrador, que son contadores públicos quienes tienen a su cargo la contabilización para mantener a la compañía funcionando. Las facturas y las cobranzas se realizan en New York, ahí se informa sobre los pagos que se realizan en México, como son gastos de Seguro Social, impuestos, entre otros. Esta área se encarga de otorgar los viáticos para cubrir los gastos de los corresponsales, así como de recibir el informe final de gastos de los mismos. Este sector administrativo sirve a la oficina de México y Centroamérica.

- **EDITOR DE NOTICIAS :** Depende directamente de la dirección general, tiene dos funciones: la supervisión del trabajo de los reporteros, redactores y corresponsales de México y Centroamérica, y la edición del material que se va a despachar a los abonados.
- **EDITOR DE FOTOGRAFÍAS :** Depende directamente de la dirección general, sus funciones son: la supervisión del trabajo de los fotógrafos y corresponsales de México y Centroamérica y la edición del material que se va a distribuir a los abonados.
- **DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES:** Depende directamente del director general. Este departamento está a cargo de un ingeniero en jefe y cinco de soporte técnico que se encargan de todo lo referente a instalaciones nuevas.
- **AP TELEVISIÓN :** Depende directamente de la sede matriz que se encuentra en Londres, esta área está bajo la dirección de un camarógrafo en jefe y su auxiliar que cubren la noticias, la editan y la envían vía satélite a Londres.

Cabe mencionar que AP México tiene subsedes en Panamá, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua y Honduras. Éstas tienen un editor de noticias y otro editor para fotografía y son los que envían las notas y fotos a los encargados de esos departamentos en la Ciudad de México. Dichas subsedes están en contacto permanente con el director general.

3.2.2 FUNCIONAMIENTO

Teniendo conocimiento de toda la infraestructura de recursos humanos (corresponsales, ingenieros, administradores, fotógrafos y camarógrafos) y técnicos (computadoras, antenas, faxes, teletipos, entre otros), la sede regional de Associated Press en México funciona de la siguiente manera:

En la oficina de México se recibe las informaciones de América Central, se revisan para posteriormente enviarlas a New York, por lo regular se mandan en inglés AP maneja todo tipo de información, pues todas las noticias tienen interés ya sean de espectáculos, deportes economía, entre otros, pues los periódicos cuentan con estas secciones. En cuanto a la información económica, AP posee, además de un servicio general para esa área, un servicio especializado realizado por AP / Doew Jones, el cual es recibido por casas de bolsa regularmente Cuenta además con colaboradores itinerarios para cubrir hechos importantes en otras ciudades lejanas a la capital como Mérida, Guadalajara o Monterrey.

El área periodística de AP México está a cargo de siete redactores que ejecutan diversas actividades, es decir son corresponsales, redactores, correctores entre otras labores. Hay un editor que se encarga de coordinar toda la información, éste es enviado por la oficina central de New York, y normalmente es seleccionado ahí para venir a México.

En entrevista personal con Eloy Aguilar, director de la agencia para México y Centroamérica explicó la mesa de redacción se encuentra dividida en inglés y castellano, básicamente es en inglés, aunque la información de Centroamérica siempre se manda en español, aquí en México se revisa y si vale la pena se traduce al inglés, el encargado de la mesa en español checa la información y la manda a New York, donde se revisa la estructura de la nota. Las actividades en la sede regional inician a las siete de la mañana y concluyen a las doce de la noche los 365 días del año.

Actualmente el personal de AP en el área de noticias viene directamente contratado de New York, éstos laboraban en una oficina estatal, posteriormente pasaron a una mesa de servicio internacional, ahí fueron observados por los editores de AP New York y si los convencían los envían a las distintas sedes regionales. En Centroamérica se cuenta con varios reporteros locales. Aquí en México sólo tienen personal local en el área de fotografía con tres elementos, dos en AP/T.V. y uno en espectáculos; los demás son un corresponsal cubano y el resto estadounidenses.

CORRESPONSALES (Reporteros)

Mike Rice, corresponsal de AP, aseguró en entrevista personal que el reportero de AP constantemente está monitoreando los noticieros de radio y televisión, leyendo los diarios para estar al tanto de la situación del país, esto lo realiza antes de que se le asignen sus labores, ya sea en la mesa de redacción o para ir a cubrir algún hecho. Asimismo recibe las llamadas de otros reporteros de la agencia, como son los reporteros de Norteamérica quienes envían sus noticias vía telefónica o por el canal de accesos de las computadoras. Aunque el reportero busque información por su cuenta, tiene que apoyarse en los servicios periodísticos de la empresa. Si hay una nota de emergencia acude directamente al lugar para reportear lo que está pasando; por ejemplo, puede estar cubriendo los

destrozos ocasionados por un huracán, recopilando la versión de testigos y observando. Para transmitir posteriormente la información

Otras veces se labora monitoreando las noticias que vienen de Estado Unidos a través del teletipo, buscando una nota en inglés que sea de interés para América Latina para traducirla al español y posteriormente transmitirla.

El reportero de AP maneja un promedio de dos a tres notas al día siempre y cuando el acontecimiento sea de importancia, muchas veces se les envía a cubrir eventos donde no ocurren hechos destacables, esto se maneja al criterio del reportero. Rice recalcó que en México se manejan hasta diez notas de un mismo hecho, en cambio en otros países son dos o tres noticias que se envían por ciclo: matutino, vespertino y nocturno.

El corresponsal de AP cuenta con un manual de estudio para realizar su labor (Inglés-Español) este consiste en una serie de reglas ortográficas y de redacción. Asimismo contiene una serie de sinónimos, los cuales auxiliarán al reportero para dirigirse en forma correcta a un individuo determinado de acuerdo al contexto idiomático y cultural que se maneja en cada región del mundo.

En ciertas ocasiones el reportero se encuentra con trabas para obtener la información, pues las fuentes no se encuentran obligadas a darla y algunas veces la envían bastante tarde. No existe ningún problema de amenaza o censura aquí en México, siempre y cuando se tenga la acreditación o documento que respalde al corresponsal de AP, lo que facilita la obtención rápida del hecho sin obstáculo alguno

Rice menciona algo importante, que usualmente la agencia requiere de personas con iniciativa, experiencia laboral, en cualquiera de los medios de comunicación y honestidad, ya que en ocasiones llega a la agencia información contaminada (recibir dinero por publicar cierta información). En el último aspecto, destaca que en los Estado Unidos hay gente que ha sido echada del trabajo periodístico por reproducir notas de otras gentes o aceptar dinero, o entre otras irregularidades.

Frecuentemente el acceso para laboral en una agencia de esta índole en México, es muy difícil debido a que se requiere experiencia de muchos años en el ámbito; el dominio de idiomas, principalmente el inglés y tener conocimientos de computación. El estilo de un periodista de agencia debe ser conciso, claro y con especialización definida, estos son los requisitos que deben cubrir los aspirantes.

ELABORACIÓN DE NOTAS PERIODÍSTICAS

La técnica, detalló Rice, para la elaboración de las notas utilizadas por los reporteros de AP es el clásico diseño gráfico habitualmente conocido en los medios profesionales como la pirámide invertida (qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué) aunque parece fácil no lo es, ya que es difícil determinar cuál es el elemento más importante, pero la idea es escribir algo que interese a la gente. La mayoría de las notas que utilizan los medios fuera de México son muy breves, constan de tres o cuatro párrafos y por lo tanto se les da mayor importancia debido a que en forma breve y concisa se llega a la sustancia del hecho. Si uno está cubriendo una nota especial, la cual es más larga, se tiene que empezar

más suave, más literaria, se utiliza un párrafo más amplio nota donde se describe el punto esencial de ésta, por ejemplo se puede escribir acerca de los campesinos que pierden sus terrenos y por las calles protestan pidiendo justicia, el reportero debe plasmar al lector la situación de los hechos que se están observando. Este elemento debe resaltarse en la nota

Una nota de hilo cotidiano (servicio general de noticias) consta de 500 a 700 palabras, una nota especial que no tiene mucha urgencia llega a tener hasta 1200 palabras y a veces sucesos muy especiales hasta 200 aunque esto se tiene que arreglar de ante mano con los correctores de la mesa central de Nueva York

Aquí en México no se realizan reportajes o trabajos de investigación porque no se cuenta con el personal necesario para dedicar tres o cuatro semanas a la misma. Lo que se realiza son notas demasiado profundas, debido a que no pueden hacer notas de 700 palabras, ni se puede enviar gente a los lugares donde se realiza el evento, como es el caso de Chiapas

No existe un número exacto de noticias que se transmite a las oficinas centrales de Nueva York, éstas pueden fluctuar entre las tres o quince al día. En el servicio en español dirigido a América Latina incluyendo México y Centroamérica, se manejan un promedio de 800 notas al día, esto se debe a que algunas regiones suceden hechos importantes y en otras no. En el campo general son 120 notas, aunque en realidad es muy difícil manejar cifras exactas, además el servicio en español no es el mismo que se manda a los Estados Unidos, debido a que algunas noticias son de interés en este país y en otras no

Para realizar esta labor en la sede de México, el departamento de noticias posee 20 computadoras, las cuales se encuentran conectadas a un canal directo y amplio que llega a Nueva York (línea directa). Este mismo sirve como medio de comunicación inmediata a la matriz neoyorkina. En sí son dos canales en donde se encuentran conectadas las computadoras. La información de Nueva York se manda por satélite, llega a México y se manda a la mesa de edición, donde la revisan rápidamente y la mandan vía satélite a los clientes de la agencia ubicados en cualquier parte del mundo. En el caso particular de los medios impresos nacionales todo llega por satélite, hay una antena que capta la señal y llega a una computadora, es decir, entra a un sistema y ahí se concentra toda la información

La forma de clasificar la información según su importancia es la siguiente *Urgente y de Rutina*, éstas son codificaciones de las notas para las computadoras, siendo las primeras boletines, flash o alguna información extraordinarias que tengan que saltar a las demás.

SERVICIOS

Las tarifas del servicio depende del uso que se les quiera dar, si es privado (cliente personal) oscila entre los 350 dólares mensuales y si es una entidad educativa como radio universidad cuesta casi 400 dólares, incluido el equipo necesario para recibir el servicio, en donde ellos realizan su conexión a la computadora

Los contratos por el servicio son fijos, en el caso de los periódicos el servicio de noticias es exclusivo, pero ellos solamente utilizan lo que necesitan. El servicio mínimo depende en muchos casos de la circulación que tenga el diario. Los rotativos del D.F. pagan más que los de provincia, claro que el costo de aquí no se compara con el que se cobra en los Estados Unidos Debido a que los diarios estadounidenses tienen mayor circulación que los que se encuentra en la capital mexicana

En México existen buenos servicios noticiosos a nivel nacional, por lo que AP únicamente presta sus servicios de noticias internacionales a los diferentes medios de comunicación locales. Además de brindar las facilidades a algunas agencias mexicanas de información como el "SUN" (Sistema Universal de Noticias) del periódico El Universal, la Agencia "Lemus", el sistema de cables informativos del periódico La Jornada, de gozar de su infraestructura, es decir, la utilizan para poder transmitir eficientemente sus propios servicios informativos.

En lo relacionado a la distribución de la señal, Sergio Aragón, encargado del área Técnica de AP, explicó que se realiza por vía satélite (la agencia cuenta con tres para realizar esta labor) y, según el área donde esté el suscriptor se dirigen las antenas que mandan la señal (al suscriptor) y de ahí se va al computador llamado: "servidor" y de éste entra a las redes del diario, así de sencillo, puntualizó Aragón

La sede regional de México además de prestar el hilo informativo de política, espectáculos, deportes, tiene un servicio especializado de noticias económicas y financieras a través de AP/DOEW JONES, cuenta con servicios fotográficos y de televisión

SERVICIO DE FOTOGRAFÍA:

El departamento de fotografía varía mucho en cuanto a sus elementos humanos, en el caso de esta sede regional se cuenta con el editor que se encarga de cubrir áreas de Centroamérica, México y Cuba. Cada país de esta región tiene dos fotógrafos además de varios colaboradores (extrangers) que son fotógrafos semifijos que apoyan a la agencia tomando, enviando y vendiendo sus fotos

El proceso para mandar las fotografías a los clientes de AP, explicó en entrevista el fotógrafo Roberto Velázquez "es muy sencillo, primero los negativos se introducen en un "scanner" y este se visualiza en una computadora donde se corrigen imperfecciones en cuanto al tono, color y edición que se requiere de la fotografía, se le anexa un texto o pie de foto y se envía a Nueva York por teléfono vía modem. Ahí se encuentran otros editores que la califican y las seleccionan para regresarlas vía satélite a todos los periódicos y así es como aparecen en la pantalla de la computadora de la sede de México.

En el servicio de fotografía todas las imágenes llevan un texto complementario, aunque generalmente los rotativos a veces los cambian pues algunos se les hace muy largo o muy corto, pero siempre basándose en la información que les llega

La fotografías del interior de la República Mexicana llegan a través de un programa de computadora llamado "Z-MODEM", el cual se conecta a las computadoras vía telefónica con destino final a la oficina del distrito federal donde se reciben la fotos.

El número de fotografías que manejan, varía, ya que hay días en que no se reciben fotos pero cuando hay eventos destacables como fue la visita de Clinton a México, Ap maneja una cifra de 35 a 40 fotografías (cifra record) aunque regularmente se envían entre 6 y 7 fotos. El horario para el área de fotografía no existe, ya que la noticia no tiene horario.

SERVICIO DE TELEVISIÓN

Es el área que tiene poco tiempo de ser inaugurado en nuestro país, actualmente. El equipo que ocupan básicamente es una cámara pero podrían tener hasta 10 cámaras según la importancia del evento que se vaya a cubrir, ya que no existen limitantes para la noticia. Básicamente AP/TV puede cubrir con un equipo la Ciudad de México.

Jorge Barrera, camarógrafo de AP/TV dijo que este proyecto se realizó para que la agencia se mantuviera en la competencia con los demás medios. En nuestro país las agencias que cuentan con un sector que cubren noticias para televisión son: Reuter y WTM que es una agencia de origen europeo.

El sistema de televisión es grabar, hacer un corte noticioso y enviarlo vía satélite a Londres, donde se encuentra la casa matriz. Esta cuenta con tres servicios alrededor del mundo en diferentes horarios GMT, que son los servicios que reciben las televisoras como Televisa, Televisión Azteca y Multivisión, aquí en México; en Estados Unidos, Univisión, NBC. AP/TV se dedica únicamente a suministrar imágenes.

AP/TV normalmente está pendiente de los sucesos sobresalientes como una manifestación violenta, conflictos entre comerciantes ambulantes, entre otros hechos trascendentales hacia el extranjero.

El camarógrafo Jorge Barrera menciona que lo que se hace en AP/TV es captar las imágenes objetivamente y así transmitir las. AP no tiene influencia en la noticia, es decir no se toma ningún bando.

En el caso de los guiones para televisión, éstos se elaboran en la casa matriz de Londres, ya que es ahí donde se recibe toda la información a través de los cables y en base a estos guiones se arman las noticias para televisión.

El equipo que posee esta área son monitores BBU-70 que se utilizan para realizar los cortes de televisión, que son básicamente de dos minutos con treinta segundos que es lo que se maneja como noticia, sin narrador o audio, ahí mismo se edita el video, posteriormente se lleva a la Torre de Comunicaciones y Transportes, conocida como piso dos y, de ahí se transmite al satélite, cuya señal llega a Londres. Concretamente este es el proceso de producción y transmisión televisiva de AP.

El equipo de los camarógrafos de AP es muy sencillo: una cámara de televisión 300-A, seis u ocho pilas y básicamente luces. Los requisitos para los aspirantes para laborar en AP/TV (Staff) se reduce a **EXPERIENCIA** en los medios televisivos.

Associated Press es una organización histórica, no solo por llevar varios años en el ámbito, sino porque ha fomentado y respaldado a los negocios con novedades que han ayudado a formas modernas de información y tecnología, convirtiéndose en una de las más poderosas empresas de comunicación

Actualmente por su organización y funcionamiento se le suele tomar como un modelo de agencia a seguir

3.3 AGENCE FRANCE PRESS (AFP)



La agencia AFP se establece en México después de la Segunda Guerra Mundial, por ahí de 1948. Actualmente se ubica en la Torre Latinoamericana, piso 9, en la Ciudad de México.

El presente de la Agencia France Press empieza en 1975, año en que se pone en marcha la última revolución tecnológica (la de la irrupción de las computadoras en el proceso de recepción, tratamiento y difusión de las informaciones)

Esta revolución informática lleva consigo una serie de cambios: multiplicación de los enlaces por satélite, vertiginoso aumento de la velocidad de transmisión y diversificación de los productos. Así la revolución tecnológica la vive AFP dentro de una línea de continuidad.

3.3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La Agence France Press en París se auxilia de tres centros regionales ubicados en Hong Kong, Nicosia y Washington, los cuales monitorean los principales hechos noticiosos que suceden en Europa (París), África, Asia y el Pacífico (Hong Kong), Las Américas del Norte (Washington), Centro y Sur y el mundo Árabe (Nicosia, Chipre).

La sede regional de la AFP en México se encuentra estructurada de la siguiente manera por tres departamentos básicos que son: El periodístico, el técnico y el administrativo, se configura gráficamente en el siguiente organigrama:



DIRECTOR GENERAL:

La máxima autoridad de la sede regional es el director general, éste es escogido en la sede central de París y debe ser Francés. Sus actividades son verificar el correcto funcionamiento de la Agencia, tanto en el sector periodístico como en el administrativo, es decir supervisa que el personal periodístico cumpla con sus labores, los mismo que el técnico. Así también está al tanto de que los clientes reciban un buen servicio, además de rendir un informe acerca de la situación de la sede regional a la sede central ubicada en París.

DIRECTOR ADJUNTO:

Depende directamente del director general, él se encarga de todo lo referente al funcionamiento periodístico, selecciona, revisa, edita las notas provenientes de Francia, así como de suplir en sus funciones al director general, cuando este no se encuentra en México.

- **DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN.** Este departamento depende directamente del director general, se encuentra a cargo de una administradora y auxiliar que se encargan de las cobranzas y finanzas de la agencia.

- **DEPARTAMENTO TÉCNICO** Depende directamente del director general, está a cargo de un ingeniero y dos auxiliares que dan mantenimiento al equipo, también se encargan de surtir los aditamentos necesarios a fotógrafos y corresponsales. Los mismos ingenieros de este departamento ofrecen un curso de capacitación a los reporteros de la agencia para que éstos permanezcan al tanto de las novedades tecnológicas que a equipo de cómputo se refiere y de esta manera puedan darle un mejor funcionamiento a la recepción y transmisión de la información
- **DEPARTAMENTO PERIODÍSTICO**. Depende del director adjunto, se encuentra dividido en dos áreas la de noticias y la de fotografías.
- **ÁREA DE NOTICIAS** Está a cargo de un jefe de redacción que se encarga de la supervisión del trabajo de los reporteros, redactores y corresponsales, así como la edición del material que se va a despachar a los abonados. Tiene a su cargo a tres redactores que se encargan del manejo de la información de todas sus áreas temáticas. En caso de emergencia para estas labores, los tres redactores cuentan con el apoyo de un suplente. Este departamento se complementa con la labor de los corresponsales que se encuentran distribuidos en diferentes partes de la República, y los cuales envían su información al jefe de redacción para que edite, revise y despache el material
- **ÁREA DE FOTOGRAFÍA** Depende directamente del director adjunto, está a cargo de un director en jefe, éste supervisa el trabajo de los fotógrafos y la edición del material que se va a despachar a los abonados. Tiene a su cargo a tres fotógrafos que se encargan de cubrir México y Latinoamérica

3.3.2 FUNCIONAMIENTO

El objetivo principal de la agencia, es recibir, trabajar y redactar las noticias más sobresalientes que sucedan en el ámbito nacional e internacional para posteriormente transmitir las en su casa matriz en París.

En la Agencia no existe una planeación rígida de la información, es decir conforme llega la nota de los telex (los cuales transmiten noticias en tres idiomas: español, inglés y francés) se trabaja con la noticia o evento de mayor trascendencia.

Toda la mesa de trabajo incluyendo al director general y al director adjunto están capacitados para cubrir cualquier acontecimiento de índole político, económico, social y cultura

En la Agencia existen tres turnos:

- a) 6:30 a 12:00 hrs.
- b) 12:00 a 18:00 hrs.
- c) 18:00 a 24:00 hrs.

Dichos horarios se distribuyen entre los corresponsales de base y el corresponsal suplente (mexicano)

En entrevista con el corresponsal de la AFP, Luis Wranowsky, mencionó que en la agencia no predomina un perfil hermético de la noticia, es decir, en ocasiones por el ritmo tan acelerado de la información, el director general no supervisa las notas provenientes de Francia, por lo cual el director adjunto o los mismos corresponsales deben de resolver la situación

En la Agencia France Press existen varias formas de redactar observar y analizar la noticia. Gracias a esto la manipulación y el uso que se le pueda dar a la noticia es nulo, ya que toda la información es muy rápida y fugaz

LA ELABORACIÓN DE LAS NOTAS

En lo referente a la elaboración de las notas, para los corresponsales de AFP, la noticia y la fuente tienen un mismo valor ya que no puede haber una noticia sin una fuente AFP, maneja un promedio de 300 palabras por nota.

Todas las notas son elaboradas en la oficina de México, después de su respectiva corrección, van directamente a la sede matriz de París y de ahí a los diferentes hilos idiomáticos que maneja la agencia

La red informativa de México a París y viceversa se realiza a través de computadoras, la mesa de redacción local posee catorce de ellas para sus corresponsales, sin tomar en cuenta las que se utilizan en el departamento de fotografía, el de administración y el técnico

El servicio general, es el servicio más completo de la AFP difundido en seis idiomas, cubre tanto una guerra civil, como una catástrofe natural. El último descubrimiento científico o las fluctuaciones de la balanza de pagos estadounidenses, la copa mundial de fútbol o una cumbre de jefes de estado.

Toda la actualidad mundial es tratada según un desglose que corresponde a la importancia del hecho:

Flash	Notas Generales
Boletín	Análisis
Urgente	Reportajes

- a) **FLASH** Notas de apenas tres líneas, transmitidas urgentemente que con toda seguridad ocuparán las ocho columnas en todos los periódicos del mundo. Un flash es siempre un adelanto que previene a los clientes de una nota más completa, o nuevos cables urgentes. Ejemplo Intento de

asesinato al presidente Reagan o al Papa Juan Pablo II

b) **BOLETÍN** Notas de relevancia mundial que alcanzarán las primeras planas internacionales, pero no las ocho columnas, ejemplo: Los terremotos de Irán o los muertos por gases venenosos de la planta de la Unión Carbide en Bopán, India. Ocupan un párrafo

c) **URGENTE** Notas que a pesar de ser de difusión inmediata implica cierta precaución por parte del periodista, por ejemplo. Cuando se habla de un terremoto reportado por el medio de comunicación local, pero que no ha podido verificar personalmente o con una fuente segura. Su importancia es usualmente regional y consiste en informar en dos párrafos, por ejemplo. La clausura de una reunión importante entre la guerrilla y el gobierno salvadoreño o los resultados de un partido del mundial de fútbol. Como las dos anteriores, un urgente precede notas más completas (síntesis, reacciones, análisis, cronologías) de por lo menos una cuartilla, que sigue la forma de la pirámide invertida, es decir, que sitúa lo esencial de la información al comienzo de la nota, en la cabeza

d) **NOTAS GENERALES:** Son las que conforman el 90% del servicio y que incluyen desde precisiones o reacciones a las notas urgentes hasta informaciones de cotizaciones del petróleo mexicano en los mercados internacionales. Dada su importancia relativa, puede ser mantenida en "stand by" (retención temporal) tras ser sopesadas por los periodistas en París tanto leen, corrigen y traducen las notas procedentes de otras noticias, cuya importancia es mayor para la clientela internacional. Este tipo de notas son "rebotadas" (retransmitidas por París a todos los clientes, una vez corregidas) normalmente en una media hora, pero pueden tardar hasta cinco horas, dependiendo de la importancia de la nota en comparación a la situación mundial en ese momento

e) **ANÁLISIS.** El lector no podría darse una idea exacta de determinados acontecimientos sino contara con artículos de fondo que presentarán la opinión de varias fuentes autorizadas y representativas de las diversas corrientes ideológicas y los antecedentes del hecho noticioso, todo ello con una redacción que tome en cuenta a un lector que no necesariamente está empapado de la situación en el país donde se escribe el análisis. Estudio como éste puede incluir el lavado de dólares provenientes del narcotráfico en Colombia, las relaciones iglesia-estado en México tras la visita del Papa y las implicaciones políticas de las tormentosas relaciones del presidente argentino Carlos Saúl Menem

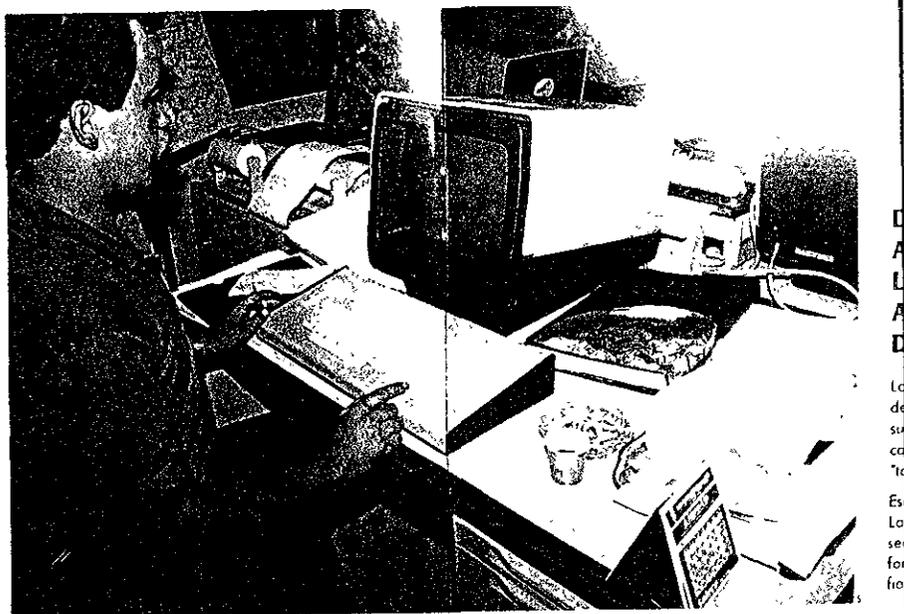
f) **REPORTAJES** No pretenden ser profundos, sino cubrir un hecho noticioso a partir del contacto directo con éste, son fundamentalmente descriptivos y pueden ser desde un concierto de Madonna, las reacciones de los costarricenses ante la victoria de su equipo nacional en un partido de la copa Mundial de Italia 90 ante Suecia, hasta las manifestaciones culturales, sociales y humanas durante un recorrido por el metro de la Ciudad de México.

En todas estas categorías se trata de espectáculos, temas sociales, religión, medicina o accidentes. La agencia France Press es especialmente estricta en exigir a todos sus periodistas que cumplan con tres grandes criterios: fuentes inobjetables, rigor en la exactitud de la información y rapidez.

CORRESPONSALES:

AFP mantiene corresponsales en diferentes puntos de la República Mexicana, no es personal fijo, éstos cobran según las notas que manden. Los hay en Ciudad Juárez, Acapulco, Chilpancingo, Oaxaca, San Cristóbal, Tuxtla Gutiérrez, básicamente son las subsedes. La información de estos corresponsales llega al Distrito Federal vía fax.

Todos los corresponsales de la France Press tienen la obligación de reportear, corregir, editar, sondear y transmitir las noticias.



LUIS WRANOWSKI Corresponsal de AFP en México

En algunas ocasiones los corresponsales de la agencia ven obstaculizada su labor por las autoridades, ya que éstas pueden negar la información o simplemente se limitan a dar los boletines.

En opinión del corresponsal Luis Wranowsky, las características que debe reunir un corresponsal de agencia son escribir bien, conocer la situación del país donde se encuentre, cultura general, ser bastante responsable, manejo del idioma (inglés, francés entre otros), ya que los aspirantes a trabajar en una empresa de esta índole, muchas veces ven obstaculizada su aspiración por el desconocimiento del trabajo en una agencia informativa o un medio de comunicación como éste.

Los periodistas de AFP se comunican en forma permanente a través de las computadoras centrales por medio de las consolas informáticas instaladas en las oficinas, o consolas portátiles utilizadas en el lugar del reportaje. Esta red interna es totalmente interactiva. Además el servicio "CARRIER" que la AFP presta a los clientes les da la posibilidad de utilizar la red de

telecomunicaciones de la agencia para transmitir su propia información de un punto a otro del globo

SERVICIOS:

Los servicios informativos que proporciona AFP son múltiples, según lo manifestó el ingeniero Fernando González, encargado del departamento técnico. El departamento técnico de AFP, tiene estaciones terrenas de antena de decodificador-receptor vía satélite lo cual permite a los usuarios que son básicamente periódicos, recibir el texto y la fotografía de forma más fácil y eficaz. Algunos usuarios utilizan línea privada conectada directamente desde la agencia hasta su punto final para recibir el texto y fotografía vía modem.

El equipo que recibe el usuario de AFP depende del servicio que éstos requieran, si es de fotografía consta de una antena parabólica, un receptor y una computadora conocida como decodificador con los programas necesarios para visualizar la fotografía, cuando es texto se implementa una impresora o directamente una computadora (propiedad de los usuarios).

SERVICIO DE FOTOGRAFÍA:

El departamento de fotografía consta de cinco fotógrafos a quienes les corresponde cubrir todo México y Latinoamérica e incluso en otras zonas del orbe, según se requiera dependiendo de la noticia que este pasando. Uno de ellos no esta contratado oficialmente por la agencia, pero, auxilia en las oficinas de Chiapas cubriendo todo lo referente al Ejército Zapatista de Liberación Nacional; de los cuatro restantes a dos se les paga por día de trabajo cuando así se requiera

En entrevista con Matías Lancars, fotógrafo de la AFP mencionó: "El trabajo consiste en dar fotografías a los medios de comunicación mexicanos y extranjeros, cubriendo solamente noticias que tengan interés fuera de México de cualquier ámbito, llámense deportes, política, entre otros. Por citar en deportes se cubren las eliminatorias para el mundial de fútbol, no se cubren las ligas locales tampoco el tenis, pero si la Copa Davis ya que tiene interés fuera del país, en el caso de México se está cubriendo todos los hechos referentes al Ejército Zapatista de Liberación Nacional y al Ejército Popular Revolucionario, así como los problemas económicos del país que interesan al cliente tanto a un periódico guatemalteco, parisiense o neoyorkino"

El equipo fotográfico de AFP selecciona y edita las coberturas y las manda a una central regional en Washington, vía modem (por computadora), y ellos las retransmiten a los clientes dependiendo la importancia de las fotografías, éstas se transmiten a todo el mundo o a las zonas que muestren mayor interés por ellas

AFP tiene oficinas en todo el mundo y su servicio de fotografía da un promedio de 75 fotos diarias de todo el mundo, desde un desfile de modas en París, hasta la guerra de Chechenia. Los clientes pueden usar una, dos o ninguna, no importa ellos tienen que pagar el servicio. Obviamente también se pueden comprar fotos individualmente, pero su costo es de 100 dólares cada una

Este departamento de fotografía posee un servicio de infografía, los cuales son gráficos o mapas donde se visualiza paso por paso algún hecho relevante, tal como lo ejemplificó Matías Lancars. “ La toma de la embajada de Japón en Perú por el grupo Tupac-Amaru en donde a través de una gráfica computarizada de la táctica utilizada por los guerrilleros y dónde se encontraba la policía en esos momentos, además de mapas y cuadros estadísticos; el servicio es accesible en todo el mundo por medio de las microcomputadoras”.

La oficina regional de AFP en México es la más grande para Latinoamérica. También existen oficinas en Nicaragua, Perú, Costa Rica. El departamento de fotografía responde a una oficina regional en Washington que es la sede central para toda Latinoamérica.

El proceso que siguen los fotógrafos inicia cuando se toman las fotografías, posteriormente se llevan al laboratorio instalado en la misma oficina regional donde se revelan aproximadamente en 15 minutos para luego introducir los negativos en un “scanner”. Las fotos se scanean por medio de una computadora y aparecen en positivo en la pantalla como si fuera una imagen de televisión y se le escribe un breve texto o pie de foto informativo de dos párrafos; el primero describe la foto y el segundo expone un contexto, es decir, describe el hecho que se quiere dar a conocer a través de ésta, después se transmite a Washington por computadora en un promedio de minuto y medio, dependiendo de la prioridad, si es una noticia normal los editores en Washington las ponen en hilo de las fotos que van saliendo, pues hay una fila de espera; ahora si es una noticia muy importante, esa foto pasa automáticamente a ser la primera.

Generalmente el fotógrafo lleva un equipo que consta de una cámara fotográfica con 15 rollos (según sea el evento), un laboratorio montable que puede utilizarse en el baño de un hotel, una computadora portátil y toda una gama de lentes para la cámara. La compra del equipo fotográfico se realiza regularmente en Washington, el material se adquiere aquí en México.

Actualmente la Agence France Press no maneja el servicio de video, pero próximamente los suscriptores podrán contar con la tecnología del video por televisión.

La France Press mantiene contrato con la mayoría de los diarios de la capital, las televisoras, Televisa, T V Azteca y Canal 11, así como de radiodifusoras donde les brinda un servicio de texto y fotografía.

La AFP es cuidadosa de las características de cada continente, de cada país y de cada cultura. Como lo dijo en 1985, el entonces presidente de la AFP, Henry Piageat: “Tenemos una vocación universal y pluridisciplinaria y, en este sentido la AFP cuenta con una originalidad con respecto a las demás agencias, pues no sólo sus métodos de trabajo son distintos, sino por el ángulo con el que abordan la actualidad, de la tradición latina, es la única de las grandes empresas mundiales de la información que no es anglosajona”.

3.4 AGENCIA INTERNACIONAL DE NOTICIAS EFE (EFE)



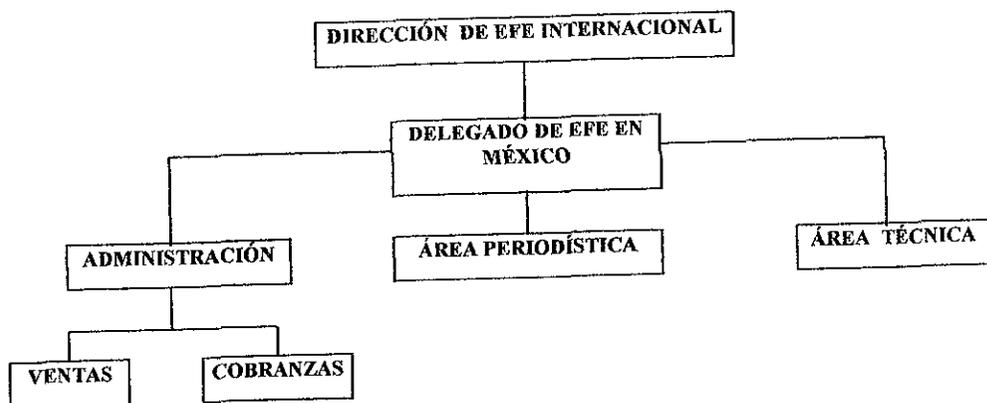
La agencia EFE es una de las cinco grandes agencias internacionales de noticias y la primera del mundo de habla hispana, de ahí su importancia en el ámbito de comunicación a nivel internacional

La sede regional de México se encuentra ubicada en la calle Lafayette número 67, colonia Anzures, se localiza en una casa de tamaño regular con estilo sencillo dividida en dos secciones, en una de ellas es donde la agencia EFE ejerce sus labores, en la otra es donde vive el delegado de ésta. La agencia cuenta con corresponsales en casi todo el mundo, en las capitales de las principales ciudades del mundo

La agencia EFE llegó a México en el año de 1936, labora con 7 corresponsales en toda la República, esto se debe a que no requieren de más personal porque cuenta con fuentes para alimentarse de información, "tips" o pistas en los periódicos, noticiarios de radio y televisión por lo que es vital para la empresa estar monitoreando

3.4.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de EFE para México se encuentra organizada de la siguiente manera.



DIRECTOR GENERAL O DELEGADO: Es la máxima autoridad de la sede regional, es enviado directamente de la sede matriz ubicada en Madrid, España. Sus funciones son estar pendiente de todos los profesionales (supervisión de la labor de los corresponsales), ordenar las notas informativas, además de observar personalmente que los servicios que se le prestan al cliente funcionen eficazmente y rendir informes acerca del funcionamiento de la regional a la matriz de Madrid.

ÁREA ADMINISTRATIVA: Depende directamente de la Dirección General (DELEGADO), se encuentra a cargo de una persona que se encarga de cobrar los servicios de la agencia y todo lo referente a los pagos de impuestos, nóminas y rendir informes del funcionamiento de la agencia a la central de Madrid

COBRANZAS: Depende del área administrativa, es atendido por una persona que se encarga de cobrar los servicios de la agencia, así como de observar el correcto funcionamiento de ellos

VENTAS: Depende del área administrativa, esta bajo la responsabilidad de una persona que se encarga de establecer estrategias de ventas de los servicios que ofrece la agencia.

ÁREA PERIODÍSTICA: Sitio donde se encuentra el equipo de corresponsales, depende directamente de la Dirección General, está a cargo de un jefe de redacción que se encarga de seleccionar, corregir, editar y distribuir la información de interés a sus abonados

ÁREA TÉCNICA: Depende del Director General, área a cargo de un ingeniero y su auxiliar, sus labores son las de mantener en buen funcionamiento los aditamentos que se le proporcionan al cliente para la recepción para el servicio, antenas parabólica, computadoras, impresoras, entre otros.

3.4.2 FUNCIONAMIENTO

La agencia inicia sus labores a las ocho de la mañana y se está al tanto de todo lo que pasa; si se tienen que cubrir conferencias de prensa o lo que surja, se habla por teléfono a la oficina y las personas que se encuentran ahí son las encargadas de redactar la nota con los datos que les proporcionan su interlocutor por ese medio

Los corresponsales realizan las labores de reportero, redactor, corrector y editor, el jefe de redacción se encarga de ejecutar algunas labores que éstos no saben.

CORRESPONSALES:

Según Alfonso Quezada, corresponsal de EFE, un corresponsal debe reunir los siguientes requisitos: “Para laborar en esta agencia es necesario conocer el acontecer mundial, saber reportear y redactar. El lenguaje de una agencia es muy distinto al de un periódico, por ejemplo, ningún reportero de EFE utilizará en una nota referente al presidente de México, esto: ‘ El doctor Ernesto Zedillo Ponce de León, si no sencillamente el presidente de México Ernesto Zedillo...’

El otro párrafo diría ‘Zedillo el mandatario mexicano o el jefe de estado mexicano...’

Pero cuando se está en México se debe poner ‘ Ernesto Zedillo quien asumió la presidencia de México, hace tantos años, cuenta con X años, estudió economía, además hizo un doctorado’, y se hace esto para que el lector del extranjero se familiarice con él; solamente en estos casos se hace así, fuera de esto no se utiliza así. No es por falta de respeto sino que así es el lenguaje que se aprendió en las aulas con los maestros, que la gente conoce como sencillo y conciso”

Una nota elaborada por los corresponsales de EFE oscila entre las 600 palabras aproximadamente, una entrada de nota lleva 35 palabras, generalmente así son las notas que realizan los corresponsales de esta agencia

En cuanto al equipo que utilizan los corresponsales de EFE, antes que nada debe poseer

inteligencia, ya después utilizará la grabadora, libreta y bolígrafo que son sus herramientas de trabajo. Además de la capacidad que tengan como reporteros para cubrir su información.

ELABORACIÓN DE LAS NOTAS INFORMATIVAS:

En cuanto a la forma de elaborar las notas, los corresponsales de EFE, mencionan que ésta debe responder a las seis preguntas básicas: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y porqué, ya que estas son las interrogantes para obtener la información que corresponden a las seis W que es el signo gráfico inicial en inglés, similar al de las preguntas “tendedero” antes mencionadas.

Todas las noticias aquí elaboradas se mandan directamente a Madrid y de ahí a los rotativos y radiodifusoras o televisoras con las que se tiene contrato. Los servicios que reciben los medios de comunicación en México en cuanto al hilo informativo es mediante la vía impresa. Cualquier noticia que sale de la oficina se recibe mediante la forma escrita a los diarios y otros medios de comunicación.

En la sede matriz de Madrid las noticias se elaboran en idioma inglés, mientras que en todas las demás oficinas regionales se elaboran en español; donde se revisa y de ahí pasa por los diferentes clientes. Quezada abundó que las notas que se revisan allá no se les quita ni se les pone nada es decir, no hay censura, simplemente las cosas se dicen tal como son, lo único que se realiza es acortar o alargar las notas en su extensión, pero nunca se modifica el contenido de las mismas. En la sede de México no se tiene intromisión de la Presidencia de la República, ni Gobernación anda supervisando lo que se hace. . . Simplemente se cubre la noticia, se elabora y se manda directamente, recibéndola así todo el mundo o los abonados de EFE. Jamás los corresponsales de EFE van a atacar al presidente o los funcionarios mexicanos, lo único que realizan es cubrir su declaración.

La agencia posee un manual de estilo, que los corresponsales tienen la obligación de aprenderse de memoria, además de utilizarlo cuando se tienen dudas. El manual consiste en varias reglas que por orden de prioridad deben seguirse al pie de la letra, como las reglas ortográficas, sintaxis, la forma de utilizar los gentilicios, qué es un flash, un urgente y en qué consiste, régimen legal de los medios en el país donde se encuentren, entre otras cosas.

Por ejemplo un “flash”, según el manual, son “campanillazos” es decir, la noticia sin fecha, sin adornos, por ejemplo: “El papa Juan Pablo II murió o murió el papa Juan Pablo II”, el boletín sería así: “El papa Juan Pablo II, falleció el día de hoy, informó el Vaticano..”.

Un “urgente” consta además del boletín de otras palabras para complementar la información. Después viene un primer resumen, luego un segundo y todo lo que se hable del papa.

La jerarquización de la noticia siempre se da igual en todas las agencias, jamás cambiara, más bien es un modelo que es imaginario, en el caso de esta agencia se realizan así.

Flash	Primer resumen	Rutina
Boletín	Segundo resumen	

Urgente	Antecedente	
---------	-------------	--

Cabe hacer mención que en la agencia EFE el idioma español es de gran importancia, debido a que una palabra en México tiene un significado y en Sudamérica otro; por ejemplo, en México la palabra concha es un pan, en Sudamérica es la vagina de la mujer; así que por esto, las agencias de noticias ponen mucha atención en el manejo de las palabras, no en si por éstas, sino en buscar la forma en que una palabra aglutine al idioma, es decir, que lo mismo que se entienda en México se comprenda en Sudamérica y viceversa.

Para confirmar sus noticias, la agencia tiene el apoyo de otras agencias de noticias, medios de comunicación y profesionales de este ramo. Por citar la Agencia Mexicana de Noticias (Notimex) es un valioso auxiliar, ya que ésta brinda su apoyo para confirmar la información o ampliarla si así lo requiere el caso. Además, el director mantiene una estrecha amistad con los demás directores de las agencias y de algunos reporteros que le permiten mantener una constante retroalimentación de información.

El número de notas que envía EFE varía, también el número de palabras, solamente se les maneja su extensión, es decir, son notas largas o pequeñas; aunque hay algunas que son larguísimas. En la sede regional no se contabilizan las palabras que contienen las notas porque los miembros de EFE en México lo consideran un trámite burocrático, es más, si una noticia es de mil palabras así se manda; si quieren allá en Madrid las pueden recortar o alargar según lo crean pertinente.

Todo se elabora por medio de la computadora, también se cuenta con un archivo computarizado donde la información que se requiera se obtiene impresa, ya que para una agencia informativa es muy importante el archivo, pues éste servirá al corresponsal para complementar su información y tener un contexto amplio del tema a tratar y así pueda elaborar una excelente nota.

SERVICIOS:

La agencia EFE dispone con una tecnología de vanguardia, que permite acortar al máximo la distancia entre los acontecimientos y los receptores de su servicio.

Cuenta con un proyecto de difusión de todos los servicios informativos de la agencia a través de un soporte de satélite con cobertura global atlántica. Con este sistema todas las comunicaciones de EFE, con sus abonados, alcanzan una extraordinaria rapidez.

A esta tarea de información contribuye también el teletipo electrónico, el telex, el telefax, la línea permanente de telefotografía y los nuevos canales, tanto públicos como privados, que han propiciado este crecimiento.

EFE automatiza totalmente sus servicios con la instalación de un nuevo ordenador electrónico y la introducción del sistema de vídeo "EDITING", situándose a la vanguardia tecnológica informativa del mundo. EFE distribuye a España y al mundo más de 200 millones de palabras.

Se crea el servicio TELE-EFE, selección de informaciones comerciales, económicas, financieras y políticas, destinadas a empresas y organismos financieros, además de automatizar sus servicios gráficos.

Todo el inmobiliario como equipo técnico y personal laboral vienen directamente de Madrid. La agencia solo presta el servicio de noticias (notas informativas), nada de artículos, columnas o material de opinión, ya que en palabras del corresponsal Alfonso Quezada: "Uno como corresponsal no es juez ni fiscal, solamente se dedica a cubrir hechos, ese es papel de una agencia".

El servicio fotográfico no se da a diario, más bien se da con retraso debido a que los clientes no cubren el monto económico de lo que ofrece el servicio.

En la agencia EFE se considera que la competencia con las otras agencias informativas es muy fuerte y cerrada, ya que a diario cada una de éstas experimenta aciertos y errores que deben ser superados. En especial no existe una rivalidad directa con alguna agencia, sino que el reto es competir con todas en busca de la exclusividad.

3.5 AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS (NOTIMEX)



NOTIMEX nace hace 28 años, se ha desarrollado gradual pero consistentemente. Cada vez más con recursos humanos mejor calificados y con mayores posibilidades técnicas, la agencia se esfuerza por cumplir con más eficiencia su importante responsabilidad de difundir la imagen de México en el mundo. NOTIMEX informa a los informadores; suministra noticias. Capta con oportunidad y profesionalismo la cambiante realidad de nuestro tiempo y la pone al servicio de los comunicadores.

NOTIMEX está presente en forma directa o indirecta, en casi la totalidad de los noticieros de radio y televisión que transmiten en México. Sirve a la prensa escrita a través de la información que suministra a los diarios del país, a lo largo y ancho de la República. Sostiene intercambios noticiosos e informativos con las más importantes agencias internacionales con oficinas en México y, tiene activados canales internacionales con algunas de las principales ciudades del mundo, difundiendo así la versión mexicana de los hechos.

La red nacional de NOTIMEX tiene enlaces y derivaciones en las principales ciudades del país y en el campo internacional opera una red con amplias posibilidades de crecimiento, destinada a servir prioritariamente a la población hispanohablante de los Estados Unidos.

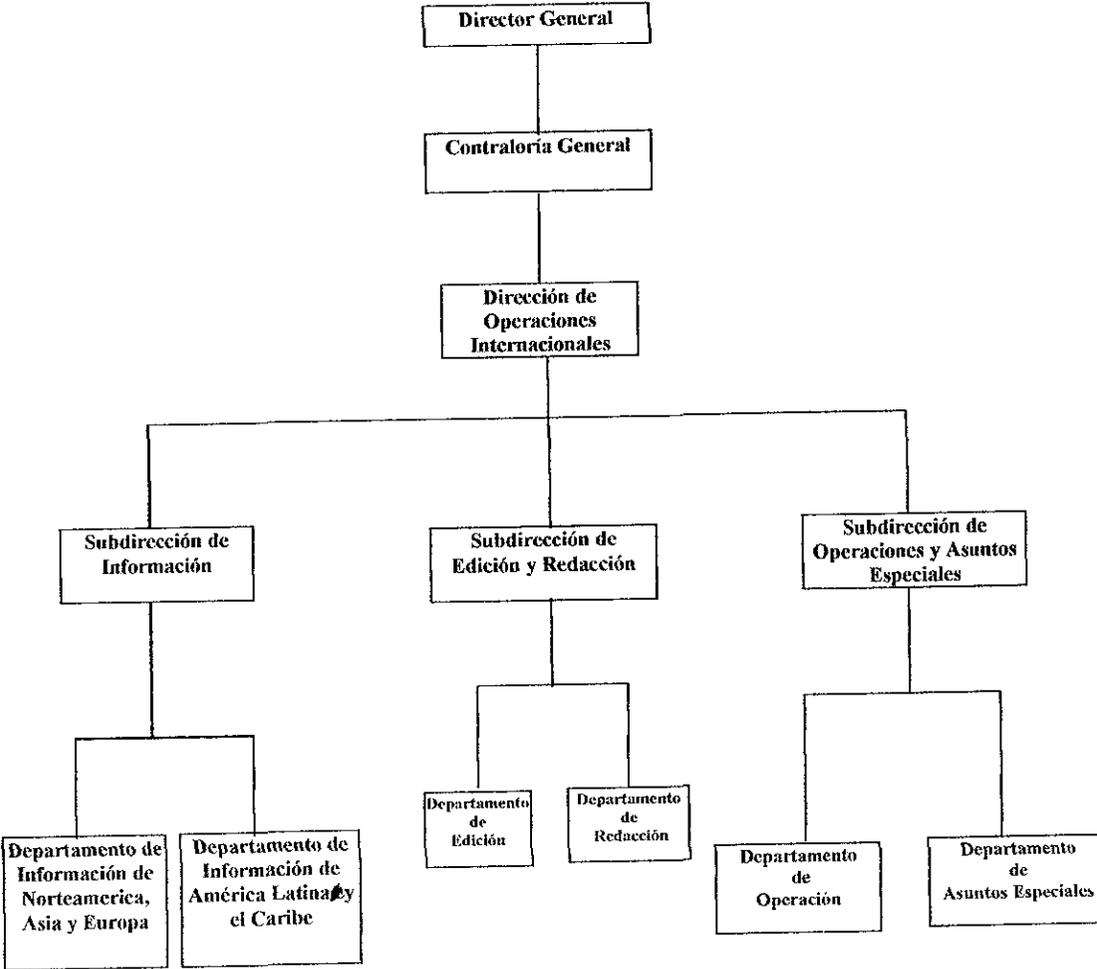
3.5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Notimex es un organismo descentralizado de participación gubernamental, dependiente de la Secretaría de Gobernación. La estructura de la agencia NOTIMEX S.A. de C.V. está integrada por una Dirección General, seis direcciones de área, básicamente, además, existe una Contraloría

Interna que depende jerárquicamente de la SECODAM (Secretaría de la Contraloría y Desarrollo Administrativo) a través de un acuerdo firmado el año pasado (1997)

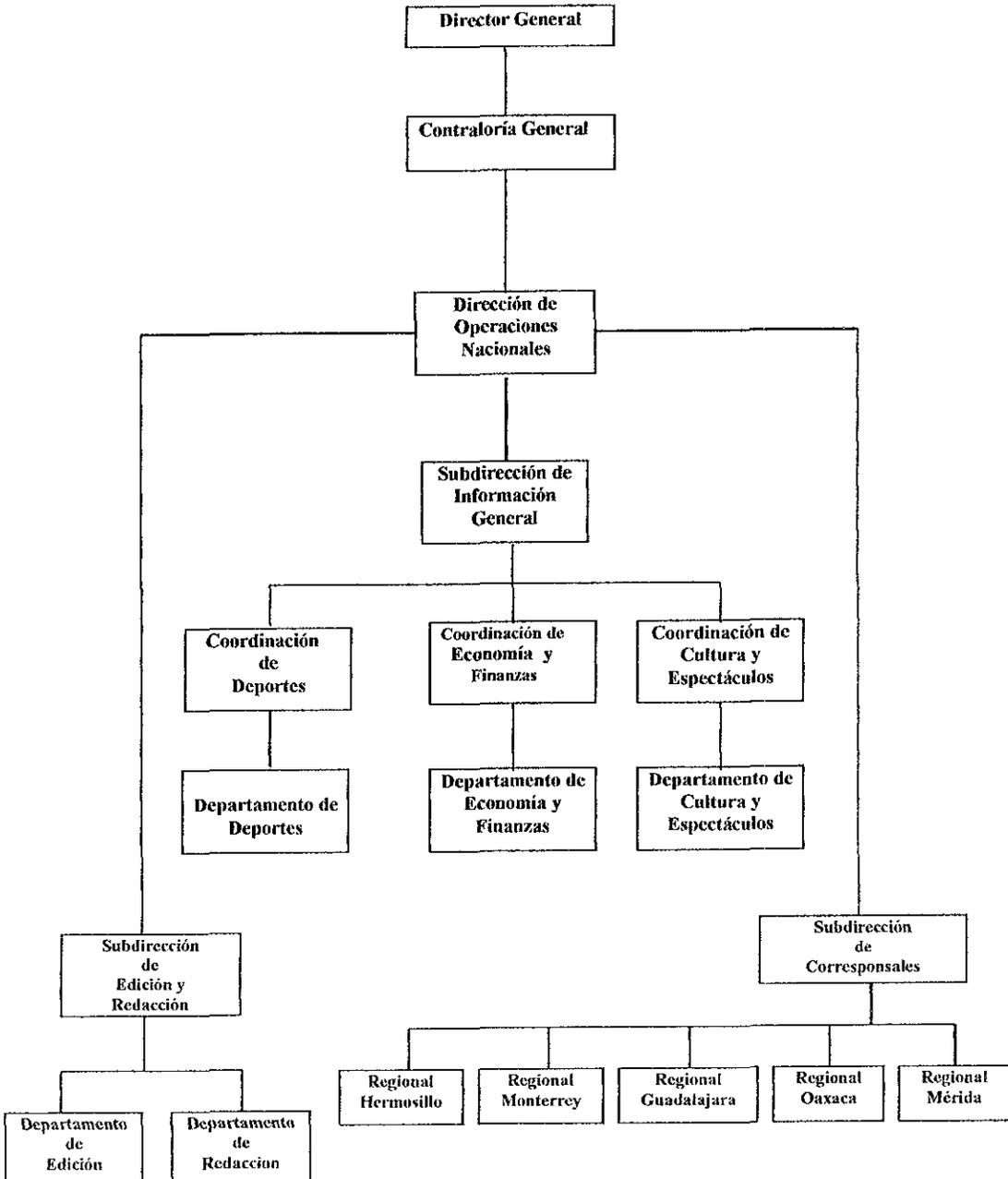
Gráficamente la AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS se encuentra estructurada de la siguiente manera

ORGANIGRAMA DE LA AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS (NOTIMEX)

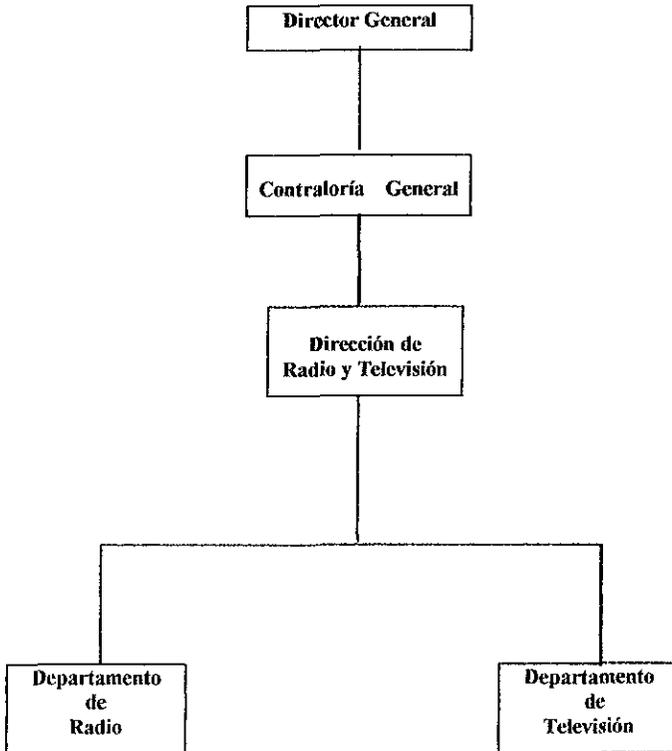


DIRECCIÓN DE OPERACIONES INTERNACIONALES

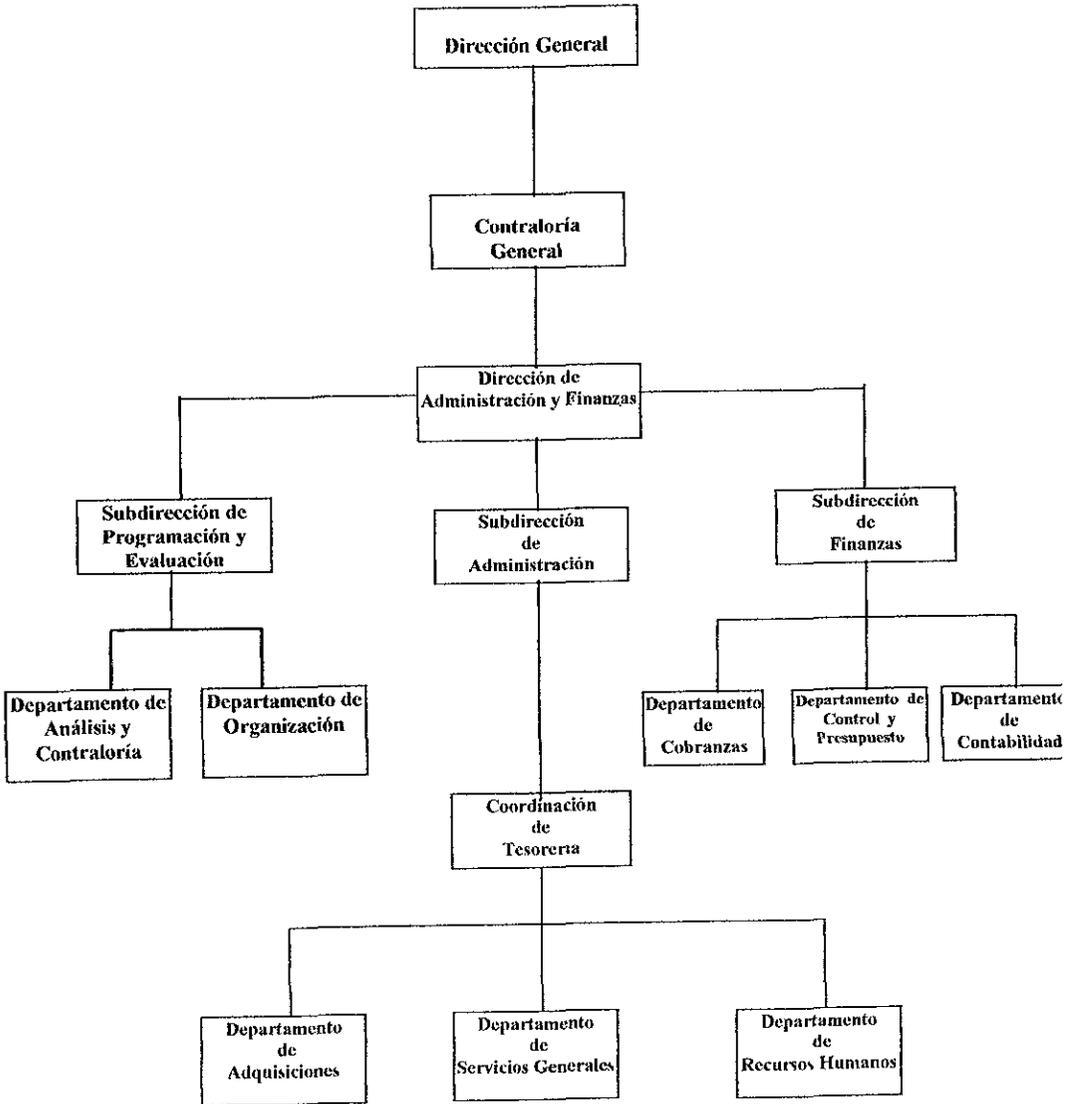
DIRECCIÓN DE OPERACIONES NACIONALES



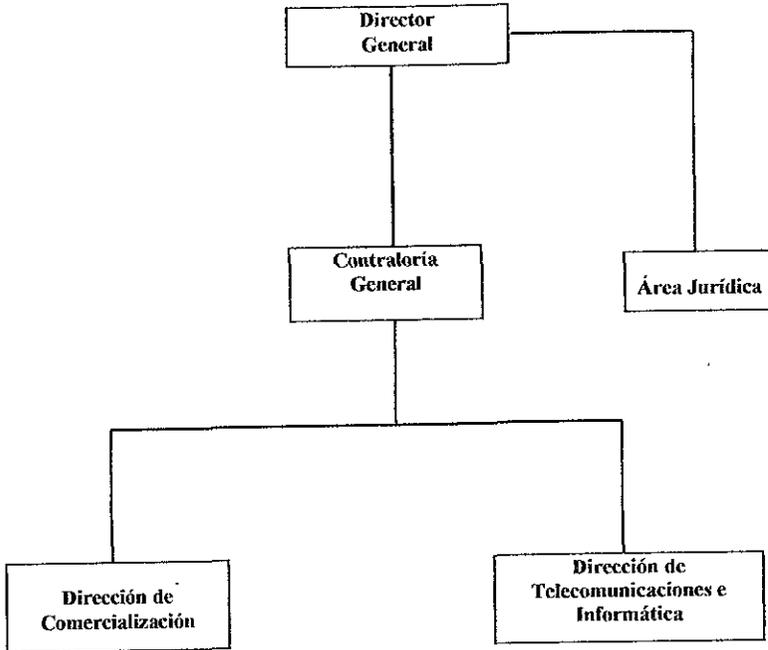
DIRECCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN



DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN, TELECOMUNICACIONES Y ÁREA JURÍDICA



En entrevista personal con el Licenciado Juan Gutiérrez Aranda, encargado de la Subdirección de Programación y Evaluación mencionó que NOTIMEX funciona generalmente a través de

- **DIRECTOR GENERAL:** Es nombrado por el Ejecutivo Federal en turno, sus labores son: vigilancia, control y supervisión de todas las funciones de la agencia, para que ésta se apegue a las leyes, códigos, normas, circulares y reglamentos emitidos o promulgados por el Ejecutivo Federal
- **CONTRALORÍA GENERAL:** Depende jerárquicamente de la SECODAM y del Director General, está a cargo de un contralor y subcontralor (Director y Subdirector) que se encargan de promover en todas las áreas de la empresa la observancia de la normatividad que rige los distintos renglones en el quehacer gubernamental tales como adquisiciones, aplicación de recursos, registros contables y presupuestales entre otros y, de manera especial el cumplimiento de las obligaciones de los servicios públicos de acuerdo con lo previsto por la ley respectiva. Revisar a través de un panorama anual de control y auditoría, los principales aspectos operativos y administrativos de las áreas que integran la agencia, identificando y precisando deficiencias, así como la promoción de medidas correctivas y preventivas para un mejor cumplimiento de los objetivos. Apoya al Consejo de Administración a través de un Comité denominado CONTROL Y AUDITORÍA; supervisa el cumplimiento de los compromisos y analiza la problemática eminente de atender, para proporcionar alternativas y solución.
La Contraloría General está coordinada con todas las áreas de la empresa para instrumentar acciones inmediatas que permitan superar deficiencias administrativas y operativas, para que un su oportunidad el Director General entregue a su sucesor en las mejores condiciones posibles la agencia
- **ÁREA PERIODÍSTICA:** NOTIMEX cuenta con tres áreas sustantivas. Dirección de Operaciones Nacionales, Dirección de Operaciones Internacionales y Dirección de Radio y Televisión; estas son las que generan y suministran el producto que ofrece la agencia, en este caso son las noticias

Estas Direcciones se desglosan operacionalmente de la siguiente manera

DIRECCIÓN DE OPERACIONES NACIONALES: Sus funciones son integrar el programa anual de actividades de los proyectos y los que se requieran, y someterlos a consideración de la Dirección General Asimismo informa a ésta los criterios, lineamientos y asignación de prioridades referentes a la captación de noticias, a la elaboración de reportes, realización de entrevistas, entre otras, además de cuidar que la producción de información de la agencia se sujete a ella

Informar a la Dirección los lineamientos y normatividad a que deben apegarse los corresponsales para efecto de asegurar que la información captada sea susceptible de comercializar, así como coordinar el sistema de corresponsales y reporteros nacionales para constituir una fuente propia de información en todos los ámbitos de acción de la agencia.

Supervisar y coordinar las políticas de operación referentes al tipo de contenido que se dan en concordancia a los lineamientos establecidos con la Dirección General.

Además, dirige y supervisa que los sistemas de captura, procesamiento y difusión de información respondan a las necesidades y demandas del Estado, implantar sistemas que agilicen el flujo de acumulación y su clasificación por áreas y temas.

Coordinar la aplicación sistemática de la política editorial e informativa de la agencia en los hilos nacionales a fin otra de lograr la congruencia informativa y compatibilidad en las informaciones que genera el área y de evitar congestionamientos en los cortes informativos

Coordinar que las áreas a su cargo se apeguen a las normas editoriales establecidas, así como a las políticas de prioridades para su difusión.

De igual forma busca mantener estrecha colaboración con la Dirección de Operaciones Internacionales y de Comercialización a fin de detectar las necesidades y demandas informativas que se generan en los diferentes ámbitos y establecer las estrategias mercadotécnicas convenientes

Por ultimo evalúa periódicamente los avances programáticos del área y generar los reportes correspondientes y estructurar por completo respuestas que mejoren los resultados obtenidos

Esta área se encuentra a cargo de un Director y depende directamente de la Dirección General

DIRECCIÓN DE OPERACIONES INTERNACIONALES: Se encuentra a cargo de un Director y depende directamente de la Dirección General, sus funciones son orientar y dirigir las políticas editoriales, informativas para captar los sucesos relevantes en el ámbito internacional que por su importancia deban ser difundidas, atentos de proyectar en el extranjero la imagen de México, la política e intereses gubernamentales

Integrar el programa anual de actividades de acuerdo a la política editorial informativa y atendiendo las prioridades señaladas por la Dirección General.

Establecer lineamientos y políticas que normen la situación y el funcionamiento de las unidades que conforman la Dirección

Definir las normas políticas y mesas de trabajo para unificar las funciones que realizan los corresponsales de NOTIMEX en el extranjero, y garantizar la homogeneidad de los procesos de captura y funcionamiento. Para efecto de asegurar la congruencia de la operación internacional

que se difunda.

Otra función es delimitar los ámbitos de competencia en cuanto a cobertura, prioridad, sistemas noticiosos, teniendo en cuenta la actuación de los reporteros y corresponsales pendientes de la actividad que operan a nivel internacional.

Coordinar el proceso productivo de servicios de noticias destinados al mercado internacional y a su vez que las noticias internacionales que generen los corresponsales de NOTIMEX en los Estados Unidos, Costa Rica, Santiago de Chile, Madrid, así como difundir la información en el ámbito nacional e internacional

Definir los mecanismos de intercambios de servicios y productos con otras agencias de noticias internacionales

Coordinar la elaboración y ejecución de programas de capacitación para mantener actualizados a los reporteros y corresponsales en el extranjero

Mantener estrecha coordinación con la Dirección de Comercialización a efecto de que la información que se produzca sea de interés a los usuarios o suscriptores o susceptible de comercializar.

Establecer, coordinación con las Direcciones de Operaciones Nacionales y Radio y Televisión, para precisar el intercambio informativo y determinar el material que pueda manejarse a nivel radiofónico o televisivo

Evaluar periódicamente los avances programáticos del área en general, los recursos correspondientes y estructurar respuestas que mejoren los resultados anteriores

DIRECCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN Su objetivo es programar ejercer y controlar la emisión, impresión, difusión y coordinación de programas de radio y televisión de acuerdo a los lineamientos normativos vigentes en la materia procurando que la agencia cumpla con los requerimientos pactados con los usuarios

Aprobar el programa anual de actividades de área y someterlo a la autorización de la Dirección General. Considerar las necesidades de producción para radio y televisión de la agencia en concordancia con los diferentes medios en cuanto a actividades internas

Otra función es mantenerse en coordinación con la Dirección de Operaciones Nacionales y la de Internacionales, así como preservar las actividades y contenidos informativos que por su relevancia se tienen movimientos para producciones radiofónicas y televisivas

Supervisar que los guiones radiofónicos y televisivos se ajusten a las leyes vigentes en la materia y en su caso efectuar las modificaciones pertinentes para el adecuado desarrollo de los programas establecidos.

Vigilar que la producción de programas se apegue al marco normativo decretado por la Secretaría de Gobernación

Precisar normas para la correcta operación de los circuitos electrónicos de audio y video existentes, así como para la realización de programas de radio y televisión

Otra función es establecer información con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), para la consecución de espacios y canales televisivos del sector público o privado y esperar la autorización respectiva

Estructurar los medios para la producción destinados a programas internacionales de intercambio y verificar que se lleven a cabo de acuerdo a las políticas dictadas por la Secretaría de Gobernación

Evaluar cualitativa y cuantitativamente la exhibición y transmisión de los programas producidos por la agencia y proponer las medidas tendientes a fortalecer la penetración y cobertura de los mismos

Evaluar periódicamente los avances programáticos del área y generar los reportes correspondientes, y estructurar propuestas que mejoren los resultados.

Está a cargo de un director y depende directamente del Director General y la Contraloría General

ÁREA ADMINISTRATIVA: Se encuentra constituida por tres direcciones y un área jurídica que se desglosan de la siguiente manera.

DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS Se encuentra a cargo de un director y depende de la Dirección General y la Contraloría General

Su objetivo es evaluar, organizar, ordenar, coordinar y controlar la administración de los recursos humanos, financieros y materiales de la agencia, deseando que esta trayectoria esté en condiciones óptimas de efectividad, productividad y funcionamiento.

Sus funciones son: Integrar y someter a consideración del Director General el plan de presupuesto de la agencia y en su caso, también, a consideración de las Secretarías de Gobernación, Hacienda y Crédito Público

Intervenir en los términos de discusión de facultades en la selección, nombramiento, reubicación, bajo de todas las posibilidades relacionadas con la administración de recursos humanos de NOTIMEX. Establecer los sistemas de admisión y remoción de personal, así como los relativos a los derechos de los trabajadores y elementos que conforman la agencia de acuerdo a las disposiciones jurídicas relativas a ese nivel.

Apreciar la programación de las fracciones del Consejo Administrador a efecto de reanudar los acuerdos generales de eficiencia a considerar por parte del personal de la agencia. Propiciar la integración diseñada para el sector administrativo y reforzar las arcas públicas, así como la formulación de los criterios de evaluación correspondientes

Proporcionar a los diferentes departamentos el apoyo necesario para la adquisición de sus respectivas necesidades.

- a) Coordinar la renovación y realización de manuales de organización, políticas y procedimientos que dan cuenta del funcionamiento de ellos
- b) Coordinar la elaboración y actualización de los manuales de organización, políticas y procedimientos, que dan cuenta del funcionamiento de NOTIMEX
- c) Actualizar los ejercicios del gasto y el alto presupuesto programático y estar de acuerdo con las disponibilidades destinadas a cada uno de los programas y presupuestos aprobados.
- d) Autorizar el suministro de los recursos materiales, financieros a las unidades administrativas determinadas con los presupuestos, montos, observando las disposiciones establecidas en vigor.
- e) Definir e interpretar el sistema de contabilidad para el manejo de los gastos de operación y de los recursos destinados proporcionados a los programas de la agencia, así como aprobar los catálogos de cuentas, los calendarios financieros y de ventas que estarán en el ejercicio del gasto público de la empresa
- f) Definir y proponer los criterios bajo los cuales la extensión o actividad arrendará los bienes e inmuebles viables de proyectos para su operación Intervenir en la creación de concursos neutrales y acomodados a la adquisición, arrendamientos y suministros; así como autorizar el mantenimiento preventivo y correctivo, la conservación y la baja general de los mismos
- g) Evaluar periódicamente los avences generados por el área. Generar los recursos correspondientes y estructurar propuestas como: las de resultados obtenidos.

DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN: Se encuentra a cargo de un Director y depende directamente de la Dirección General y la Contraloría General, su objetivo es: **Planear las acciones de comercialización que permitan a la agencia ampliar su presencia en los medios de comunicación de Centroamérica, Sudamérica y el Caribe.**

Sus funciones son planear, coordinar, dirigir y evaluar los niveles de comercialización del servicio en los ámbitos internacionales y nacionales, supervisar que se apeguen a las políticas establecidas. Integrar el programa anual de actividades así como un pronóstico de ventas que permita estimar la captación de ingresos por este concepto.

- a) Definir e instrumentar las estrategias de comercialización que permitan mantener la competitividad de la agencia en los mercados nacionales e internacionales.
- b) Establecer las normas y políticas pendientes a la situación de tarifas derivadas de la prestación de los servicios informativos a los usuarios

- c) Formular y presentar de acuerdo con el Director General la política de precios para someterla a aprobación del Honorable Consejo de Administración, a la coordinación sectorial que es Gobernación y las dependencias administradoras que en este caso son: Hacienda y la SECODAM, éstas son las globalizadoras de la agencia
- d) Definir estrategias de comercialización que permitan satisfacer los intereses de los clientes en coordinación con las áreas productoras de información que son: Operaciones Nacionales, Operaciones Internacionales y de Radio y Televisión (Direcciones), la generación de métodos susceptibles en cuanto a la comercialización
- e) Mantenerse en coordinación con las direcciones de Operaciones Internacionales y Nacionales para orientar las acciones de comercialización, de información de interés para los usuarios del sistema NOTIMEX
- f) Proponer a la Dirección General los estudios de mercado tendientes a la expansión de los servicios informativos, al mismo tiempo los nacionales y extranjeros, a fin de ampliar el número de suscriptores.
- g) Integrar la cartera de clientes a nivel nacional e internacional. Considerar los actuales y a los potenciales clientes como objeto de ampliar la cobertura y penetración de servicios y productos determinados.
- h) Coordinar la ampliación de los estudios de mercado que realizan asociaciones a su cargo, analizar los resultados obtenidos y en su caso reorientar las acciones de acuerdo con los programas de comercialización de los servicios informativos.
- i) Promover y coordinar acuerdos y convenios de intercambio de servicios y difusiones especiales con dependencias especiales del gobierno federal, estatal, y demás organismos privados.
- j) Analizar conjuntamente con la Dirección de Administración y Finanzas la cartera de cobranzas, asuntos de definir las acciones que se lleven a cabo en cuanto a la depuración de clientes morosos o cuentas incobrables.
- k) Y evaluar periódicamente los avances programáticos del área, generar los reportes correspondientes y estructurar propuestas que mejoren los resultados obtenidos.

DIRECCIÓN DE TELECOMUNICACIONES E INFORMÁTICA: Se encuentra a cargo de un ingeniero en jefe y depende directamente de la Dirección General y la Contraloría General, su objetivo es planear, dirigir, coordinar y controlar el procesamiento de la información mediante los sistemas informativos y de telecomunicaciones de la empresa y proponer la adquisición de nuevos equipos que permitan proporcionar al sistema NOTIMEX la red de intercomunicación que satisfaga sus necesidades

FUNCIONES. Establecer las normas, políticas y lineamientos que se deban observar en materia de adquisición, modificación, ampliación, sustitución o arrendamiento de bienes y servicios informativos y de telecomunicaciones.

- a) Planear y coordinar los proyectos de informática y de telecomunicación de carácter permanente y los especiales que garanticen la oportunidad en el servicio y la atención de fuentes especiales o temporales.
- b) Establecer las normas y lineamientos técnico-metodológico para administrar la estructura informática con la que se cuenta, recursos humanos, equipos y sistema.
- c) Autorizar las estrategias, políticas, estándares, normas y evaluaciones del desarrollo informático en función de su contribución al logro de sus objetivos, así como proponer las medidas correctivas procedentes
- d) Coordinar la instrumentación de las políticas necesarias para el soporte técnico y atención a los usuarios con el objetivo de aplicar en siete meses los programas informativos y de telecomunicación acorde a las características de los suscriptores nacionales e internacionales.
- e) Dirigir los estudios de viabilidad referentes a equipos de cómputo de acuerdo con los avances en técnicas y lenguajes de programación, procesamiento de información, sistemas, así como los niveles de calidad requeridos para garantizar la eficiencia en el servicio.
- f) Diseñar y establecer las normas para que los sistemas y procesamientos de seguridad técnica garanticen una operación ininterrumpida de los equipos y sistemas de la agencia.
- g) Coordinar con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), Teléfonos de México (TELMEX) y otras empresas los proyectos relacionados con telecomunicaciones y la obtención de servicios de apoyo a la infraestructura técnica.
- h) Investigar los adelantos tecnológicos en materia de telecomunicaciones e informática y en su caso proponer la contratación y adquisición de las instalaciones básicas para la empresa, para que ésta mantenga su carácter competitivo
- i) Asesorar y promover entre las diferentes unidades administrativas los servicios que presta la Dirección de acuerdo con los programas y lineamientos establecidos bajo las autoridades competentes, así como dictaminar la viabilidad de las solicitudes que se presenten.
- j) Coordinar la instrumentación del programa de capacitación y acreditación de informática, dirigido a los usuarios y al personal técnico inscritos en la Dirección.
- k) Mantener y propiciar la comunicación de acuerdo con el área de comunicación a fin de determinar los productos y servicios a instalar por la agencia en los ámbitos nacional e internacional
- l) Evaluar periódicamente los avances programáticos del área, generar los reportes

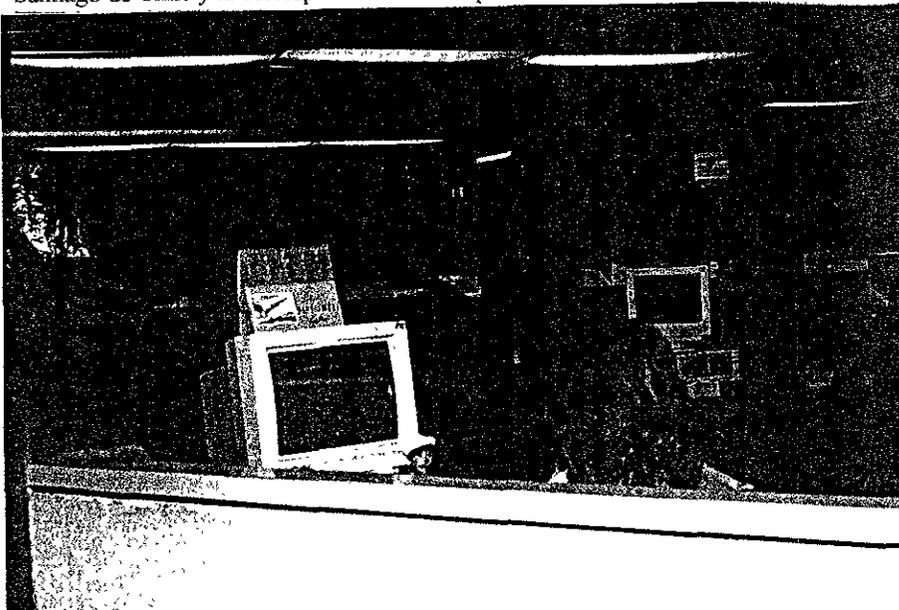
correspondientes y estructurar propuestas que mejoren los resultados obtenidos

ÁREA JURÍDICA: Esta a cargo de un director y depende directamente de la Dirección General, se encarga de todo lo relacionado a los contratos que se generan entre los suscriptores y la agencia, así como de los problemas que se presentan tanto en el sector laboral como el legal según vayan surgiendo. También se encarga de las licitaciones públicas, de la elaboración de contratos y cláusulas para el cumplimiento de los servicios, entre otros

3.5.2 FUNCIONAMIENTO

COORDINACIONES INTERNACIONALES:

La cobertura internacional de NOTIMEX se distribuye mediante cuatro coordinaciones. Cada una recibe información de sus corresponsales y la envía a NOTIMEX Central. La coordinación de Estados Unidos y Canadá tiene su sede en Washington, la correspondiente a América Central y el Caribe en San José de Costa Rica, la región de América del Sur desde Santiago de Chile y la correspondiente a Europa tiene su sede en Madrid.



Coordinación de Operaciones Internacionales

NOTIMEX cuenta con un grupo de profesionales en el área de Operaciones Internacionales encargados de transmitir y recibir información de todos los corresponsales y personal de apoyo a lo largo de 29 países en donde la agencia ha instalado sus corresponsalías

La agencia comenzó a tener presencia en el extranjero a partir de 1983. Pero fue a partir de 1989 cuando se comienza a cubrir la información generada de otras partes del mundo de manera directa, por lo que se manda nuevos corresponsales a diversas partes del mundo.

Cada una de las cuatro coordinaciones antes mencionadas tienen un trato directo con el departamento de Operaciones Internacionales que se encuentra ubicado en la sede matriz en la Ciudad de México. Dicho departamento trabaja las 24 horas del día, debido a las diferencias de horario que existen entre nuestro país y las sedes de las cuatro coordinaciones

Ahora bien, el departamento de Operaciones Internacionales se encuentra dividido para su funcionamiento en tres Subdirecciones: Subdirección de Información, Subdirección de Edición y Redacción, Subdirección de Operación y Asuntos Especiales. La primera se encarga de planificar el trabajo a mediano y largo plazo, es decir, jerarquiza la información proveniente de las cuatro coordinaciones, según la importancia que tengan las notas informativas. Posteriormente la Subdirección de Edición y Redacción se encarga de definir y unificar el estilo, corregir errores y cubrir las necesidades operativas de la mesa de redacción

Por último la Subdirección de Operación y Asuntos Especiales se encarga de cubrir las necesidades del área, es decir, transmite la información a los diversos suscriptores, dentro y fuera de México. Además de apoyar a las otras Subdirecciones y realizar trabajos especiales

Para que el trabajo en Operaciones Internacionales sea rápido y eficiente, cada jefe de Subdirección se especializa en una región que son: Norteamérica, Sudamérica, Centroamérica, Europa y México, pues es muy importante rescatar la información de la mesa nacional y lanzarla hacia el exterior, incorporando los servicios que van a Estados Unidos y a los países del resto de América

WASHINGTON, LA SEDE MÁS GRANDE DE NOTIMEX EN EL EXTERIOR.

Las noticias generadas en Estados Unidos han cobrado mucha importancia, debido a la comunidad de mexicanos que habita en esta nación y cada vez más va en aumento. Por ello, la información proveniente de la regional de Washington es la que mayor impacto tiene en la prensa nacional.

Actualmente la oficina cuenta con cuatro corresponsales, un jefe de información, una persona encargada de comercialización, una secretaria y un administrador

El funcionamiento es muy sencillo debido a su práctica cotidiana. El jefe de información organiza la cobertura del día en Washington y se encarga de recabar las previsiones informáticas de otras ciudades estadounidenses como Los Angeles, San Antonio, McAllen, Texas; Miami,

Nueva York, así como Montreal y Ottawa en Canadá.

A partir de dichas previsiones el jefe de información interviene para ver la forma en que se va a cubrir la información o la temática más importante en las diferentes plazas, atendiendo a las necesidades de los corresponsales.

Por otra parte, éste funge como intermediario a nivel operativo con la mesa internacional y la Dirección de Administración en México, además de estudiar proyectos para NOTIMEX, que consistan en el ofrecimiento de diversos servicios dentro del mercado estadounidense.

Se podría decir que la información en Washington es la cúpula de todas las coordinaciones ya que concentra mucha información. De ahí se rebota a México en un proceso automático que permite tener testigos de la información que se está manejando y realizar el seguimiento de ella.

La validez del proyecto de NOTIMEX para expandirse al extranjero quedó confirmada con el proceso de negociación del Tratado de Libre Comercio (TLC). Si NOTIMEX hubiera estado presente en todos los lugares donde tiene corresponsalías en el extranjero, la mayoría de los medios informativos mexicanos hubieran tenido que atenerse exclusivamente a la información difundida por las agencias internacionales de noticias

DATELINE: MÉXICO EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE.

Es un boletín semanal de ocho páginas que se distribuye entre un segmento específico de lectores estadounidenses. Dicho boletín es editado en inglés y contiene un enfoque sobre México en su ámbito financiero, político, económico, comercial, turístico, ambiental, agrícola, laboral y legal.

Se encuentra formado por personal bilingüe que redacta las notas en base al hilo nacional de la agencia, sus principales fuentes de información son: la prensa nacional y extranjera, revistas especializadas y boletines, principalmente publicaciones que tratan sobre la Bolsa Mexicana de Valores, Organismos Gubernamentales e Internacionales, Investigaciones y entrevistas.

Uno de los objetivos de Dateline México es dar al lector información oportuna y objetiva sobre México, para tenerlo al tanto de los cambios en el proceso de modernización, cuyos principales ejes son la apertura comercial y la inversión extranjera. Al mismo tiempo, dicha publicación especializada, busca un lenguaje claro y preciso, con información y análisis de fuentes gubernamentales y privadas que permitan al lector hacer su propio análisis.

El público lector está compuesto por inversionistas con intereses en México y aquéllos que podrían tenerlo, empresarios que quieren hacer negocios en México o establecerlos aquí, especialmente las empresas medianas y pequeñas, abogados que asesoran a inversionistas y empresarios, organismos interesados en el medio ambiente que quieren saber los esfuerzos que hace México para mejorar él mismo las posibilidades de inversión en este campo, Institutos de investigación y diplomáticos.

La labor periodística de quienes trabajan en la publicación comienza una vez que reciben

por vía modem la información que se genere para Dateline México, ya que tienen que verificar y elaborar los originales mecánicos, además de imprimir y llevar a cabo su distribución en Estados Unidos. Posteriormente el boletín se manda en forma directa a los suscriptores particulares y a diversas empresas. La publicación contiene un cupón de suscripción, que otorga un porcentaje de descuento y aparte, una carta con la descripción del contenido de la publicación.

Hasta el momento se tienen 60 suscriptores fijos, entre ellos Kodak, AT&T, Duracell y J.C. Penny. La lista de los clientes potenciales se renueva cada mes.

PRESENCIA DE NOTIMEX EN EL VIEJO CONTINENTE

París, Madrid, Roma, Londres: ciudades consideradas cuna de lo que llamamos civilización occidental, punto de referencia histórico cultural, ya no son realidades distantes o indirectas para la Agencia Mexicana de Noticias. NOTIMEX tiene varios años de presencia continua en Europa, con una red de corresponsales extendida en ocho capitales y centralizada en Madrid. Además de las ciudades antes mencionadas, la presencia de la agencia se hace sentir en Bruselas, Moscú, Praga y Bonn.

Europa es otra, siempre el vecino distante, con el que se comparte origen, cultura o lengua, pero del que se desconoce (mutuamente) realidades, desarrollo, expectativas y proyectos. No es, sin embargo, un espacio que, por ajeno o distinto, se pueda soslayar o postergar para una mejor ocasión., interpretando desde fuera, desde la óptica de las otras agencias que (salvo AP y UPI) los hechos que suceden en dicha región.

La labor de los corresponsales de NOTIMEX en Europa ha servido para un aprendizaje mutuo. Se aprende de este continente la complejidad de sus instituciones, los problemas de su integración, la contradicción ante la tentación del aislamiento y el deseo continuo de mirar más allá del Atlántico, y Europa, aprende algo de México en la esfera concreta que le corresponde. NOTIMEX poco a poco se ha ganado un espacio. Con su presencia en los eventos, la persecución de la noticia, la declaración de los elementos para el análisis, la entrevista y la pregunta puntual en las conferencias de prensa, con el paso del tiempo se ha traducido en el reconocimiento a una agencia de noticias, con sede en México que transmite la información mundial a un gran número de suscriptores dentro y fuera de sus fronteras.

Los corresponsales de este proyecto europeo combinan su juventud con una sólida experiencia laboral y profesional, que conocen a fondo sus temas y desarrollan más cada día. Combinan también la riqueza de sus orígenes (dos son colombianos, uno chileno, una española y otra checa y el resto mexicanos) al interpretar los hechos informativos. La labor de la coordinación regional en Madrid está ahora en una etapa de consolidación.

NOTIMEX EN CENTROAMÉRICA

NOTIMEX, inició una nueva etapa: la transición de una agencia que prestaba un servicio noticioso local y de carácter eminentemente oficial, a una agencia que ofreciera cobertura internacional, de esta manera por su profesionalismo, seriedad y la amplitud de sus fuentes de información, con la visión latinoamericana como su sello distintivo. Y para efectuar esa transición, se creo una estructura de corresponsales que diera cobertura a los hechos noticiosos de Estados Unidos, Centro y Sudamérica. Para ello se seleccionaron periodistas jóvenes, capaces y ambiciosos, dispuestos a enfrentar el reto de expansión de la agencia por diversas latitudes

Con la instalación de modernos equipos y la transmisión vía satélite de la señal de NOTIMEX, inicia la conquista de los mercados internacionales

Esta etapa fue de particular importancia para la agencia ya que logró captar medio centenar de suscriptores, incluyendo los principales diarios, revistas, radioemisoras y estaciones de televisión en la región. De esta manera NOTIMEX se convirtió en una fuente de información imprescindible para Centroamérica.

Actualmente la coordinación de Centroamérica cuenta con una mesa de edición en proceso de perfeccionamiento, que incluye un jefe de información y redacción y tres editores encargados de procesar 60 notas que, en promedio, generan diariamente doce corresponsales y cinco colaboradores ubicados en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

La nómina de corresponsales de la regional de Centroamérica, compuesta por una interesante mezcla de experiencia y juventud de periodistas locales y extranjeros, garantiza la cobertura de los distintos ángulos y puntos de vista en los hechos noticiosos

Puede afirmarse que ninguna agencia internacional tiene instalada en Centroamérica una estructura de corresponsales como la de NOTIMEX, lo que la convierte en el servicio informativo de mejor cobertura noticiosa, en cerrada pelea con ACAEFE (sede regional de Centroamérica)

Cada corresponsalía en Centroamérica está equipada por una PC para la transmisión de la información hacia San José, donde se procesa mediante una red computarizada y, posteriormente, se envía a la mesa internacional de México

En resumen, la regional de Centroamérica cuenta con personal altamente calificado de indudable calidad humana y profesional, así como una mesa de edición en proceso de perfeccionamiento, una estructura de comunicaciones consolidada y un espíritu de trabajo y disposición que permitirá darle al proyecto un nuevo impulso en la búsqueda de la excelencia

NOTA: QUEHACER COTIDIANO CON LA HABANA (PRENSA LATINA)

Desde muy temprano se inicia en Cuba la actividad periodística, cuando el periodista se dirige a la oficina y aprovecha para ir escuchando un noticiero de la radio y, de esta forma, tener una idea aproximada de como se va a presentar el día. Una vez que se ha llegado al despacho, lo primero que se hace es ver el hilo y revisar el periódico con el fin de profundizar en la información inicial.

Respecto a las fuentes informativas son dos básicamente: por un lado, Prensa Latina -que transmite información hacia el exterior- y, por otro lado la radio y la televisión -por necesidades de ahorro de energía, esta última empieza a trabajar a partir de las 18:00 horas-, el rotativo, las conferencias de prensa y las fuentes diplomáticas.

La vida en Cuba es difícil, pero no lo es tanto para la corresponsalía de una agencia mexicana ahí establecida. Diversos convenios con la agencia estatal cubana han facilitado este tipo de trabajo, tanto en funcionamiento de la oficina como en la estancia de los respectivos corresponsales.

Hay una cierta consideración hacia el trabajo que realiza NOTIMEX, ya que responde con apego a la cita de fuentes específicas, al manejo escrupuloso de la información y a la confirmación de los datos que se van a suministrar.

SEDES REGIONALES

NOTIMEX es la única agencia noticiosa de su tipo, ya que cuenta con cinco agencias regionales localizadas en diferentes puntos estratégicos de la República Mexicana, las cuales proporcionan información a los suscriptores de su zona de influencia y, al mismo tiempo a la oficina matriz ubicada en la Ciudad de México.

Como antecedente de este sistema noticioso, basta señalar que en la época de los ochenta, la descentralización de la vida nacional fue impulsada por el gobierno mexicano y, en ese contexto, NOTIMEX no fue la excepción.

La descentralización de la agencia consistió en crear cinco oficinas regionales como un instrumento para generar y distribuir la información.

Este proyecto de regionalización noticiosa estableció el reconocimiento de las diferentes culturas en el país, a la vez, acentuó la necesidad de buscar su unidad en la diversidad, es decir, las regiones no deben observarse como entes uniformes ni tampoco separados, sino como zonas que se entrelazan económicamente, social y políticamente. Entre otros factores, los valores nacionales, la estructura política, republicana y los sistemas de comunicación. En otras palabras, el plan de descentralización surgió con el propósito de que la información no se concentrara en

un solo hilo nacional

En el ámbito operativo periodístico cada oficina regional cuenta con un coordinador, un jefe de información, dos redactores, dos editores, dos reporteros y los corresponsales quienes envían por fax, telex o teléfono, información de su respectiva área de influencia a las mesas de redacción. El apoyo administrativo está integrado por una secretaria, un delegado administrativo y un intendente. El material informativo recibido, se transmite a los suscriptores regionales de radio como de televisión y prensa escrita, de diversas instituciones, a través de microondas y vía satélite, a excepción de Guadalajara, por razones técnicas

A la vez, dicho material llega a la mesa de corresponsales nacionales de la Ciudad de México, donde se analiza, reedita y se determina su envío a todo el país

LAS AGENCIAS REGIONALES INFORMATIVAS DE NOTIMEX EN EL TERRITORIO NACIONAL

REGIONAL NORESTE (MONTERREY)

La regional noreste con sede en Monterrey, está enlazada con la oficina de la agencia a través de un sistema de red de computo, con el cual se transmite la información que diariamente se capta de los corresponsales distribuidos en las diez ciudades más importantes de los estados de Nuevo León, Coahuila, Durango, San Luis Potosí y Tamaulipas

Mediante el mismo sistema se recibe el hilo nacional, así como los mensajes que pudieran enviar las diferentes secciones, principalmente la de los corresponsales nacionales o el departamento técnico; todo por línea privada

A ello se agrega el sistema "HOT-LINE", que permite una comunicación telefónica inmediata al levantar un auricular sin necesidad de marcar un número. A esto se suma un teléfono por el que se puede realizar y recibir llamadas a todas las extensiones de la agencia.

La modernización de la infraestructura tecnológica de la regional, emprendida por la actual administración, a permitido una optimización de recursos al reducir el costo telefónico y eliminar el viejo sistema de recepción por cable lo cual elevó la capacidad de transmisión de notas

La regional noreste capta un promedio de 40 notas al día de sus corresponsales en Monterrey, Reynosa, Matamoros, Nuevo Laredo, Tampico, Ciudad Victoria, Acuña, Piedras Negras, Monclova, Torreón, Saltillo, Durango, Gómez Palacio, Ciudad Valles y San Luis Potosí, de las cuales se procesan en promedio 25 notas al día. Las noticias generadas por la agencia se direccionan a los suscriptores de periódicos, radio y televisión de los cinco estados que se cubren

REGIONAL NOROESTE (HERMOSILLO)

Un logro muy importante de esta regional es haber impulsado un estilo informativo objetivo, concreto y noticioso. El estar buscando la noticia y evitar servir de instrumento a pasiones o conflictos interpersonales o institucionales. Andar en pos de la información exclusiva, la más completa, coherente y ante todo informar.

En un principio, el trabajo se realizaba con dos computadoras de baja capacidad, un fax, un telex, una impresora, dos teléfonos y un cuerpo de redacción poco capacitado, sin un estilo informativo definido.

En la segunda etapa se contó con tres computadoras, dos impresoras, el sistema "AZIMUT", líneas de comunicación directa con la Ciudad de México y eventualmente con las otras regionales y sobre todo un equipo humano cada vez más capacitado.

En etapas posteriores, se espera que la misma competencia con otras agencias y medios informativos, impulse a la perfección del trabajo a una mayor rapidez en la distribución del producto a una mayor calidad informativa, y a una mayor credibilidad para captar la preferencia de los usuarios, lo cual beneficiaría a todos.

REGIONAL CENTRO (GUADALAJARA)

En 1993 esta oficina estaba en el último lugar de productividad y la reducción desproporcionada del equipo de trabajo agravó el problema; un nuevo planteamiento y la reorganización de prioridades la ubicaron a media tabla, aunque aun es necesario un mayor esfuerzo.

REGIONAL SUR (OAXACA)

NOTIMEX ha crecido en esta zona de la República y la ha hecho para bien al lograr integrar informativamente con el resto del territorio nacional a seis de las entidades que eran consideradas de mayor aislamiento con en el centro del país y con el resto del mundo.

Las oficinas regionales de NOTIMEX son ahora la columna vertebral de la agencia, porque es a través de ella donde justamente se recogen las materias primas o información de primera mano que posteriormente es procesada en las computadoras para entregarlas formalmente a los suscriptores.

La regional sur tiene corresponsales en Acapulco, Chilpancingo, Iguala, Cuernavaca,

Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Orizaba y Coatzacoalcos De igual manera a los redactores, editores y personal administrativos la regional que hace posible el funcionamiento de las oficinas, cuyos trabajos se reflejan en la oportunidad con que la empresa informa objetivamente.

REGIONAL SURESTE (MÉRIDA)

En la oficina regional sudeste se ha logrado tener mayor presencia en los medios de comunicación regionales y los de circulación nacional, debido principalmente al enriquecimiento de la infraestructura informativa y al trabajo intenso de los corresponsales de la zona

Además, aunada a esta infraestructura, el manejo de la información se ha vuelto más arduo, tanto en su recopilación como en su edición, por ejemplo, la oficina cuenta con dos líneas de lada, para que los corresponsales tengan una fácil comunicación y envíen información por ese medio, cuando la noticia así lo demanda

En Mérida la mayoría de los corresponsales han evolucionado profesionalmente en NOTIMEX, pues después de llegar con un conocimiento básico en el quehacer periodístico, han logrado alcanzar grandes niveles e, incluso, en algunas ocasiones, han optado por otras fuentes de empleo en la búsqueda de nuevas experiencias

COMERCIALIZACIÓN DE LOS HILOS

Un programa permanente de atención a clientes que fortalezca el contacto con los mismos y detecte sus necesidades, es la línea por la que se ha conducido la dirección comercial de la Agencia Mexicana de Noticias. Al mismo tiempo, se realiza una campaña promocional que permita captar a un mayor número de medios, instituciones o empresas, interesados en recibir los hilos de esta empresa. Para persuadir al cliente potencial de NOTIMEX, los vendedores les muestran las ventajas que su medio de comunicación puede obtener al contar con cualquiera de los medios informativos de la agencia, al mismo tiempo se les proporciona información acerca de los éstos. Además, se les ofrecen los avances tecnológicos de los servicios con que contarían al recibir la información y se les hace saber que las noticias que llegan a los suscriptores son cubiertas por una amplia red de reporteros y corresponsales distribuidos en las principales ciudades de México y del mundo

SERVICIOS DE NOTIMEX

- HILONAL SERVICIO INFORMATIVO NACIONAL.
- HILOLAT SERVICIO INFORMATIVO LATINOAMERICANO
- HILONOR SERVICIO INFORMATIVO NORTEAMERICANO
- SIC SERVICIO INMEDIATO DE COMUNICADOS
- NOTITEL NOTICIAS POR TELÉFONO
- DATE LINE MÉXICO BOLETÍN EN INGLÉS PARA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

SERVICIO NACIONAL (HILONAL)

Este servicio ofrece a los suscriptores información veraz los 365 días del año, las 24 horas de día; el equipo de recepción "como dato", el programa Azimut (poderoso software que clasifica la información dependiendo de la fuente), sin costo alguno el SIC (Sistema Inmediato de Comunicados) que es un servicio moderno que transmite fielmente y sin matices, comunicados y disposiciones lo mismo de organismos públicos, privados y del sector social del país, que de diversos medios de comunicación y otras instituciones. Además, la agencia cuenta con el área de soporte técnico, que de manera permanente da atención al cliente.

Respecto a la instalación del servicio, en el caso de recepción satelital, el cliente deberá contar con una microestación terrena, antena parabólica amplificador de bajo ritmo, controlador de comunicación con cuatro puertos y una computadora personal de cuarenta MBS en disco duro; para recepción vía cablegráfica, una línea privada de punta a punta con equipo teleimpresor, para vía FM se requiere el mismo equipo que para la recepción vía satélite.

Actualmente este servicio tiene 315 suscriptores, entre medios impresos, televisoras, radiodifusoras y agencias de noticias, tanto en el distrito federal como en el resto de la República Mexicana, la mayoría de los cuales reciben por satélite y el resto vía FM o cablegráficamente.

HILOLAT E HILONOR

Ambos son servicios de información elaborados por periodistas latinoamericanos que, al igual que el anterior, funcionan las 24 horas del día, los 365 días del año. Se realizan pensando en satisfacer las demandas informativas de los diversos medios de Centroamérica y la Unión Americana respectivamente, y se nutren de la información que recaban los corresponsales de

cada una de las regiones, así como una selección de las principales notas internacionales

Estos servicios manejan un promedio de 200 notas diarias, entre las que destacan artículos de opinión, reportajes, semblanzas, resúmenes de política, cultura, deportes, espectáculos, economía y finanzas, vistos siempre desde una óptica latinoamericana

Los requisitos de instalación para cualquiera de estos servicios son: una antena parabólica receptora de satélite, un amplificador de bajo ruido, un controlador de comunicación con cuatro puertas y una impresora compatible con el sistema o computadora.

El HILOLAT cuenta actualmente con 37 suscriptores que reciben el servicio vía satélite, distribuidos en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador

El HILONOR por su parte, cuenta con 54 suscriptores que se encuentran a todo lo largo y ancho de los Estados Unidos

En la búsqueda constante de la modernidad y actualización para mantener como la primera agencia de noticias de los medios hispanos a lo largo del Continente Americano, NOTIMEX ha logrado consolidar una infraestructura acorde a las expectativas que exigen estos tiempos

SIC

El SIC representa una transmisión fiel y sin matices de comunicados y disposiciones de organismos públicos, privados y del sector social del país a diversos medios y otros suscriptores en el territorio nacional

Este sistema les ofrece actualmente a 15 instituciones emisoras el derecho de transmitir una cuota diaria de información y la garantía de llegar a un amplio universo de destinatarios, en el entendido de que el contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de los organismos que la generan

En cuanto a los medios receptores, se les brinda la misma oportunidad e igualdad de condiciones para recibirla en su propia redacción en el momento mismo y desde el lugar donde se originó, lo que les permite multiplicar sus fuentes y enriquecer el flujo informativo

La transmisión se llega a cabo de una red conmutada. En primera instancia, el emisor envía por computadora un número determinado de cuartillas mensuales a una central maestra de cómputo instalada en NOTIMEX -la cual sirve como enlace- para distribuirse de manera inmediata vía satélite a los usuarios de este servicio, mismo que es monitoreado por personal responsable y capacitado de la agencia, con el propósito de garantizar la calidad y oportunidad en el funcionamiento del sistema, ya que el proceso de retransmisión de información es automático

Los emisores desde su domicilio ocupan una computadora personal, un software para

transmitir y un módem de 1260 PPS vía telefónica. Por su parte la agencia, tiene colocadas en su fuente de cómputo dos líneas telefónicas con módem para la recepción de los transmisores del SIC, cuyos servicios retransmiten automáticamente a las instalaciones de Telecomunicaciones de México (COMTEL), desde donde se envía la señal al satélite SOLIDARIDAD y, posteriormente, quienes reciben el SIC (124 suscriptores), tanto prensa escrita, como radio y televisión en toda la República Mexicana, entre los cuales se encuentra Televisa, Televisa San Angel, Partido Revolucionario Institucional, El Herald de México y el Instituto Mexicano de la Radio, cuentan con una microestación receptora de satélite, una computadora personal con impresora, y un software especial de "AZIMUT", el cual permite clasificar el servicio informativo de NOTIMEX en sus diferentes categorías (un casillero para cada emisor).

Los costos del SIC, varían de acuerdo al número de cuartillas enviadas mensualmente a los suscriptores. tarifa "A" (120 cuartillas), tarifa "B" (50 cuartillas) y tarifa "C" (20 cuartillas).

Asimismo, cada vez que ingresan al SIC, NOTIMEX les brinda como atención especial, equipo PC de accesorios para la transmisión de comunicados entre los quince días posteriores a su aportación, así como capacitación para el personal que manejará el equipo que transmitirá la información, dentro del mismo periodo, el uso del sistema durante un mes sin costo alguno.

SERVICIO DE RADIO Y TELEVISIÓN

Originalmente NOTIMEX fue pensada como una agencia multimedia, lo cual por esa época era novedoso, la mayoría de las agencias estaban dirigidas hacia lo que es la prensa, entonces la agencia NOTIMEX tuvo una estación de radio de onda corta y contaba con un equipo de cine (que en aquella época se hacia cine para televisión) que tuvo varios noticieros para la televisión y específicamente eran para el canal 5

En esos momentos sucedieron dos fenómenos paralelos. uno que los medios electrónicos, especialmente la televisión, crearon su propia infraestructura (los diarios Novedades y Excelsior fueron los primeros noticieros por televisión, después les quitaron estos nombres, porque Televisa, específicamente, ya no quiso tener noticieros periodísticos y creó su propia dirección de información De ahí el surgimiento de Miguel Alemán y Jacobo Zabludowsky). Entonces los medios electrónicos adquirieron su propia infraestructura y NOTIMEX se vio reducido en recursos económicos, técnicos y humanos. Decidió reducir las áreas de Radio y Televisión, y proyectar más presupuesto al sector de prensa

Debido a lo anterior la actual administración encontró que el área de Radio y Televisión prestaba servicios de audio y vídeo a las dependencias gubernamentales, pero que ya no tenían acceso a los medios electrónicos de comunicación. Por ello buscaron nuevas alternativas para ofrecer dichos servicios.

En el área de Radio se cuenta con dos servicios básicos el primero, que nunca se ha

interrumpido, en el cual NOTIMEX también es pionero, que se denomina NOTITEL, que en palabras del director del área Rafael Bracamontes Cosío, fue creado con la finalidad de ser el conducto para informar a la comunidad de los hechos más relevantes del acontecer nacional e internacional.

Las características de NOTITEL son noticias por teléfono con nivel técnico de grabación e información clasificada de acuerdo al interés del usuario

NOTITEL cuenta con cinco bloques noticiosos a elección del usuario: Resumen General, El país, Panorama Internacional, Deportes, Arte y Espectáculos.

Cada dos horas NOTITEL se renueva con la información más importante del momento, gracias a que se nutre de todas las fuentes por las que está soportada la agencia, como es la amplia red de reporteros y corresponsales ubicados en puntos estratégicos, América Latina, Estados Unidos, Europa y Asia. En NOTITEL se mezclan tres actividades: redacción, producción y locución. En cada una, la rapidez, atención y entusiasmo son fundamentales.

El otro servicio se denomina NOTAS POR VOZ, en este servicio los corresponsales nacionales e internacionales envían aquellas notas que ellos consideran son relevantes para México. Estas notas tienen el servicio adicional de audio generado por la persona o elementos de la nota original, esto es para darle valor a las noticias en la radio

Los suscriptores de radio tienen el servicio de información por escrito, por lo que a éstos no les sirve la lectura de la misma nota. El trabajo consiste en darle al cliente el audio original de la nota para que los radiodifusores lo puedan utilizar; por ejemplo: "Clinton, presidente de los Estados Unidos anunció ayer que sentía que se hubiera hecho la operación 'Casa Blanca' sin haberle avisado al gobierno de México"; entonces el área de radio tiene que ponerle éste al servicio, aunque sea como fondo las palabras del presidente Clinton (aunque el corresponsal esté informando lo que él dijo), de manera que las personas que reciban este servicio tengan el valor agregado que implica la voz original.

Este servicio se le brinda por ahora en el Distrito Federal a cuatro grupos radiofónicos. En el interior de la República se tienen 37 suscriptores.

TELEVISIÓN

Este servicio exclusivamente se brinda a las dependencias del gobierno, consta de levantamiento de imágenes para que éstos elaboren sus cortes de prensa, sus programas. Muchas veces las utilizan tanto en tiempos oficiales, como lo entregan en estaciones de televisión de provincia que no cuentan camarógrafos que cubran esos eventos

Actualmente en forma casi experimental se le está proporcionando notas culturales al canal

22 con el propósito de crear una infraestructura tecnológica y humana en NOTIMEX para estar en posibilidades de transmitir el servicio de televisión en tiempo real y en calidad de transmisión

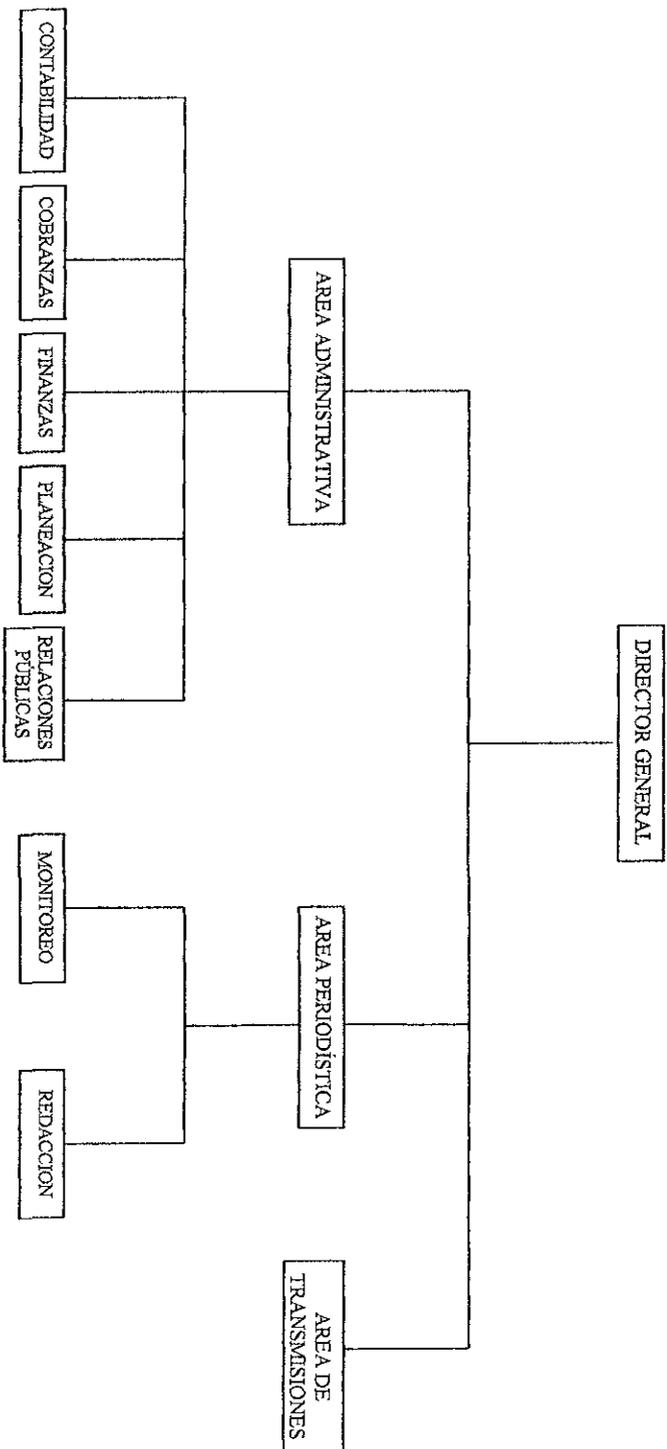
3.6 AGENCIA DE RADIO Y TELEVISIÓN (ARTSA)

Esta agencia que se denomina Agencia Informativa de Radio y Televisión, fue creada hace una década. Sigue el modelo o esquema de trabajo de cualquier agencia informativa, que consiste en mantener un hilo de información hacia el cliente o suscriptor. Manejando únicamente información de tipo político y económico.



3 6 1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La agencia se encuentra organizada de la siguiente manera:



DIRECTOR GENERAL Las actividades del Director General son coordinar los esfuerzos con los diferentes equipos de trabajo (coordinadores de monitoreo, transmisión, redacción y administración). En épocas de crisis como las que estamos viviendo supervisa todas las actividades desde el inicio hasta el cierre de la edición

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN: Depende del director general. De ella se hace cargo un coordinador, él será el que ejecute y supervise en forma directa la actuación de todos y cada uno de los miembros de su área, la cual se integra de la siguiente manera:

CONTABILIDAD Registra e informa convenientemente las operaciones económico-financieras de la agencia

COBRANZAS. Esta se encarga de hacer efectivos los cobros a los servicios que suministra la agencia a sus suscriptores

FINANZAS: Es la que se encarga de proporcionar los recursos materiales para el movimiento de la agencia.

PLANEACIÓN: Aquí se ejecutan los programas e innovaciones que requiere un proceso donde se involucra la investigación, planes, creatividad y raciocinio para el buen funcionamiento de la agencia

RELACIONES PÚBLICAS: Es la que se encarga de buscar posibles clientes a contratar, periódicamente envía cartas de presentación y proyectos de trabajo

ÁREA PERIODÍSTICA: Este es el soporte vital de la agencia, ya que aquí se elaboran los productos que la agencia ofrece a sus suscriptores, y se integra de la siguiente forma:

MONITOREO: Aquí se monitorean las 24 horas del día, los noticieros que causan opinión tanto del radio como de televisión. Los monitoristas transcriben las noticias que interesan a los clientes. Dicha información una vez capturada pasa a transmisiones y de ahí a los suscriptores.

REDACCIÓN. Aquí se selecciona la información de los diversos diarios que se publican cotidianamente en toda la república mexicana, y al igual que en monitoreo, las notas pasan al área de transmisiones y de ahí al suscriptor.

ÁREA DE TRANSMISIONES Su función consiste en recibir la información que entregan las áreas de monitoreo y redacción para a su vez transmitirla por tres vías. la primera es el fax, la segunda es el modem y la tercera el buzón electrónico.

Todas las áreas cuentan con un coordinador, en esta empresa los coordinadores y el director general son los que toman las decisiones laborales.

3.6.2 FUNCIONAMIENTO

Para Edgar Hernández, director general de la agencia, una empresa como la suya debe trabajar “a un ritmo constante”. Ello se ve reflejado desde su punto de vista, en los resúmenes y recortes periodísticos que a diario son proporcionados por la agencia a sus múltiples clientes. Para ello es necesario tener un staff de investigadores que no solamente se aboquen a transcribir la información sino también a analizar cuidadosamente el contenido de la misma y así ofrecer un servicio periodístico, lo más completo posible, al cliente o suscriptor.

Las labores periodísticas de la agencia inician en el área de monitoreo donde grupos de tres personas, divididos en tres turnos, monitorean las 24 horas del día los principales diarios de radio y televisión, entre estos están:

RADIO	CONDUCTOR	HORARIO
PARA EMPEZAR	PEDRO FERRIZ DE CON	07:30 A 10.00 hrs.
MONITOR	JOSE GUTIERREZ VIVO	06:00 A 10:00 hrs.
TELEVISIÓN	CONDUCTOR	HORARIO
HECHOS	JAVIER ALATORRE	22.30 A 23 30 hrs
NOTICIARIO	GUILLERMO ORTEGA RUIZ	22:30 A 23:30 hrs.

Edgar Hernández explicó en qué consiste el servicio al cliente “Los monitoreos de radio y televisión consiste en grabar en audio y video las notas más importantes sobre lo que requiere el suscriptor: lo grabado se transcribe y se transmite al cliente. Asimismo la agencia conserva una copia del material entregado por un lapso de 30 días, ello con el fin evitar alguna reclamación o para protección misma de los clientes.

Para realizar los monitoreos, en el aspecto técnico se requiere de un monitor (que es una televisión), una radiograbadora para audiocassette, una videograbadora, cintas audífonos, máquinas desmagnetizadoras para estar borrando y grabando, así como máquinas de escribir que se utilizan para reproducir todas las versiones



Equipo de trabajo de los monitoristas formado por videocarabadora, radiograbadora, televisión audifonos y cassettes

El monitorista debe tener una educación especial que le permita oír y mirar con atención e ir grabando y sacando el texto para transmitirlo posteriormente al cliente Hay que tomar en cuenta que el monitoreo es desgastante, físicamente hablando, por lo mismo es difícil contar con un empleado, colaborador o periodista que esté permanentemente dedicado al monitoreo, ya que la red de televisión y la radio te embotan Hay que imaginar lo que sucede con el personal que tiene que cubrir 7 horas Si bien es importante que esta actividad afina los sentidos, la labor provoca un desgaste físico-emocional, por eso es necesario que se estén rotando frecuentemente monitoristas en diferentes turnos”

ELABORACIÓN DE LA SÍNTESIS

Con relación a esta labor periodística Edgar Hernández explicó: “consiste en una compilación de lo que publican los 18 diarios y revista de mayor circulación en el país, de éstos

se elabora una síntesis ejecutiva que después de transmite al suscriptor vía módem teniendo la posibilidad de obtener la información al instante.

La síntesis nacional se realiza desde muy temprano, cuando los periódicos salen de las rotativas. Así se está al tanto en la mesa de redacción para a través de un equipo de redactores y lectores, elaborar un trabajo de carácter informativo.

Inmediatamente se realiza, mediante un sencillo formato una carpeta de información. Esta consta de un logotipo que identifica a la empresa y de ahí se hace una sistematización partiendo de la consideración de cómo puede mantenerse al cliente informado de una manera piramidal.

Para ello las notas se transmiten en forma de la pirámide invertida dándole las cabezas más importantes, que son los titulares de ocho columnas de los diarios, a las notas más sobresalientes.

Posteriormente se introducen las primeras planas, de estas se seleccionan unas 10 ó 12 aproximadamente referente a los temas más importantes que se está dando en el país. Las primeras planas se escogen a partir de la constancia que se da, es decir, normalmente de en la prensa nacional se observa que se dedica la mayor parte de sus primeras planas a la información de carácter nacional, salvo algún desastre o nota relevante de corte internacional o deportiva. Si esta es la consigna que presentan los medios de comunicación, la agencia la sigue.

Después se pasa a los terrenos de los géneros de opinión: columnas, artículos y editoriales, donde se retoma a los hacedores de opinión que aparecen en los medios impresos de mayor circulación como La Jornada, El Universal, El Financiero entre otros que son los que tienen mayor presencia en el ámbito político y se concluye con un panorama de carácter financiero, para rematar con la caricatura.

La misma presión del trabajo incita a los periodistas a laborar intensamente porque después de las 7:00 a.m. los suscriptores comienzan a hablar para solicitar el servicio y a ellos no se les puede decir que no, ya que se corre el riesgo de que se cancele el servicio. En pocas palabras las horas que laboran los miembros de la agencia son tres (de 04:00 a 07:00 A.M.), pero se trabajan rápidas y bien realizadas.

En opinión del Lic. Edgar Hernández, director de ARTSA, el perfil que debe reunir un prospecto a trabajar en una agencia como la suya, no radica tanto en la experiencia o en la presentación de un título, pero si se requiere que tenga las nociones del periodismo y comunicación social, y que esté dispuesto a aceptar el entrenamiento, las reglas del juego o las condiciones que se tienen en esta empresa: levantarse temprano, realizar el trabajo contra reloj y estar atendiendo al enlace más importante que es el cliente.

Hay que hacer notar que este servicio no es para la población en general, es necesario destacar que el producto es estrictamente especializado, que solamente lo puede utilizar alguien que tenga una función pública o de liderazgo en la iniciativa privada, la agencia lo que trata es de ahorrarle tiempo al cliente al darles una síntesis y panoramas informativos de rápida y fácil lectura, por lo que este servicio se encuentra enfocado hacia núcleos cerrados.

ANÁLISIS DE CONTENIDO

Otro aspecto que realiza la agencia es el análisis de contenido, el cual se realiza recopilando las notas del tema sujeto a interés en una primera instancia se sacan las notas positivas, negativas y neutrales, a partir de ahí se formulan hipótesis; y en las conclusiones se da un marco de consideración, de reflexión o de sugerencia al cliente.

COSTOS

El costo del servicio varía entre los 3000 y 15000 pesos, dependiendo del servicio y el caudal de información que se solicite, debido a que el costo de las llamadas telefónicas, el aspecto fiscal, los impuestos, el costo del mantenimiento de computadoras, mobiliario, el desgaste del equipo humano entre otros, se tienen que cubrir pase lo que pase.

Los planes a futuro de esta microempresa son convertirse en un canal de transmisión caliente, ello quiere decir pasar del medio impreso hacia lo que es la radio, porque ésta ya cuenta con sus canales de expresión y sus cables de noticias totalmente integrados. Lo que desea la agencia es entrar al campo de comunicación radial por paquete, es decir, entregar información al interior del país, a las comunidades que tienen menos caudal de información y que por lo tanto tienen menos desarrollo y están en la marginación, por lo que la agencia desea vender el servicio a municipios a precios accesibles. También se desea ofrecer éste a las radiodifusoras locales de provincia, tomando en cuenta que existen 1300 de estas en el país y se desea ingresar a esos canales ya que resulta paradójicamente que tan sólo en el Distrito Federal y área conurbada se cuenta con docenas de noticieros y curiosamente más allá de estos lugares la gente está totalmente desinformada, de ahí que la empresa desee participar en estas comunidades, siendo una empresa con carácter social.

4. PROPUESTA PARA EL FUNCIONAMIENTO DE UNA AGENCIA INFORMATIVA

En este trabajo no se pondrá en análisis la pregunta de que si las agencias informativas manipulan o no, o si la noticia es un objeto mercantil, sometida a las leyes de la oferta y la demanda, o si el exceso de información en la sociedad finalmente conduce a la desinformación. Por ello, es conveniente aclarar el objetivo de la investigación que es: conocer la organización y el trabajo periodístico de una agencia informativa.

La propuesta que a continuación se expone encuentra su fundamento en la información recabada durante las visitas realizadas a las diversas agencias informativas, contempladas en esta investigación. Esto es, que después de recoger los puntos de vista de directores y reporteros de dichas empresas, se encontraron pequeñas deficiencias que de alguna manera impiden en un momento dado, la realización de un adecuado trabajo periodístico, lo cual se ve reflejado en la presentación final del servicio ofrecido a los clientes.

Por ejemplo en cinco de las empresas visitadas se notó la total ausencia de un organigrama que permitiera conocer todas aquellas áreas o departamentos que participan en la producción y comercialización del producto final, que en este caso son las noticias. Asimismo, dicha situación ocasiona una falta de organización cuando se asignan las tareas a realizar por las personas que laboran en este tipo de empresas sobre todo en el área periodística. Donde muchas veces un solo reportero se encarga de cumplir o realizar diversas actividades, dificultando con ello el eficaz cumplimiento de su labor.

Debido a lo anterior presentamos la siguiente propuesta que serviría, en un momento dado, para corregir las deficiencias anteriormente expuestas y hacer de estas empresas fuentes confiables de información y donde el periodista sea considerado un elemento primordial en el funcionamiento de esas empresas de la comunicación.

Cabe señalar que existen diferentes tipos de manuales, por eso resulta primordial definir el tipo del nuestro. Muchas personas asocian a éstos, como el conjunto de reglas y pasos para manipular un aparato o realizar cierta actividad. La más sencilla es la que nos proporciona el diccionario "Pequeño Larousse" que literalmente nos dice: Manual: "libro que contiene abreviados las nociones de un arte o ciencia".

Lourdes Munch Galindo en su libro "Fundamentos de Administración", define a los manuales como los documentos que contienen en forma ordenada y sistemática información acerca de la organización de la empresa. De acuerdo con su contenido pueden ser

- a) de políticas
- b) de contenido múltiple
- c) de técnicas
- d) de puestos
- e) departamentales

- f) de bienvenida
- g) de organización
- h) de procedimientos

Son de gran utilidad ya que:

- uniforman y controlan el cumplimiento de las funciones de la empresa
- delimitan actividades, responsabilidades y funciones
- aumentan la eficiencia de los empleados, ya que indican lo que se debe hacer y cómo se debe hacer
- son una fuente de información, pues muestran la organización de las empresas
- ayudan a la coordinación y evitan la duplicidad y las fugas de responsabilidad
- son una base para el mejoramiento de sistemas
- reducen costos al incrementar la eficiencia

Si consideramos el aspecto legal, el cual se encuentra manifestado en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, que en su artículo XIX, define a los manuales como: “los documentos que contienen información sobre la estructura orgánica de la dependencia, las funciones de sus unidades administrativas, así como los sistemas de comunicación, coordinación y los principales procedimientos administrativos que se establezcan ”

Ya con las definiciones y tipos de manuales que existen, podemos señalar que el nuestro está dentro de la categoría de “manual de organización”, que Munch, define a éste como: los documentos que explican los detalles más importantes de la organización. Generalmente incluye:

- ❖ Finalidad de cada elemento de la organización
- ❖ Declaración de sus funciones

Contiene:

- Nombres de áreas o departamentos y puestos
- Funciones
- Descripción de puestos
- Descripción de actividades

Por otra parte Joaquín Tena Millán, en su libro “Organización de la Empresa” menciona que los “manuales de organización” son: los documentos que describen de manera formal y explícita el funcionamiento de una organización. Reune los instrumentos de organización de una empresa

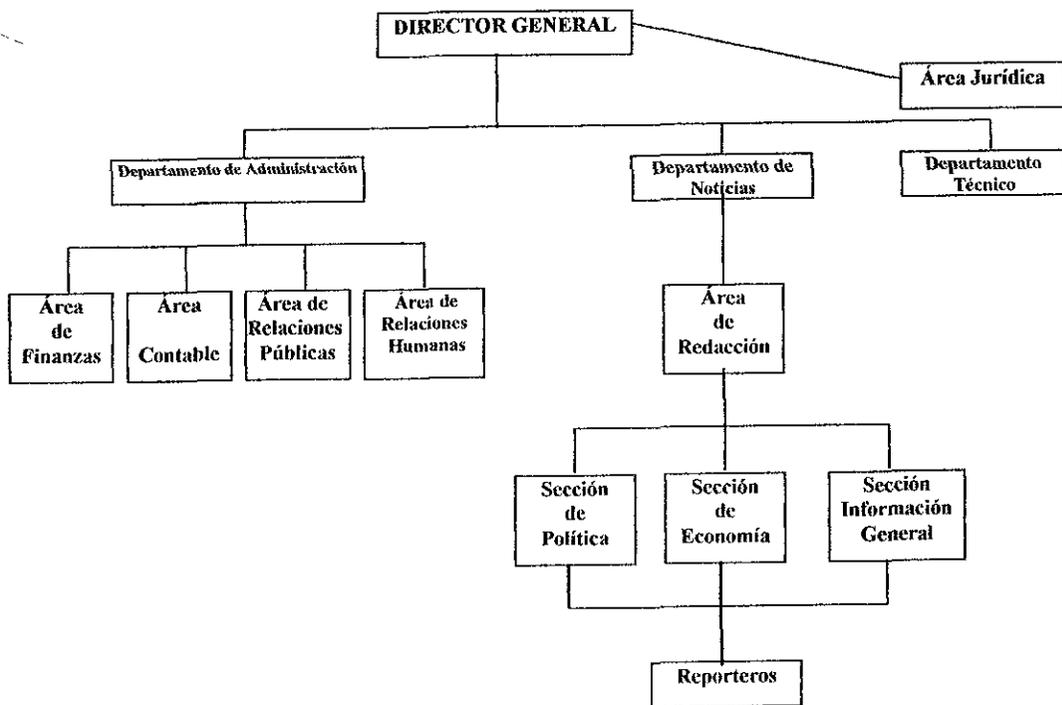
Por lo que el manual deberá contener habitualmente

- Las descripciones de los puestos y funciones de trabajo
- El organigrama
- Las normas y procedimientos

Considerando los antecedentes, en relación a la organización y desarrollo de las agencias de noticias y en base a las entrevistas reseñadas en el capítulo anterior, se pudo advertir que las seis agencias informativas visitadas operan con los recursos materiales, humanos y técnicos suficientes para brindar un servicio óptimo a sus clientes; éstas manejan diferentes servicios que les reditúa un mayor número de suscriptores

Las experiencias recogidas en las diversas agencias de información, nos permite aseverar que una empresa de esta índole puede funcionar con tres departamentos básicos y sus áreas respectivas que se visualizan gráficamente de la siguiente manera

4.1 ESTRUCTURA DE LA AGENCIA



De acuerdo con los elementos proporcionados por Munch Galindo y Tena Millán referentes a los manuales de organización, esta empresa se encuentra organizada de la siguiente manera:

- **DIRECTOR GENERAL:** Este debe representar el primer nivel jerárquico y sus principales objetivos serían
 - a) Dar a la institución su estructura formal. En esta función recae la responsabilidad de asignar al resto de los individuos las demás funciones
 - b) Fijar y evaluar los objetivos institucionales.
 - c) Fijar y evaluar políticas de planeación de las actividades a realizar y de los métodos a emplear para su realización efectiva.
 - d) Tomar las decisiones más relevantes en el funcionamiento de la empresa

Mantener un estrecho contacto con los demás departamentos básicos que son el de administración, noticias y técnico Asimismo podrá dar un “barrido” a la información generada por los servicios informativos de la agencia, ello con el fin de que ésta pueda tener bien informados a los receptores que contratarán su servicio

Evaluar periódicamente los servicios que presta la agencia para conocer donde existen deficiencias y solucionarlas, y así mantener la eficacia de éste.

- **DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN:** Dependerá directamente del Director General, y será el que ejecute y supervise en forma directa la actuación de todos y cada uno de los miembros de este departamento. Dicha sección administrativa debe estar constituida por las áreas de finanzas, contabilidad, relaciones públicas y relaciones humanas

Cada una de éstas contará con un jefe, el cual rendirá informes acerca del funcionamiento de cada una, así como de programas reuniones con el coordinador de administración para afinar detalles y corregir los errores que surjan.

ÁREA DE FINANZAS: Aquí se cubrirá el aspecto económico de la agencia Esta se encargará de proveer todos los fondos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, y tratará de manejar los gastos en forma adecuada (adquisiciones, impuestos entre otros) además de hacer efectivos los cobros de los diversos servicios a los suscriptores

ÁREA DE CONTABILIDAD: En ésta, se registrarán adecuadamente los costos y las operaciones económico-financieras de la agencia

ÁREA DE RELACIONES PÚBLICAS: Esta dará a conocer y tratará de preservar la buena imagen de la institución, ante proveedores, clientes y público en general

ÁREA DE RELACIONES HUMANAS: Su fin sería realizar la selección, entrenamiento y capacitación del personal, además de mantener un trato cordial con los empleados que laboran en la empresa

- **DEPARTAMENTO DE NOTICIAS:** Este debe de ser el departamento sustancial que permita el sostenimiento de la agencia. Debe enlazar esfuerzos con el Director General para marcar las actividades informativas y actualizar la situación periodística de la agencia en cuanto a las novedades de los demás órganos informativos. Asimismo, supervisarán el trabajo del jefe de área de redacción, del equipo de redactores y de los reporteros y distribuirá las actividades de las temáticas a cubrir por los periodistas. El área de redacción se dividirá en: sección de política, economía e información general, temáticas que saldrán a cubrir el equipo de reporteros. Éstas serán las especialidades que desempeñará la agencia

ÁREA DE REDACCIÓN Estará a cargo de un jefe y tres redactores (un redactor por cada división: política, economía e información general), quienes tendrán la labor de corregir, revisar, pulir, editar y seleccionar las notas que elaboren los reporteros. El encargado de esta área debe ser el punto de enlace entre el coordinador de noticias y los redactores.

El trabajo de los redactores consiste en seleccionar todas las notas elaboradas por los reporteros, sintetizarlas y redactarlas para su rápida transmisión

SECCIÓN POLÍTICA: Esta sección se encargará de recolectar toda la información del ámbito político del país

SECCIÓN DE ECONOMÍA: Esta sección se dedicará a recabar toda la información del aspecto económico del país.

SECCIÓN DE INFORMACIÓN GENERAL: Se ocupará de recaudar toda la información del ámbito general: social, cultural, deportes, entre otros.

REPORTEROS: Éstos deben ser los recolectores del producto que se ofrecerá a los clientes, en este caso son las noticias.

- **DEPARTAMENTO TÉCNICO:** Este departamento debe mantener una estrecha relación con el Director General para fijar las vías de transmisión y hacer eficiente el servicio, así como de surtir los aditamentos necesarios a los reporteros (computadoras portátiles, grabadoras, entre otros accesorios), para que éstos puedan cumplir cabalmente con su trabajo.

El departamento tendrá un encargado que contará con el apoyo de dos auxiliares. Ellos tienen el compromiso de actualizar constantemente el equipo de cómputo de la agencia, su instalación, mantenimiento y reparación del mismo, además, son los encargados de instalar, mantener y reparar los accesorios que se le dan al suscriptor para la recepción del servicio

- **ÁREA JURÍDICA:** Ésta se encargará de la defensa de los intereses patrimoniales de la empresa aprovechando para ello el ordenamiento jurídico existente. Actividad que desempeñará un abogado y un auxiliar, los cuales mantendrán estrecha comunicación con el Director General para estar al tanto de las situaciones legales por las que atraviesa la agencia.

Con estos departamentos y áreas, más un equipo humano competente se puede echar andar una agencia de noticias capaz de brindar un servicio eficiente.

En el presente trabajo se proponen las características de los elementos necesarios para el óptimo funcionamiento de una empresa de esta naturaleza.

4.2 EL ELEMENTO HUMANO

Una empresa de comunicación finca sus cimientos en las cualidades profesionales de todos los elementos que se distribuyen en los diferentes departamentos y áreas que la configuran. Con la coordinación de los responsables de cada área y la *entusiasta participación de los elementos* que integran la empresa se verán reflejados en beneficios inmediatos o a mediano plazo. Empezando por el Director General quien debe ser un profesional del periodismo.

COORDINADOR DE ADMINISTRACIÓN: Debera ser un licenciado en Administración. Su función consiste en proporcionar la infraestructura necesaria a los empleados de la agencia, para de esta forma lograr que el trabajo periodístico sea de la mejor calidad posible, es decir, el contenido se complementará con la forma. Así mismo tiene que convencer a los trabajadores de que los resultados que se obtengan de su labor informativa repercutirán de forma positiva en el crecimiento de la empresa.

COORDINADOR DE NOTICIAS: Debe ser un profesional de la Comunicación. Este elemento debe tener un amplio dominio del ámbito periodístico del manejo del idioma español, un pleno manejo de la computación aplicada a la comunicación, debe lograr la óptima comunicación entre reporteros y redactores pues éstos son los responsables directos de suministrar las noticias al suscriptor.

JEFE DE REDACCIÓN: Principal característica un profesionalista del Periodismo y la Comunicación. El jefe de redacción debe mostrar liderazgo entre sus compañeros, principalmente en momentos difíciles cuando la presión acumulada empieza a reflejarse en los redactores. Esto normalmente, se visualiza en errores de dedo en las notas, ideas cortadas en los párrafos e incluso errores garrafales en algunos datos. Un buen jefe de redacción tendrá que controlar el momento con breves palabras que incentiven al redactor o la llamada de atención oportuna que no aumente la tensión sino que sirva para aclarar las ideas y volver a la concentración en el trabajo. Su habilidad para lograr una activa comunicación entre el coordinador de noticias y los redactores repercutirá positivamente en la calidad del trabajo logrado.

REDACTORES: Deben de ser profesionales del Periodismo. Estos deben tener la cualidad de identificar visualmente a aquellas personalidades nacionales e internacionales, que con sus actos, escriben la historia de cada día deberán contar con una cultura general amplia y estar al tanto de los últimos acontecimientos, sin olvidarnos del dominio de las reglas básicas de redacción, síntesis y ortografía; estar capacitados para trabajar bajo presión, ya que las notas se tienen que realizar en poco tiempo con un alto grado de calidad periodística y ante todo demostrar profesionalismo. También deben tener conocimientos elementales de computación para ser eficaces en su labor periodística dentro de la empresa.

Éstos deben coincidir en que la satisfacción que les brinda su labor consiste en ser junto con los reporteros, los precursores de este nuevo proyecto en donde tendrán la oportunidad de adquirir una valiosa formación informativa

REPORTEROS: Licenciados en Periodismo. Esta agencia siendo una empresa en proceso de formación no puede contar con una nómina amplia de reporteros, por lo que consideramos conveniente iniciar con seis reporteros que cubran las tres divisiones de información que manejará la empresa. Un reportero de agencia debe reunir al momento de cubrir su información ciertas características que son: claridad, sencillez, concisión y certeza, además de tener una sensibilidad de lo que es información y lo que no es. Además de saber reportear, redactar, pues la labor de una agencia informativa es muy distinta a la de los demás medios de información. Debe conocer la situación por la que atraviesa el país y tener un panorama cultural amplio, así como los conocimientos de computación actuales.

COORDINADOR TÉCNICO: Este debe ser un Ingeniero en Computación, con la capacidad de coordinar a su equipo de trabajo para la realización de las actividades del área. Tiene que detectar los problemas que surjan y darles solución porque el tiempo apremia; su responsabilidad es motivar y concientizar a su equipo de las labores dentro de la agencia, así como estar al tanto de las últimas novedades tecnológicas que se presentan en el mundo.

4.3 EN LO MATERIAL

En esta empresa el factor humano antes mencionado es el pilar indiscutible para la elaboración y difusión de las noticias, pero para que se pueda efectuar es conveniente mencionar los recursos materiales que auxiliarán al elemento humano en sus labores

En cuanto a los recursos sustanciales, es difícil estar a la vanguardia, a la par del avance tecnológico, pero eso no ha de ser un obstáculo para que la agencia esté dentro de la modernidad y utilice el más moderno equipo inventado por el hombre: las computadoras y satélites

El equipo básico con el que contará esta empresa será computadoras, faxes, impresoras, teléfonos, papel para fax, papel para las impresoras, escritorios, sillas, etcétera

4.3.1 INSTALACIONES

Geográficamente esta empresa de comunicación, se encontrará ubicada en la zona sur del Distrito Federal, debido a que es el sector donde las agencias informativas no gozan de mucha presencia, además de que esta área cuenta con vías de comunicación accesibles para un rápido traslado.

La agencia será de carácter privado y cubrirá el Distrito Federal y la zona conurbada del Estado de México. Siendo una empresa en formación su campo de acción será a nivel local, los reporteros saldrán en busca de la información, es decir, notas trabajadas, por lo que el servicio que se brindará tendrá un perfil netamente informativo.

Contará con instalaciones, las cuales son lugares físicos en donde se colocarán los instrumentos que efectuarán la transformación del servicio informativo.

El espacio que ocuparán deberá ser amplio para una buena distribución del equipo de acuerdo al proceso que se seguirá en la prestación del servicio.

4.3.2 EQUIPO

Es la herramienta y maquinaria que efectuará la transformación o transmisión del servicio de noticias de la agencia.

Es indispensable que la agencia cuente con un equipo tecnológico que sustente la elaboración y transmisión de noticias por lo que se requiere de computadoras, impresoras, teletipo, teléfonos, faxes, antena parabólica, entre otros accesorios complementarios.

El éxito de la empresa depende, en mucho, de cuales serán, en principio, las fases a automatizar, pues nunca deberá pensarse que sólo las rutinas deben realizarse mediante un sistema de cómputo.

Sin embargo no debe tenerse la idea de que la informática va a automatizar todas las actividades de una sola vez; se trata de un proceso paulatino. En primer lugar, se intentarán resolver las necesidades apremiantes para seguir con las necesarias y dejar lugar a usos

eventuales de la computadora

Es claro que las tareas rutinarias quedarán automatizadas mediante la implantación de un sistema de cómputo, pero no por ello el profesional dejará las actividades que demandan su experiencia, ingenio, capacidad de análisis y síntesis, sino que logrará que la informática haga más sencillo y mejor su trabajo cotidiano.

Dentro de una organización y según el nivel de ubicación el profesional podrá percibir un beneficio inmediato, pues se expresará de formas distintas, como ahorro de tiempo y de esfuerzo, con una eventual mejoría en lo que concierne a la calidad de actividad desempeñada durante el aumento de la productividad individual y de equipo; y dejando espacio, o quizá creando el ámbito para el desarrollo de la creatividad.

Aun así el reportero podrá percatarse con facilidad de los beneficios que le proporciona la informática en lo que a productividad se refiere. Verificará que se requiere de un menor esfuerzo para lograr los resultados que se obtendrían sin el auxilio de una computadora electrónica y comprobará que, con el mismo esfuerzo antes realizado la cantidad de su trabajo se verá notablemente incrementada.

El aspecto en que puede mejorarse la calidad es en el diseño de publicaciones impresas (notas informativas). Aún cuando la calidad es un atributo difícilmente aprehensible, es de vital importancia que se mejore la imagen de cualquier producto informativo mediante sistemas electrónicos de redacción, edición y transmisión.

La integración que se menciona es la piedra angular de la organización periodística moderna, pues permite el trabajo por grupos, lo que además refuerza el sentimiento de equipo

El beneficio de la coordinación es claro: al existir una comunicación adecuada entre el personal de la agencia, y al estar automatizadas en mayor o menor grado sus tareas rutinarias, existe el tiempo y la posibilidad de la integración del personal en grupos de trabajo, lo que dará a los encargados de los departamentos la oportunidad de administrar las tareas de los reporteros por objetivos determinados. Mientras, en sus escritorios, tendrán la información de cada unidad de la organización. De esa forma puede obtener una integración paulatina de los elementos materiales y humanos.

Cabe mencionar que los beneficios de la automatización para los directivos son realmente ilimitadas, únicamente sujetos a la creatividad personal y a los límites tecnológicos. Recibirán sin duda beneficios reales y capitalizables, si bien no todo es a corto plazo. Aunado a lo anterior, los sistemas de cómputo serán el esqueleto de todas las técnicas de información que operen en la empresa para diversos fines.

Un beneficio adicional es que los sistemas de cómputo puedan adaptarse a la estructura de la organización y mantener los procesos de toma de decisiones y asignación de responsabilidades

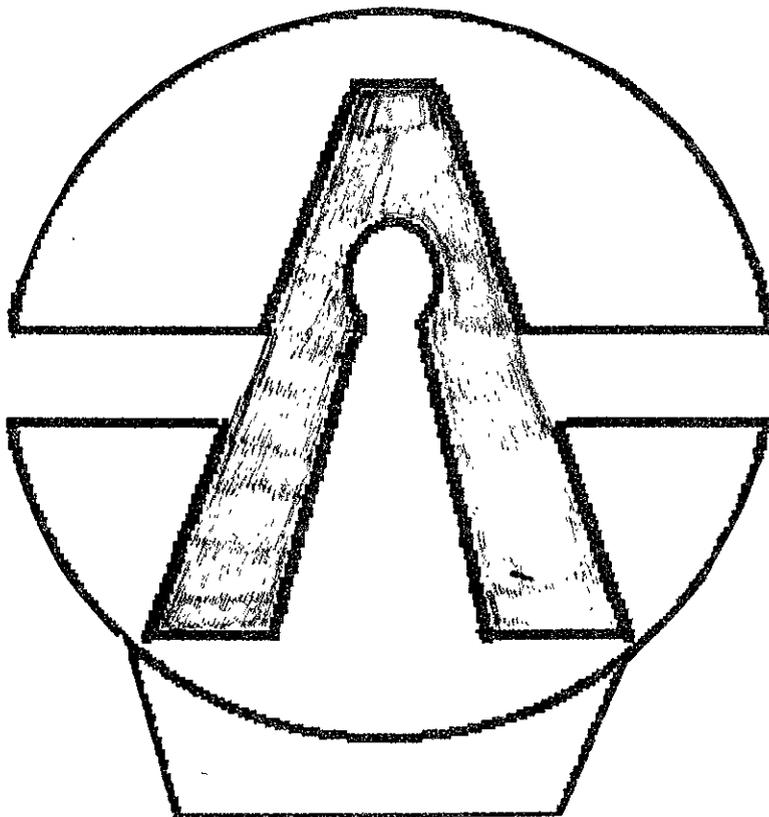
DATOS COMPLEMENTARIOS DE LA AGENCIA INFORMATIVA “ALUDEL”

Esta microempresa contará con una planta laboral de 30 personas, incluyendo secretarías, personal de intendencia, vigilancia y mensajero. La relación laboral entre los miembros de esta empresa se basará en un mutuo trato respetuoso, sin que se impongan políticas abruptamente a los empleados de la agencia, lo cual quedará marcado en un contrato colectivo específico, donde se fijarán los salarios, prestaciones, jornada laboral de acuerdo a las actividades a desempeñar, este contrato garantizará estatutos que protejan la profesionalidad de los miembros de la empresa. Lo cual está marcado conforme a la Ley Federal del Trabajo, donde se establece un salario constitucional que alcance a cubrir las necesidades básicas como el vestido, la alimentación, vivienda y educación

En México no existe una ley que dicté la normatividad ética periodística, por lo que no queda otra opción más que la autoregulación; en el caso de esta organización se proponen los siguientes puntos éticos que permitirán la profesionalización y personalidad del equipo periodístico.

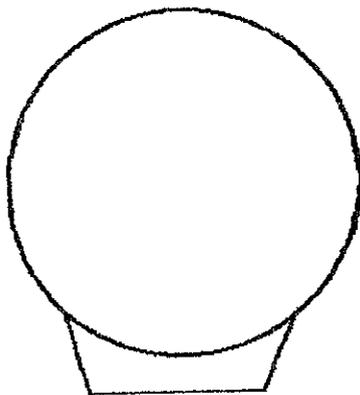
- ✓ **OBJETIVIDAD:** Donde se involucra la veracidad informativa, es decir, determinar que información es veraz y cual no lo es.
- ✓ **HONESTIDAD:** Los periodistas sólo podrán utilizar métodos justos para obtener información, fotografías y documentos, no aceptar sobornos en cualquier forma por publicar o suprimir información.
- ✓ **DISCIPLINA:** Puntualidad, presentación, reputación y cumplimiento del trabajo.
- ✓ **COOPERACIÓN:** Apoyo mutuo entre compañeros, uso eficiente de los recursos materiales
- ✓ **RESPECTO A LA VIDA PRIVADA:** El derecho que le asiste a todo individuo a no ser molestado ni interferido por persona o ente alguno en los aspectos íntimos de su vida.
- ✓ **RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PERIODISTA:** Implica que éste actúe en todas las circunstancias en conformidad con su propia conciencia ética.
- ✓ **RESPECTO DE LOS VALORES UNIVERSALES Y LA DIVERSIDAD DE LAS CULTURAS:** Defiende los principios universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional

LOGOTIPO DE LA AGENCIA DE INFORMACIÓN "ALUDEL"*

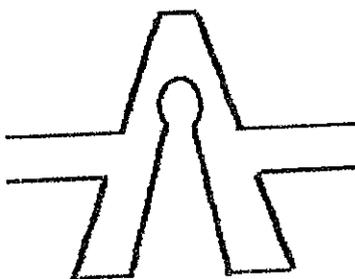


***"ALUDEL": Es el recipiente donde los antiguos alquimistas vertían sus materiales para la transformación de sustancias químicas.**

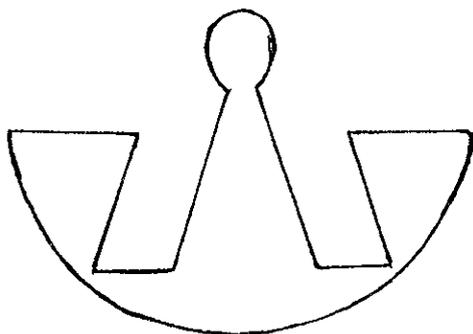
RAZONAMIENTO DEL LOGOTIPO



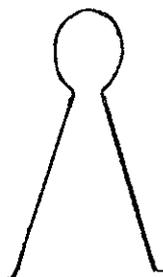
El círculo representa lo infinito, la imagen totalizadora. Da un aspecto de calidez. Representa la idea de la protección (información). En cuanto al contorno, no parece tener mucha estabilidad, por mucho que lo miremos esta sensación permanece. Es por ello que suplimos esa carencia de estabilidad, imponiéndole un punto de apoyo horizontal (rectángulo) y dentro de él, el nombre de nuestro slogan: "LA PUERTA A LA INFORMACIÓN".



En el centro del círculo está dibujado una letra "A", la cual significa o representa, la "A" de Aludel o la "A" de Agencia. Su imagen en blanco representa la paz, la pureza, la sinceridad.



Esta figura representa por si sola un ancla, la cual simboliza, la idea de realismo, de tener los pies en la tierra, es decir, la agencia no tendrá compromiso con ideología o política alguna con instituciones privadas, gubernamentales o religiosas, pero si mantendrá un vínculo de relación social y pública con las mismas. El ancla es gris, por su relación con la tierra, es un color de buen gusto, funciona bien con los negocios, es un color serio que hace confiar en el público en la integridad del servicio informativo que se ofrecerá.



Esta figura representa el cerrojo de una puerta. La puerta de la información veraz y confiable que ofrecerá la Agencia "Aludel".

CAMPAÑA PUBLICITARIA

El problema real de nuestra Agencia Informativa “Aludel” es que, como nueva empresa dentro del ramo de la información, carece del reconocimiento de instituciones o empresas a las cuales se pretende ofrecer el servicio, existiendo el reto de colocar a nuestra agencia en el gran mercado de la información

Como una alternativa de solución básica, proponemos que se realice una campaña de lanzamiento de la agencia “Aludel”. En la campaña pretendemos que la identidad e imagen de nuestra empresa se posesionen, de una manera positiva, en la mente de nuestros clientes. De esta manera lograremos colocarnos dentro del competitivo mercado de la información

SELECCIÓN DE MEDIOS

Utilizaremos dos canales de difusión:

- Correo directo. La elección de este medio se debe a que se puede alcanzar en un tiempo muy reducido a los clientes potenciales (empresas e instituciones privadas y públicas), por otra parte las respuestas pueden conjuntarse en forma más efectiva que en los medios generales, porque existe mejor distribución del material. La publicidad puede lanzarse en el momento preciso y está oculta a los competidores. El correo directo llegará a todos nuestros posibles clientes y la comunicación se completará con una llamada telefónica para concertar una cita en caso que le interese el servicio informativo, o una visita directa por tratarse de clientes más significativos.
- Visita directa. Mediante esta estrategia existe una relación más formal con los clientes, y nos permite mostrar personalmente el servicio de la agencia. Este medio estará más restringido, ya que sólo se aplicará a empresas de mayor prestigio.

Con todos los elementos antes mencionados, humanos y materiales, se puede vislumbrar la conformación de una agencia informativa que sea capaz de suministrar un servicio informativo eficiente a las necesidades de sus futuros suscriptores que estarán conformados por medios de comunicación, empresas públicas y privadas, y escuelas, etcétera

El objetivo primordial del manual de agencias informativas es proporcionar en forma clara y concisa la información sobre los diferentes rubros que conforman una empresa o institución de esta índole, principalmente en el aspecto periodístico, ya que ahí se encuentra el vínculo con la carrera. Lo cual reforzará los conocimientos adquiridos en las aulas

CONCLUSIONES

Como se sabe las agencias de noticias son las principales intermediarias entre la fuente de información y los medios de comunicación social (llámense prensa, radio o televisión), éstas nacieron como una respuesta a los problemas planteados a fines del siglo pasado. la distancia, los costos, la transmisión de información y la variedad de las fuentes noticiosas

Una agencia informativa no informa directamente al público, ya que para esto existen filtros como los periódicos, las emisoras de radio y televisión, los cuales son sus clientes y se encargan de difundir o no los despachos emitidos por los corresponsales a su público

Hablar de una agencia informativa resulta complicado, difícil y hasta aventurado o atrevido debido a la importancia que poseen en el campo de las noticias tanto a nivel nacional , regional e internacional

El trabajar en una empresa de esta naturaleza es un gran reto a enfrentar debido a que el reportero en una agencia no cuenta con el tiempo prolongado para elaborar su información, ya que éstos tienen inmediatamente que mandarla a su sede para que de ahí se envíe a la sede matriz y de ésta a sus clientes Además, la información que se manda debe reunir rapidez, concisión, claridad y confiabilidad, ya que la mayor parte del prestigio de una agencia de información se finca alrededor de estos aspectos

Una empresa de esta índole necesita invertir en su material de trabajo ya que, telex, fax, computadoras, teléfonos, etcétera, son eslabones elementales en el funcionamiento de una agencia

Por otro lado los corresponsales enfrentan un reto primordial para el buen desempeño de su labor, la tecnología, los constantes cambios en las herramientas de trabajo que han ido modernizándose vertiginosamente, los obliga a estar capacitándose en el manejo de computadoras, grabadoras, cámaras fotográficas o de video, a pesar de ésto, los hechos de la actualidad internacional que se reproducen a diario siguen exigiendo al periodista el tener curiosidad, don de observar, perseverancia y rigor al cubrirlos.

A lo largo de las visitas a estas empresas de la información (UPI, AP, EFE, AFP, NOTIMEX y ARTSA), se pudo constatar que el factor tiempo es la principal característica de similitud entre éstas. Las agencias tienen al momento de cubrir su información una lucha contra reloj por conseguir la exclusiva; sus corresponsales se esfuerzan por conseguir día con día la nota más relevante y sacarle uno o dos minutos de ventaja a sus competidores en el envío de la información.

Así que las agencias de información como instituciones establecidas para recolectar información en todas las áreas temáticas a gran escala y suministrarla a sus clientes fijos, llámense medios de comunicación, embajadas, bancos, bolsas de valores, oficinas gubernamentales, entre otras, se convierten en un medio indirecto para comunicar a lectores

potenciales el diario acontecer en el mundo

Con la exposición de este manual alumnos, profesores e interesados en la materia tendrán conocimiento de los elementos básicos con los cuales se puede poner en marcha una agencia informativa, lo que complementará sus conocimientos adquiridos en las aulas y se darán cuenta que el interior de estos organismos no es un “mito o secreto” conocido solamente por algunos privilegiados

El presente manual se elaboró con la intención de que alumnos, profesores y estudiantes del área de Periodismo e interesados en la materia, se familiaricen con estas empresas de la comunicación, ya que resulta importante conocer cómo se encuentran organizadas y cómo funcionan éstas. Desgraciadamente a la hora de ingresar a estas agencias, desconocen el interior y el campo laboral de ellas, por lo que muchos egresados ven detenidas sus aspiraciones por este simple detalle, por ello se señalaron aspectos básicos que se deben conocer de estas empresas noticiosas, dándole mayor peso al aspecto periodístico, pues es de vital importancia este elemento para los futuros reporteros de agencias noticiosas.

Es evidente que en estas agencias informativas existen deficiencias, que poco a poco han estado superándose; sin embargo, debido a su diaria labor informativa esas carencias pasan inadvertidas en varias de éstas, o porque son oficinas descentralizadas de su matriz en nuestro país y no se les dé la administración adecuada.

Por ello, la propuesta antes vista consideró esos puntos importantes para proponer una agencia de información completa y eficiente, que exige el mercado informativo actual, y que de una manera u otra permitirá alimentar la curiosidad e interés estudiantil de cómo pueden estar organizadas estas singulares empresas de la noticia

Por último, dada la investigación realizada ha quedado constatado que el presente manual cubrió las expectativas planteadas al inicio de la investigación; por lo tanto se puede afirmar que es un material que reforzará los conocimientos de los interesados en el tema.

BIBLIOGRAFÍA

Bond, Fraser

Introducción al Periodismo

México, Editorial Limusa, 1983

449 PP.

Díaz Rangel, Eleazar

Pueblos Subinformados, Las Agencias de Noticias y América Latina

Cuadernos del Tiempo, Dirección de Cultura, Universidad Central de Caracas, Venezuela
Caracas, Venezuela, 1967

82 PP.

Durand Flores, Mercedes y Gema Muños Cu

Cuaderno de Trabajo de Agencias Informativas

U.N.A.M/FCPYS, 1992

270 PP.

García Medraño, Renward y otros

Perspectivas de la Prensa en México

En el Día en Libros, Cuadernos del Gallo; Publicaciones Mexicanas S.C.L México, D.F.,
1993

78 PP.

Hernández Rodríguez, Edgar y otros

Antología de las Agencias Informativas

U.N.A.M/FCPYS, 1995

114 PP.

Hernández López, Rogelio

Sólo para periodistas

Editorial Grijalbo, S.A de C.V., México, D.F., 1999

227 PP.

Munch Galindo Lourdes

Fundamentos de Administración

Trillas, México, 1990

240 PP

Reyes Matta, Fernando

La Información en el Nuevo Orden Económico Internacional

México-ILET, 1977

260 PP.

Salazar Palacio, Hernando
Las Agencias de Información en América Latina
México, Trillas, 1989
70 PP.

Tena Millán, Joaquín
Organización de la Empresa: Teoría y Aplicaciones
EADA/GESTIÓN 2000, Barcelona, España, 1991
156 PP

Terrou, Fernand
La Información
OIKOS-TAU S.A Ediciones, Villassir de Mar-Barcelona, España, 1970
127 PP.

Trejo Delarbre, Raúl
Las Agencias de Información en México
México, Trillas, 1989
70 PP.

Villanueva, Ernesto
Códigos de Ética Periodística Europeos
Generalitat de Catalunya-Fundación Manuel Buendía A.C, México, 1996
178 PP.

FOLLETOS

- Folleto UPI 1997, México; Marzo de 1997, 10 Páginas
- Folleto AP 1997, México; Mayo de 1997, 19 Páginas
- Folleto AFP 1997, México; Junio de 1997, 20 Páginas
- Folleto EFE 1997, México; Agosto de 1997, 10 Páginas
- NOTIMEX, 25 Años de Historia; CENDOC-NOTIMEX (Centro de Documentación de la Agencia Mexicana de Noticias), México 1994, 150 Páginas

ENTREVISTAS

1. ANTHONY HARRUP, DIRECTOR REGIONAL DE LA SEDE REGIONAL DE UNITED PRESS INTERNATIONAL EN MÉXICO
2. JAIME LÓPEZ CASTAÑEDA, CORRESPONSAL DE LA SEDE REGIONAL DE UNITED PRESS INTERNATIONAL EN MÉXICO

Entrevistas realizadas el 25 de marzo de 1997.

3. ELOY AGUILAR, DIRECTOR DE LA SEDE REGIONAL DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA DE AP EN MÉXICO
4. JHON RICE MARCK, CORRESPONSAL DE LA SEDE REGIONAL DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA DE AP EN MÉXICO
5. GLORIA GONZÁLEZ, ENCARGADA DEL DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE LA SEDE REGIONAL DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA DE AP EN MÉXICO
6. SERGIO ARAGÓN, GERENTE DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES DE LA SEDE REGIONAL DE AP EN MÉXICO
7. JORGE BARRERA, CAMARÓGRAFO DE AP/T.V DE LA SEDE REGIONAL DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA DE AP EN MÉXICO
8. ROBERTO VELÁZQUEZ, FOTÓGRAFO DE AP EN LA SEDE REGIONAL DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA DE AP EN MÉXICO

Entrevistas realizadas el 27 de mayo y el 3 de junio de 1997.

9. LUIS WRANOWSKY, CORRESPONSAL DE LA SEDE REGIONAL DE AFP EN MÉXICO
10. MATÍAS LANCARS, FOTÓGRAFO DE LA SEDE REGIONAL DE AFP EN MÉXICO
11. FERNANDO GONZÁLEZ, ENCARGADO DEL DEPARTAMENTO TÉCNICO DE LA SEDE REGIONAL DE AFP EN MÉXICO.

Entrevistas realizadas el 18 y 24 de Junio de 1997.

12. ALFONSO QUEZADA, CORRESPONSAL DE LA SEDE REGIONAL DE EFE EN MÉXICO
- Entrevista realizada el 17 de agosto de 1997.

13. RAFAEL BRACAMONTES COSIO, DIRECTOR DE LA DIRECCIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN DE NOTIMEX
14. JUAN GUTIÉRREZ ARANDA, SUBDIRECTOR DE PROGRAMACIÓN Y EVALUACIÓN DE NOTIMEX

Entrevistas realizadas el 12 de marzo y el 27 de mayo de 1998

15. EDGAR HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, DIRECTOR DE LA AGENCIA DE RADIO Y TELEVISIÓN.

Entrevistas realizadas el 6 de noviembre de 1997 y el 24 de febrero de 1998

ANEXO

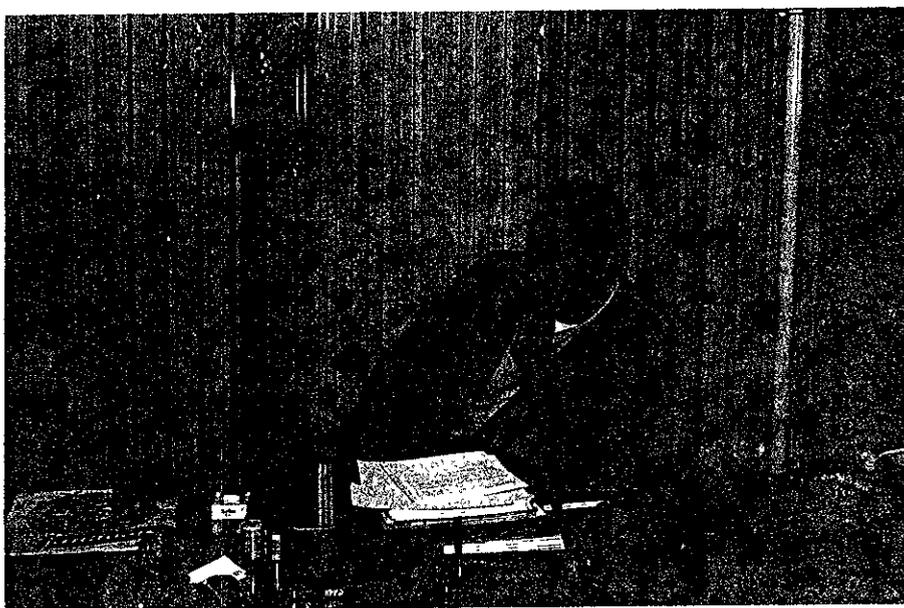
Para quienes no se encuentran familiarizados con el papel de los corresponsales, en las siguientes páginas encontrarán una entrevista con uno de estos héroes anónimos del periodismo. En donde manifiesta sus opiniones acerca de esta especialización, sus virtudes, sus desventajas, los amargos recuerdos que lleva el cubrir un conflicto bélico y las grandes ganancias que obtienen los grandes consorcios televisivos con la transmisión de estos desagradables eventos, de ahí la importancia que tienen estos elementos claves del Periodismo en los diferentes medios de comunicación, particularmente las agencias informativas.

Por otra parte también se localizarán a lo largo de este anexo algunos ejemplos de las notas que trabajan las agencias informativas que se investigaron en esta tesis, el lector podrá encontrar datos específicos como el lugar de origen de las noticias, la fecha, claves de la sede regional, el número de la nota, las iniciales de quién cubrió el hecho, aunque al final lo que interesa es la noticia en sí.

Además, se complementan los ejemplos con algunas infografías que son manejadas por la Agencia France Press y síntesis informativas que realiza la Agencia de Radio y Televisión en algunas de sus modalidades, con este anexo los lectores tendrán una perspectiva de cómo se trabaja la información en una agencia mundial tal es el caso de las empresas estadounidenses AP y UPI, así como la francesa AFP, quienes debido a la tecnología, recursos económicos e influencia de sus naciones les permiten detentar gran parte del mercado informativo; una agencia Internacional como la española EFE, quien es de las principales agencias internacionales y la primera empresa de esa índole en idioma castellano, por otra parte también se encuentra la agencia nacional del país NOTIMEX, quien a su vez es la principal suministradora de noticias de la región de América Central, además de una agencia privada/especializada como ARTSA que son los distintos tipos de estas empresas en la comunicación.

ENTREVISTA

- "LA CORRESPONSALÍA DE GUERRA HA PERDIDO ACTUALMENTE EL PAPEL PROTAGÓNICO"
- " SALIR A CUBRIR UNA GUERRA ERA EL ÚLTIMO PELDAÑO, SE MANDABAN A LOS MEJORES"
- " ESTE ES UN TRABAJO ESPECIAL QUE PERMITE DISTINGUIRSE COMO PERIODISTA "
- " TODO ESTO QUE ME HA TOCADO VIVIR, ME HA DEJADO UNA ENSEÑANZA HEREDADA DE LOS CLÁSICOS: EL HOMBRE ES EL LOBO DEL HOMBRE ": EDGAR HERNÁNDEZ



EDGAR HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ Director de la Agencia de Radio y Televisión (ARTSA)

“Muchas veces se piensa que la corresponsalía de guerra todavía se da a la antigua, en la cual había que correr varias millas a caballo, viajar en camión o en automóvil para encontrar el primer teléfono y pasar la información al país de origen. Actualmente ya no es así, existen muchísimos avances, las nuevas generaciones vienen mejor preparadas que las anteriores, hoy se tiene más a la mano información acerca de lo que es una situación de conflicto, qué es lo que sucede en cualquier parte del mundo

Más que una recomendación para los futuros corresponsales la idea sería seguir el ideal de que toda obligación corresponde a las nuevas generaciones, deben estar al pendiente del devenir histórico, porque como todo el cambio se está dando mundialmente hay que encararlo para informar bien a la opinión pública tanto local, nacional o internacional de lo que está sucediendo. Esta es la única forma por la que se puede transitar hacia el cambio integral, no se puede cambiar una sociedad sin la comunicación social, existen aún viejos moldes que se deben romper, porque el cambio nos incumbe a todos incluso a los periodistas”

Lo antes mencionado son reflexiones de un ex-corresponsal de guerra que se desempeña actualmente como director de una agencia privada que se dedica al análisis de la información. Es importante tomar en cuenta la opinión de un personaje fundamental como lo es el corresponsal de guerra y, quién mejor que él puede despejar las dudas que se tienen alrededor de esta difícil labor.

En su pequeña y agradable oficina, ubicada en Patricio Saénz número 205, colonia Del Valle, el que fue corresponsal de guerra Edgar Hernández Rodríguez, rememora sus experiencias adquiridas a lo largo de sus 25 años de labor periodística en el área de la corresponsalía de guerra en Centro y Sudamérica, así como en los movimientos insurgentes que cabalgaron por Europa en la década de los 70's y 80's

¿Cuál es la importancia del corresponsal de guerra para una agencia informativa?

La importancia de los corresponsales de guerra en los tiempos modernos, a las puertas de un nuevo siglo es fundamental, ya que como decía McLuhan, este mundo se ha convertido en una aldea planetaria, tener el conocimiento y la información en el momento que esta sucediendo es fundamental. Hay que tomar en consideración que las agencias corren más rápido que la radio, la televisión y la prensa escrita. Normalmente cuando hay acontecimientos meditados como lo es una guerra llega primero la información por el hilo que es más fácil transmitir que una señal televisiva, quizás la señal de radio también llegue con la misma oportunidad, pero como es perseguida porque se va al aire. Siempre la información del hilo es más oportuna. Un corresponsal de guerra hoy en día ya perdió su aspecto protagonista, actualmente trabaja para un consorcio informativo que distribuye muchísimos países, en donde el apresuramiento de la información lo obliga a quitarse de foliaturas, a despejarse de toda esa imagen de heroicidad que entre comillas, daba al corresponsal de guerra y hoy se tiene que concretar pero muy rápidamente a la información desde el terreno de los hechos. Afortunadamente hoy se cuenta con tecnología tan moderna, que se puede incluso transmitir desde el teatro de la guerra, como sucedió en "Tormenta del Desierto" la madre de todas las batallas en Irak, cuando Estados Unidos desató una ofensiva en la época de Georges Bush.

¿Qué perfil debe reunir un corresponsal?

Para el perfil de un corresponsal no hay un recetario que diga que características, qué atributos físicos o qué cualidades mentales debe tener un corresponsal de guerra. Lo que sí hay que partir de una serie de premisas.

- Debe tener suficiente conocimiento periodístico para poder manejar la nota en lo que se da en un escenario adverso, es decir, que ahí no hay una sala de prensa, no hay una máquina de escribir o una computadora para

poder transmitir. Entonces, solamente tiene esa agilidad, ese conocimiento periodístico, con eso puede rendir parte en una corresponsalía de guerra.

- Debe contar con los elementos técnicos, las herramientas necesarias para poder desempeñar su trabajo con la rapidez del caso, la competencia es muy amplia actualmente, sino se aplican bien en su trabajo corren el riesgo de culminar en último lugar, esto es minutos después de que transcurra la nota, sino se transmite siempre habrá alguien atrás de él o delante de él que le gane la información.

-Para ser corresponsal de guerra no necesita ninguna acreditación, simple y sencillamente se necesita tener la voluntad y la decisión de entrar, y ver participar como periodista una situación de conflicto. Ya que como no hay una garantía de supervivencia ni un seguro que le garantice salir bien librado del trabajo periodístico, bueno es una decisión de carácter personal.

-Otra característica más o atributo que debe tener un corresponsal de guerra es dominar muy bien lo que es el conocimiento geopolítico y las partes en conflicto, para que no se vaya a contaminar de lo que es propiamente el paradigma de la guerra, porque como se manejan dos verdades de las partes antagonistas, uno debe colocarse en la posición más objetiva posible.

¿A qué obstáculos tanto humanos como técnicos debe enfrentar para realizar su labor el corresponsal?

Los obstáculos tanto humanos como materiales para un corresponsal son múltiples y muy variados, particularmente porque todo incluye en la corresponsalía de guerra, influye desde la comida, el idioma, vestimenta, la forma de vida, el comportamiento del individuo, porque no es lo mismo la vida de un individuo del Medio Oriente, al de un latino. Entonces un corresponsal de guerra que es de América debe enfrentar una situación totalmente adversa y difícil, complicada, llena

de problemas Pero, además un escenario de guerra no es precisamente un receptáculo de información, por el contrario las partes en conflicto preferirían como en el pasado, a través de partes militares. Hoy hay que penetrarse, meterse al submundo de lo que es el conflicto bélico para poder rescatar y trabajar la información y eso no es fácil

¿ Un corresponsal de guerra se guía por algún código de ética para realizar su labor ?

Los corresponsales de guerra se guían por un código de ética, es fundamental tener uno, de otra suerte se convierte en parte del conflicto, ya sea entrometiéndose en la guerra como soldado, o bien si cae en el subjetivismo de la información parcial, producto de que, si la autoridad gubernamental que esta en conflicto, digamos con un movimiento insurgente, quiere lógicamente llevar agua a su molino y para ello lo más fácil según la autoridad es corromper al periodista y si se cuenta con un código de ética muy sólido, pues lo que menos se debe esperar es atender un requerimiento al llamado de la parte oficial para el mejor desempeño del trabajo; igualmente hay fuerzas subversivas, mercenarias, insurgentes que querrán mediante la corrupción orientar los señalamientos y la información. Pero un código de ética es el que se apega estrictamente al decálogo del periodismo que en sus partes fundamentales habla de la responsabilidad, de la ética y de la moralidad para el desempeño del trabajo

¿ Existen órganos de defensa a los que pueden acudir en caso de sufrir una agresión, barrera u obstáculo contra su persona ?

En el caso de una agresión un corresponsal cuenta con órganos que defienden sus derechos. Hay para esto muchos organismos tanto en las Naciones Unidas como en la UNESCO, como en los países en conflicto. Hay una convención de Ginebra para el trato a los informadores, hay mucho de esto, pero al final de cuentas se encuentra con el corresponsal está en un escenario de guerra y ahí cuando se encuentre muerto, herido, vejado, torturado, mutilado, ya cuando esté en una serie

de problemas es cuando entran las instancias de los derechos humanos o de los derechos de los periodistas Pero la verdad de las cosas es que no hay una medida preventiva, ni ninguna organización que prevenga una situación de estabilidad en una circunstancia de conflicto como es una guerra

¿ Qué influencia tuvo para tomar esta área periodística ?

Normalmente se da de manera fortuita, no sé cual sea la generalidad, pero en mi caso muy particular a mí me sucedió que era un reportero que había destacado en los medios para los que trabajé y, curiosamente se considera como si fuera un premio el ser corresponsal de guerra, entonces después de haber cubierto las fuentes oficiales, las fuentes gubernamentales; después de haber hecho crónica y reportaje para los diferentes medios en los que había laborado, mis superiores pensaban que ya estaba listo para subir al siguiente peldaño que era ir a una guerra. Cuando debe ser lo contrario, se supone que a los que se quieren eliminar se les manda a cubrir el conflicto, en este caso particular aquí mandan (entre comillas) a los mejores, en mi caso eso sucedió para el espacio televisivo del canal 13 en el que trabajaba y que en esa época se llamaba "SIETE DÍAS" Entonces mi jefe decidió que podía cubrir con eficiencia una guerra. La guerra la aprendí estando en la guerra, ésta no se aprende por manual. Cuando estaba dentro de la guerra sabes lo que realmente es la cruzada de ella. Una guerra se sabe cuándo empieza, pero nunca se sabe cuándo termina. Yo estuve estacionado cuatro años en Centroamérica

¿ Cómo es la vida en la zona de conflicto para el corresponsal ?

La vida de un corresponsal en la zona del conflicto es muy difícil, particularmente porque el guerrillero, el soldado o las dos partes en el conflicto tienen un entrenamiento, tiene toda una preparación, un conocimiento psicológico, saben a lo que van, incluso en el caso de la insurgencia hay un convencimiento

moral, un convencimiento político-ideológico; además ellos ya tienen algún manejo digamos en artes marciales, manejo de armas, ya están aclimatados en la zona que va estar en disputa. Entonces, cuando llega un periodista, cuando mencioné antes en una pregunta anterior, es difícil para un periodista lograr adaptarse, pero además no hay un escenario donde te paren y te digan "aquí reportea" o "desde aquí filma", simplemente, tú vas siguiendo a la tropa o vas siguiendo a la guerrilla. Si no vas lo suficientemente prevenido contra todo lo que es adverso, desde un mosquito hasta una bala, desde una lata de refresco ante un poco de comida, con esa improvisación que te da la guerra misma, tú no puedes ir cargando la comida para un mes, tres meses o un año, tú lo vas adecuando conforme a las circunstancias; pero además cuando uno entra en la guerra, por ejemplo, yo que estuve al lado de la insurgencia, del lado de la guerrilla, ésta te miraba como su igual, no te daba ningún privilegio. Al contrario, tú tenías que entrarle a la "fajina", al trabajo, se comía del rancho de ellos, si es que querías probar. Además no había más remedio, pues los ríos estaban contaminados, los bombardeos siempre estaban a la orden del día, siempre había que estar a "salto de mata", dormíamos en túneles que se cavaban en la noche, pasábamos hambre, soledad, por supuesto. El vicjo cuento este, que en la noche prendes tu fogata y sacas tu guitarra y te pones a cantarle a la guerrilla, esto es una tontería, eso se ve solamente en las telenovelas o en las películas. En la guerra hay que vivir la crudeza donde hay mujeres, niños y ancianos, donde los combates no son de día como se ve en las películas, sino es de noche por cuestiones de logística.

¿ Con qué equipo cuenta el corresponsal en el lugar de los hechos para realizar su labor?

Casi, normalmente nada, tu ya vas comisionado de parte de tu trabajo, si trabajas para una estación de radio es una grabadora, si es una televisora una cámara y una cassette y un ayudante, si trabajas para un periódico tu libreta, pluma y una cámara fotográfica, esas son las únicas herramientas con que se cuentan

De lo demás tu te tienes que editorear. Insisto y quiero aclarar una cosa que en tiempos modernos tienes que ir lo suficientemente preparado por ejemplo, en el caso de televisión de las cadenas estadounidenses, inglesas o las propias mexicanas ya mueven incluso microunidades de satélite. en el caso de las estaciones de radio ya mueven a un productor para que acompañe al reportero con señales al satélite por vía celular y, en el caso de los fotógrafos con el sistema de transmisión que se llama fax-satélite. Ésas son digamos la modernidad, las testaduras del avance tecnológico, pero en realidad no hay herramientas; es porque en la huida o en un escape, lo menos que vas a estar cuidando es que el satélite se esté enlazando, quieres salvar tu vida, antes de estar cuidando el equipo, éste esta expuesto a las inclemencias de la naturaleza: el sol, el clima, las altísimas temperaturas, polvos, el ajeteo constante, porque uno no viaja en helicóptero como viaja Lolita de la Vega, eso es escenografía, uno tiene que caminar horas, semanas, meses hasta encontrar la nota.

¿ La remuneración económica es la ideal para cubrir sus necesidades ?

En el caso de la corresponsalia de guerra la remuneración económica es adecuada, en el caso de los reporteros de nota diaria desgraciadamente no, porque razón, hay varias: una de ellas es que se ha creado una inercia del reportero, es decir, al periodista desde tiempos inmemoriales es como la extensión de un escritor, ésta es una actividad que en siglo pasado se consideraba incluso filantrópica, al paso del tiempo no quedó lo suficientemente establecido de que la carrera del periodista es como la del médico, el abogado, el arquitecto, incluso en esta actividad no se requiere ser profesional para ejercer, uno puede ser autodidacta y entrar al periodismo, de tal suerte que salvo trabajos especiales si se pagan bien, incluso se realizan en dólares. Cuando eres un corresponsal de guerra pagan en dólares, pagan un seguro de vida, que más bien es un seguro de muerte, porque la situación en la que se encuentran siempre es de conflicto y se expone la vida en cualquier momento. De ahí en fuera

que pena, que lástima decirlo, después de ejercer más de 25 años el periodismo en diferentes medios impresos y audiovisuales, reconocer que éste es una de las profesiones más mal pagadas que hay en el espectro profesional

¿Qué tan importante es el uso de la palabra para dar constancia de los hechos, tomando en cuenta que actualmente vivimos en una época en donde los avances tecnológicos han ido desplazando poco a poco la labor intelectual del periodista ?

El uso de la palabra dentro de los corresponsales de guerra, es ahora fundamental. Antes el medio por excelencia para comunicar a la opinión pública el devenir histórico-cotidiano era a través de los medios impresos; hoy en lo inmediato los medios electrónicos recogen la información y se han convertido en los medios masivos por excelencia, que penetran en los grandes conglomerados sociales y el periódico se ha convertido en la referencia y registro histórico de cada día. Claro que hay una enorme diferencia en la cual se da una cuenta de la responsabilidad que hoy tiene en día como comunicador de medios masivos.

¿En el caso específico de México existe algún grupo o asociación de corresponsales de guerra ?

Desafortunadamente no, lo que hay es un club de corresponsales, una asociación de corresponsales de México, diferentes clubes, por ejemplo los periódicos tienen sus grupos de corresponsales de provincia, pero hay dos hechos que yo creo en todo el espectro del periodismo de este tipo. el primero es que no existe un club o una asociación civil o un grupo que se dedique a analizar los problemas, las condiciones geopolíticas en las cuales se mueve un corresponsal de guerra para así intercambiar información y, establecer un código de ética o normatividad que rija los comportamientos de los corresponsales de guerra

El otro hecho es que desafortunadamente, por lo menos yo no tengo conocimiento de que alguna escuela pública o privada de estudios superiores se dedique en una parte a lo que es la corresponsalia de

guerra. Yo en alguna ocasión hice una propuesta a la Universidad Nacional (la facultad de Ciencias Políticas y Sociales), pero no encontré ningún eco, pienso que es muy importante mostrarles a las nuevas generaciones de periodistas que debía de haber una asignatura referida a la corresponsalia de guerra, porque este mundo no esta exento de una guerra, bien decía Einstein que la tercera guerra será a pedradas, pero hay que vivirla y relatarla, ahí tiene que estar presente el periodista, por eso es lamentable que no exista una materia dedicada a la corresponsalia de guerra

¿Debería de haber una cultura de corresponsalia de guerra ?

Sí, porque en el mundo físicamente se han presentados conflictos, siempre están presentes, ahí esta la historia que lo demuestra, ahí también están los medios de comunicación, porque si para otros aspectos esta ombusman para la defensa de los derechos humanos, por qué no hay una cultura referida a la corresponsalia de guerra, es un hecho incontrovertible que no se da con más frecuencia que en los tianguis de los viernes, pero si con la suficiente presencia y necesidad como para avocarnos al tema y, no nada más para estarnos ocupando de tertulias, charlas de café, charlas familiares para presumir o dictar una cátedra aislada.

¿Qué tan importante es el dominio de los idiomas para realizar la labor de corresponsal ?

Los idiomas son importantes, porque ya hemos estado hablando de las herramientas técnicas, ahora hablemos de las herramientas del conocimiento o de la sabiduría. Yo creo que un periodista y particularmente un corresponsal de guerra no lo es cabalmente, sino tiene a su lado como parte del conocimiento, como su aliado a por lo menos dos idiomas, antes nada más era uno, el inglés obligatorio, había que hablarlo y escribirlo. Hoy no desafortunadamente si no se cuenta con el conocimiento de esto y sumándole donde hacerlo, bueno con una máquina de escribir o

un fax, actualmente si se desconoce lo que son las nuevas técnicas del Internet y la computadora, de cuáles son los elementos fundamentales para la radio y la comunicación vía satelital, estás perdido; porque hay que estudiar eso también, además de conocer cómo se mueven las comunicaciones del mundo para saber en qué terrenos te estas moviendo para hacerlo con destreza, el conocimiento universal de la historia, el pulso de la economía que esta rigiendo al mundo, de cómo se han venido moviendo los factores de la política internacional y la política interna de los países altamente desarrollados y en vías de desarrollo, se esta fuera del juego. De tal suerte que el periodista de hoy, requiere una actualización técnica, humanista e histórica para poder desempeñar bien su trabajo, pareciera que se esta pidiendo cosas inalcanzables, imposibles, pero no lo es tanto, porque en el periodismo hay mucha competencia, por cada demanda de un diarista para un canal de comunicación hay por lo menos 100 que están haciendo fila. De esos 100, algunos van más allá de lo que es la educación formal que se imparte en un claustro universitario y, con la computación y los idiomas y los aspectos antes mencionados y las telecomunicaciones en el avance histórico, no alcanzan a encajar y participar, el complemento lo encuentran cuando entran al medio, pero después se traduce en salarios bajos, se vuelve al círculo vicioso y esto da lugar al decaimiento, por eso en el periodismo se requiere de una profesionalización y un estudio académico más profundo de quiénes quieren participar en los medios de comunicación.

¿Con qué avances tecnológicos cuentan actualmente los enviados para realizar su labor ?

Hoy se cuentan con muchos parámetros, las empresas de comunicación social se han empeñado fuertemente en modernizarse, por lo que se tiene que entrar en el marketing, al famoso mercado de la compra venta de imágenes, hay que estar lo suficientemente preparados. Los diarios se han modernizado en sus informaciones, antes solamente estaban las agencias estadounidenses

y europeas, hoy tiene cadenas que abarcan cientos de países en pequeñas oficinas que trabajan y envían información. Las fotografías pues, realmente uno se da cuenta que hay una red fotográfica a través de agencias internacionales que toman fotografías que están cubriendo todos los espectros, en materia de televisión, por ejemplo: está la empresa Televisa de México que tiene más de 3,000 canales a sus órdenes por convenios, asociaciones, copropiedad o porque directamente son los propietarios; hay empresas en expansión como Radio Red, que cuenta con una red de informadores literalmente en todo el mundo, ya no necesitan engancharse a los canales de la voz de América, así como copiar o regabar lo que dice la televisión comercial para que realice su información, ya que ellos cuentan con todo ese implemento y despliegue, de tal suerte que el avance tecnológico en los medios de comunicación es realmente impresionante.

¿ Qué importancia tienen las noticias de conflictos para los medios de comunicación ?

Bueno, las noticias de conflicto venden mucho, éstas vistas desde el ángulo o punto de vista de la mercadotecnia se venden mucho, una nota de ésto vende mucho, vende espacios comerciales, eleva el "rating" de los medios. Una noticia de guerra enviada por un corresponsal desde el punto de vista periodístico también vende, porque se les acerca a los públicos en la comodidad de su casa a través de los diarios o aparatos receptores algo que no le es próximo, porque una guerra normalmente no se tiene presente aquí y, realmente resulta atractiva porque rompe con la inercia. Todas las sociedades en desarrollo tienen un aglutinante de información oficial y no oficial al hacer sus aperturas, pero cuando llega un conflicto, por mencionar el asunto de Irak, había mucha expectativa. Irak está al otro lado del mundo de México, sin embargo los medios de comunicación estaban al pendiente de qué es lo que iban hacer los portaaviones, qué daño iban a causar los misiles de Estados Unidos, porque la noticia siempre despierta esa sensación de interés

¿Existen obstáculos o impedimentos para la libre circulación de la información del punto en conflicto hacia los demás países receptores ?

Bueno, quizás no existan las barreras de carácter tecnológico, porque finalmente uno contrata su espacio de transmisión satelital o simplemente te enganchas a la línea telefónica. El problema que se tiene más bien es de tipo político, ya que en alguna ocasión los "Países no Alineados" habían interpuesto una serie de quejas ante las Naciones Unidas debido al tratamiento y al tamiz que estaban dando las agencias informativas respecto a la noticia diaria. Es verdad que Estados Unidos defiende los "tracks" financieros, defiende su estilo de vida propio, su modelo económico y, ellos nunca van transmitir informaciones que aludan éxitos de la insurgencia, la información que dan siempre le pegan a la izquierda o a las victorias que siempre vayan encaminadas al cambio del modelo económico, éstas son las barreras que se enfrentan, esa es la contaminación de la cual no se han podido despojar los medios de comunicación en vías de desarrollo. Pero en el caso del periodista que va a transmitir su información es la ley y su conciencia.

¿ Es válido para un corresponsal de guerra emitir comentarios personales al momento de transmitir su información ?

No, sin embargo es muy difícil despojarse, tal es el caso con Bellinghausen de la Jornada que esta cubriendo Chiapas, lleva estacionado 4 años allá, simplemente se contamina. En mi caso yo estuve estacionado seis años en total en conflictos de guerra en Centro y Sudamérica. De los cuatro años que estuve en Nicaragua, llegó un momento en que me empape tanto con la causa del FRENTE SANDINISTA DE LIBERACIÓN NACIONAL y en el canal de televisión para el cual trabajaba me jalaban "a tierra" y me decían: "Oye no le busques, no despegues los pies de la tierra, no seas subjetivo, no estés acudiendo abiertamente a los anduustas, esta bien que tengan una causa vanguardista, revolucionaria y justa ante la dictadura, pero tu

obligación es a partir de la información objetiva con responsabilidad y sin tamiccs".

¿ Qué tan benéfico es para un corresponsal trabajar de manera independiente, es decir, no mantener compromiso alguno con empresas de comunicación, llámese periódico, revista, radio, televisión o agencia ?

No es viable debido a que no es rentable, es difícil encontrar pero en países altamente desarrollados sí se dá, sobre todo se hacen figuras, los famosos "brothers" de los medios de comunicación; pero en el caso de países como el nuestro no es factible porque la industria está saturada.

¿Existe material bibliográfico acerca de los corresponsales de guerra ?

En sí no hay material bibliográfico más son algunas referencias de carácter histórico en algunos casos pueden encontrarse en las bibliotecas el trabajo de Ernest Hemingway que trabajó para "El Star" un periódico del centro de Estados Unidos y mandaba información de la guerra civil española y algunos otros eventos que se relatan, incluso hay algunos de Televisa donde se "autoensalsan" un grupo de reporteros que estuvieron de corresponsales de guerra, el cual en mi opinión es muy exhibicionista que no viene a cuento, yo creo que un corresponsal de guerra más que relatar, el dinero y lo protagónico que eventualmente pudiera ser, debe relatar otro tipo de aspectos, más que de la vida que de uno mismo, porque no es una autobiografía. He visto por hay algunos títulos españoles referidos a la corresponsalía de guerra, pero nunca meterse de lleno en esta temática, porque eso de la corresponsalía pues ahora con los avances tecnológicos cobra relevancia, pero antes era un hecho verdaderamente aislado, quien estuvo de corresponsal de guerra lo sabe, más bien la labor que éste realiza era parte de la información, más que para la recopilación de material para escribir un libro.

¿ La labor del corresponsal de guerra es una actividad especial dentro del trabajo periodístico ?

La labor del corresponsal de guerra es especializada, porque es un trabajo especial, que permite distinguirse, es un trabajo que si se lleva bien es premiado te lo reconoce la sociedad, los medios, incluso el sector gubernamental y es un trabajo que te viste como periodista, es como avanzar hacia una élite, quienes han sido corresponsales de guerra en este país, hemos vivido y disfrutado la referencia que te haber cruzado el umbral de lo que es la corresponsalía de guerra. Que si bien es cierto cuando estas en el escenario de los hechos violentos, bien te estás ocupando de cómo vas a trascender en la historia, porque lo que estas viendo es tu supervivencia y, ya a la cosecha te encuentras con que no es grato, pero muy grato en lo familiar, en el entorno social, en el medio periodístico haber sido corresponsal de guerra

¿Qué experiencias deja para Edgar Hernández, ya no el periodista, sino el ser humano haber estado en el lugar de los hechos ?

Como personas todas esas experiencias son importantes, porque son enseñanzas que le dejan a uno como persona el haber vivido conflictos como los de Nicaragua, El Salvador, los de los insurgentes del Ejército de Liberación Nacional de Guatemala, el Movimiento M-19 de Colombia, "Septiembre Negro" en Alemania, ETA en Barcelona y frontera con Francia, los "Montoneros" en Argentina y, tanto grupo insurgente que en la décadas de los setentas y ochentas cabalgó por toda la América Latina y por algunas regiones en Europa, quizás de diferentes formas, y mediante el terrorismo o las grandes jornadas de "Solidaridad" en

Polonia con Lech Wałęsa Todo eso me ha tocado vivir Me ha dejado una enseñanza que te heredan los clásicos, de que en efecto en primer lugar " el hombre es lobo del hombre " En segundo lugar nunca querré para mi país la guerra, ya que viví las atrocidades de ésta, que los conceptos de bandera, escudo, himno que en muchos lugares son tomados en forma demagógica o que el gobierno los ha utilizado para sus fines de carácter político, tienen un significado supremo, que solamente uno se da cuenta cuando se hiere la soberanía. También de valor que representa la integración familiar, no lo notamos en una situación de paz, si tenemos a nuestra familia, pero cuando ésta se pulveriza en una situación de guerra es cuando se desgarran el tejido social y finalmente se te crea una conciencia de clase, en donde realmente te casas con los movimientos de vanguardia, los movimientos que empujan al cambio social, pero partiendo de la consideración y, esa es la reflexión que deja una guerra que el cambio debe darse porque es irreversible, porque el avance de la sociedad forma parte del devenir histórico, pero el cambio debe darse dentro de las instituciones y en paz social

Es cara la guerra, es una situación que realmente nadie quiere, pero que todos están peleando porque se dé, porque sabemos que todos luchan por estar en guerra Nosotros sabemos muy bien lo de Chiapas, pero ni siquiera es una probada de países donde tienen guerra generalizadas, en donde incluso no solamente pasan meses, años, sino décadas antes de encontrar una solución, después de una revolución, una insurgencia o una guerra no encuentran la paz social, porque se pierden y se destruyen todos los valores, entonces yo creo que esa es la enseñanza principal para un corresponsal de guerra en este caso un corresponsal mexicano que vivió situaciones inéditas en otros países

NORMAS MALEJADAS POR LAS AGENCIAS INFORMÁTICAS

1000000 771

199311

1 - Honduras-Energía 8418

Forma al Congreso Tratado Marco del Mercado Eléctrico de Centroamérica

Lequi Indipa, Marc. P. (1993), los gobiernos de la región centroamericana proyectan abrir y liberalizar el mercado de energía eléctrica entre sus países, con exoneración de impuestos, inclusive, para la importación o exportación, según un convenio que el Poder Ejecutivo ha llevado al legislativo para su ratificación.

El Tratado Marco del Mercado Eléctrico de América Central, suscrito por los presidentes de la región en diciembre de 1996, ha sido remitido para ratificación al Congreso Nacional de Honduras, cuyo directorio lo someterá a consideración del pleno en el mes de abril.

El tratado tiene por objeto la formación y crecimiento gradual de un mercado eléctrico regional competitivo, basado en el trato recíproco y no discriminatorio, que contribuya al desarrollo sostenible de la región dentro de un marco de respeto y protección al medio ambiente.

"Los gobiernos garantizan el libre tránsito o circulación de energía eléctrica por sus respectivos territorios, para sí o para terceros países de la región, sujetos únicamente a las condiciones establecidas en el tratado", dice el documento llevado a la cámara.

Al entrar en vigencia el tratado, los gobiernos exonerarán aquellos tributos al tránsito, importación o exportación de energía eléctrica entre sus países, que discriminen las transacciones en el mercado.

El proyecto de los gobiernos es que "el mercado opere como una actividad permanente de transacciones comerciales de electricidad, con intercambios de corto plazo, derivados de un despacho de energía con criterio económico regional y mediante contratos de mediano y largo plazo entre los agentes".

Los gobiernos crearan la Comisión Regional de Interconexión Eléctrica, entidad que realizará evaluaciones conjuntas cada dos años sobre la evolución del mercado eléctrico.

Se creará también el Mercado Operador Regional, que operará el mercado de electricidad, y se hará referencia por una junta directiva con filiales por los directores de cada Estado por un plazo de cinco años.

El tratado afecta únicamente a los entes públicos de los países miembros dedicados a la generación, distribución y comercialización de la energía eléctrica para comprar y vender energía de corto plazo bajo las reglas del mercado, y suscribir mediante el procedimiento de contratos, contratos de compra y venta de energía de largo plazo en el mercado.

111.

1000000 771 69 por

i ev0261f ----

r i RC-ONU-AMERICA LATINA 03-27 0076

á^BC-ONU-AMERICA LATINA,0029<

Países latinoamericanos piden que nuevo comisionado de derechos humanos de la ONU también pertenezca a la región

NACIONES UNIDAS, 26 (AF) . Representantes de varios países latinoamericanos pidieron al secretario general de las Naciones Unidas, Kofi Annan, que designe a un nuevo Alto Comisionado por los Derechos Humanos que pertenezca a la región.

El comisionado deberá reemplazar al ecuatoriano José Ayala Lasso, quien renunció al cargo para asumir las funciones de ministro de Relaciones Exteriores de su país.

Ayala Lasso había designado en el cargo de comisionado en 1994, y tenía todavía un año de mandato.

Representantes de países europeos han pedido que en reemplazo de Ayala Lasso sea designada la presidenta de la república de Irlanda Mary Robinson, quien concluye este año su mandato. Robinson ha sido una decidida defensora de los derechos humanos.

Algunos gobiernos de países occidentales y organizaciones de derechos humanos habían expresado su desencanto con Ayala Lasso, indicando que se mostraba renuente a denunciar los abusos cometidos por estados miembro de las Naciones Unidas.

Diplomáticos de la ONU, que pidieron no ser identificados, dijeron que representantes latinoamericanos consideran que la región debe retener el puesto ya que Ayala Lasso no completó su mandato.

áAF-NY-03-27-97 0025EST<

i ev0262f ----

r s RC-DEP-NBA/TIMBERWOLVES-N 03-27 0072

á^BC-DEP-NBA/TIMBERWOLVES-NUGGETS,0073<

Timberwolves 102, Nuggets 100
DENVER (AF) . Tom Gugliotta anotó esta noche 25 puntos y capturó 10 rebotes y Dean Garrett anotó otros 20 puntos, conduciendo a los Timberwolves de Minnesota a un triunfo por 102 100 sobre los Nuggets de Denver.

LaPhonso Ellis lideró a los Nuggets con 32 puntos y nueve rebotes. Anthony Goldwire añadió 20 puntos y Antonio McDyess otros 17.

áAF-NY 03-27-97 0206LSI<

i ev0001f - - -

r i RC-AVISO 03-27 0003

á^RC-AVISO,0004<

Aviso de Derechos Reservados (Copyright)

El servicio de noticias de The Associated Press está protegido por las leyes de Derechos Reservados (copyright), que le dan a AP los derechos exclusivos para reproducir o autorizar la reproducción de este material. Los suscriptores de AP están autorizados para utilizar el servicio de noticias de AP, sujetos a las limitaciones impuestas por los contratos para el servicio de noticias. Cualquier otro uso queda prohibido.

AP

áAP-NY 03-27-97 0513SIS

r f Eco-Nicaragua-México 06-11 0306

NICARAGUA Y MEXICO INTENSIFICARAN NEGOCIACIONES SOBRE TRATADO COMERCIAL
 MANAGUA, Jun 11 (AFP) - Los gobiernos de Nicaragua y México intensificarán las negociaciones sobre un tratado de libre comercio, que podría firmarse en 1997, informó este miércoles el director de comercio exterior del Ministerio de Economía, Oscar Alemán.

Una delegación mexicana llegará a Nicaragua a mediados de julio para realizar una intensa ronda de negociaciones, con el fin de superar los obstáculos que han impedido hasta ahora la suscripción del acuerdo, que se empezó a negociar en 1992, con miras a aumentar el intercambio comercial, actualmente de unos 60 millones de dólares al año.

Según Alemán, las negociaciones han avanzado un 90%, aunque reconoció que los temas pendientes "son muy sensibles", como es el caso de las desgravaciones arancelarias de los productos agropecuarios.

Los mexicanos, según Alemán, han planteado objeciones a algunas leyes nicaraguenses, especialmente la que contempla el otorgamiento a empresarios locales la representación exclusiva de casas extranjeras.

En este tema hubo una apertura en Nicaragua tras la aprobación el mes pasado por parte del Congreso de nueva ley de Justicia Tributaria, que eliminó las representaciones exclusivas de casas extranjeras.

"Hay buena disposición de México de firmar el tratado comercial y esperamos que se haga en este año", dijo Alemán.

Las importaciones mexicanas desde Nicaragua son de alrededor de 12 millones de dólares y las exportaciones a este país de unos 48 millones al año.

Costa Rica es el único país centroamericano que tiene un tratado de libre comercio con México, vigente desde enero de 1995, mientras que Guatemala, El Salvador y Honduras negocian en conjunto un acuerdo similar con la nación norteamericana.

cs.jla.cn
 AFP 111551 GMT JUN 97

r f Eco-UE-telecom-España 06-10 0255

COMISION FORMALIZA PLAZO EXTRAORDINARIO PARA LIBERALIZACION EN EUROPA
 BRUSELAS, Jun 10 (AFP) - La Comisión Europea aprobó el martes conceder a España un plazo extraordinario de 11 meses, para que este país aplique la liberalización total en el sector de las telecomunicaciones, que entrará en vigor en Europa en 1 de enero de 1998, anunció un portavoz.

La Comisión formalizó así el acuerdo alcanzado, a finales del año pasado, entre el comisario europeo de la libre competencia, Karel van Miert, y el ministro español de Fomento, Rafael Arias Salgado.

En ese pacto España se comprometió a renunciar al período transitorio mucho más largo que le acordó el Consejo de Ministros de la UE, para retrasar la liberación hasta el año 2003.

A cambio, la Comisión dio luz verde a la participación del primer operador español, telefónica, en la alianza Unisource, junto a otras tres compañías europeas (de Holanda, Suecia y Suiza), y de todas ellas con la norteamericana AT&T en la alianza Uniworld.

Telefónica decidió este año abandonar este grupo para cerrar un acuerdo con BT (British Telecommunications PLC) y la norteamericana BCI, por otras razones, según recuerda el portavoz de la Comisión.

El acuerdo con España para reducir su período transitorio a solo 11 meses, está acompañado de otras condiciones como la concesión de una tercera licencia de telefonía vocal en enero de 1992, así como la autorización en 1993 a los operadores de cable para ofrecer servicios de telefonía.

m/ta
 AFP 101510 GMT JUN 97

XA3154

R FOXET 06-14 00405

mun exg

SIRIA-IRAK

CONVERSACIONES ECONOMICAS EN MARCO DE "ALIMENTOS POR PETROLERO"

Damasco, 14 jun (EFE).- Una delegación iraquí comenzó hoy, sábado, una serie de reuniones con responsables sirios para discutir sobre la cooperación económica y comercial entre los dos países árabes vecinos, que no tienen relaciones diplomáticas desde hace diecisiete años.

La delegación, integrada por 32 personas y encabezada por el presidente de la Unión iraquí de Cámaras de Comercio, Zuheir Abdel Gafur Yunes, examinará con los responsables sirios la posibilidad de firmar contratos en el marco del acuerdo "alimentos por petróleo" logrado por Irak y la ONU por la resolución 986 del Consejo de Seguridad.

La misión se reunió con el ministro de Salud, Mohamed Iyad Al Shati, con quien trató sobre la importación por Irak de material médico sirio por valor de un millón de dólares.

Los empresarios iraquíes se entrevistaron también con el ministro de Economía, Mohamed Al Amadi, y tienen previsto celebrar una reunión esta noche con empresarios en la sede de la Cámara de Comercio de Siria.

Se espera que las conversaciones se centren en los contratos firmados por empresarios de los dos países el mes pasado, así como en la firma de nuevos acuerdos para la exportación a Irak de productos alimentarios y médicos sirios en el marco de la fórmula "alimentos por petróleo".

Esta fórmula, por la que Irak -sometido a un embargo desde la invasión de Kuwait en 1990- puede exportar petróleo por valor de dos mil millones de dólares cada seis meses para comprar productos básicos a su población, fue renovada el nueve de junio por la ONU para un segundo periodo.

La delegación iraquí, que se entrevistará también con el viceprimer ministro sirio para Asuntos Económicos, Selim Yasin, llegó a Siria el viernes tras cruzar en autobús el paso fronterizo de El Tanai (a unos 300 kilómetros de Damasco), marcando así la apertura de las fronteras terrestres entre los dos países, cerradas desde 1980, cuando ambos rompieron las relaciones diplomáticas.

La visita de esta delegación, formada por representantes de distintos sectores económicos y de los Ministerios de Salud, Industria y Comercio, es una continuación de la efectuada el mes pasado a Bagdad por una misión empresarial y económica siria.

Los responsables sirios aseguran que la visita de la delegación iraquí "no tiene ningún significado político", en aparente alusión a las conjeturas que circulan últimamente sobre la posibilidad de que el acercamiento económico sea un prelude para el restablecimiento de las relaciones diplomáticas. EFE

su/fa/ah/11

06/14/17-42/27

ZCZC
n0228 /01,01,16,27,28,29
R I 06-13 0172
ECUADOR-VENEZUELA

MUESTRAN BANQUEROS ECUATORIANOS INTERESES EN SUBASTAS VENEZOLANAS

Quito, 13 Jun (Notimex). - Dos bancos ecuatorianos analizan la posibilidad de participar en la subasta del banco venezolano Banco de la Rep#blica, que se realizara a fines de este mes, se inform# hoy aqui.

Ejecutivos de los bancos Pichincha y Pacifico, dos de los m#s grandes de Ecuador, admitieron haber recibido informaci#n financiera del banco venezolano y dijeron que evaluar#n las conveniencias de participar en la subasta.

Un funcionario del Banco del Pichincha se#al# que su entidad investig# la situaci#n financiera del Banco de la Rep#blica, pero dijo que "no estamos seguros de que nos presentemos a la subasta".

Joseph Montgomery, del Banco del Pacifico, coment# que "resulta prematuro manifestar que participaremos en la subasta, porque no hemos llegado al momento de tomar la decisi#n".

El Banco de la Rep#blica, que perteneci# al venezolano de origen cubano, Orlando Castro, condenado en Nueva York, por estafa, ser# subastado el pr#ximo 27 de junio.

NTX/LAD/OS/AGA
AZI 14:29 13/06/1997
NNNN

ZCZC
n0220 /01,01,16,27,28,29
R I 06-15 0157
VENEZUELA/PETROLEO-

PODRIA VENEZUELA CONVERTIRSE EN SEGUNDO PRODUCTOR DE PETROLEO

Caracas, 15 Jun (Notimex).- Venezuela cuenta con las condiciones para convertirse en los pr#ximos nueve a#os en el segundo productor de petr#leo a nivel mundial, trascendi# hoy aqui.

Seg#n el m#s reciente n#mero de la revista Forbes, si Venezuela logra impulsar toda su capacidad productiva de 3.5 a 5.5 millones de barriles diarios podr#a ocupar el segundo puesto en el mundo.

En la actualidad, Venezuela ocupa el quinto lugar entre los pa#ses productores de petr#leo en el mundo desp#s de Arabia Saudita, Noruega, Ir#n y Rusia, pero con el proceso de apertura petrolera el pa#s venezolano podr#a ampliar su producci#n en dos millones de barriles diarios.

De acuerdo a Forbes, la estatal Petr#leos de Venezuelaa (Pdvs) tiene en la actualidad una capacidad de refinaci#n de 2.4 millones de barriles diario, y es considerado el mejor crudo refinado del norte y sur de Am#rica.

NTX/EF/MGT
AZI 08:15 15/06/1997
ANNNN

FRANCE 98 CAMPEONATO MUNDIAL

**La fiesta del fútbol
9 de junio de 1998**

Recorrido oeste
Arco Triunfo-Concorde
PABLO el amerindio

Recorrido norte
Opera-Concorde
ROMEO el europeo

Recorrido sur
Escuela Militar-Concorde
MUSSA el africano

Recorrido este
Pont Neuf-Concorde
HO el astático

Altura: 20 metros
Peso: 38 toneladas
Los miembros son articulados

AFP Infografía - Fred Caret

Matanza paramilitar en Chiapas

Sangriento ataque de paramilitares en una aldea indígena

Atz'el

Tuxtla Gutiérrez

San Cristóbal

Los Margarites

Comitán

Zona de fuerte implantación zapatista

Civiles armados (paramilitares) Ejército Mexicano

MEXICO

AFP Infografía - Francis Waller

Lester amenaza las costas de México

ESTADOS UNIDOS

MEXICO

Golfo de México

Oaxaca

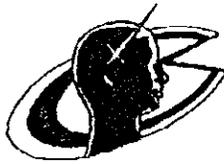
GUA. H.

Océano Pacífico

Zona amenazada

Ubicación: 280 km al SE de Oaxaca
Fuerza: vientos de 95 km/h con ráfagas de 110 km/h
Velocidad: 13 km/h
Categoría: tormenta tropical
Pronóstico: el sábado se transformará en huracán

ARTV



SÍNTESIS INFORMATIVA
REALIZADA POR LA AGENCIA
DE RADIO Y TELEVISIÓN
(ARTV).

JUEVES 06 DE NOVIEMBRE DE 1997.

REFORMA

AMPLÍA ZEDILLO EL DIÁLOGO

La Jornada

REPUDIO GENERAL AL ATAQUE CONTRA SAMUEL RUÍZ Y RAÚL VERA

EL FINANCIERO

ADIOS A LOS PACTOS ECONÓMICOS

El Nacional

DIÁLOGO FRANCO E INCLUYENTE DE ZEDILLO CON CALDERÓN Y CÁRDENAS

CRÓNICA

ZEDILLO SE REUNIÓ CON CÁRDENAS Y CALDERÓN

EL UNIVERSAL

DIÁLOGO "ORDENADO E INCLUYENTE", ACUERDO PAN - ZEDILLO

EXCELSIOR

DIÁLOGO PARTIDOS - PODERES, ORDENADO E INCLUYENTE :EZP Y PAN

Novedades

CREARÁN UN FORO EL EJECUTIVO Y PARTIDOS

unomásuno

ACUERDAN DIALOGO AMPLIO

El Sol de México

DIALOGOS FRUCTÍFEROS DE CALDERÓN Y CÁRDENAS CON ZEDILLO

EL HERALDO

INVITA ZEDILLO AL DIÁLOGO A TODOS LOS PARTIDOS



DIÁLOGO POR MÉXICO

LA PRENSA

CONTACTOS POSITIVOS

EL ECONOMISTA.

CONVOCA ZEDILLO Y CALDERÓN A FORO PARA LA REFORMA DEL ESTADO

EL DÍA

CONSULTA CON TODOS LOS PARTIDOS : ZEDILLO

AGENCIA INFORMATIVA DE RADIO Y TV., S.A DE C.V.

TELS. 669 21 48

669 25 55

669 26 96

536 38 48

536 38 51

REFORMA, EL UNIVERSAL, EXCELSIOR, LA CRONICA, EL NACIONAL, NOVEDADES, UNOMASUNO, EL ECONOMISTA, EL DIA, OVACIONES, LA PRENSA, EL SOL DE MEXICO, EL HERALDO DE MEXICO.- El presidente Ernesto Zedillo y el líder nacional del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, iniciaron ayer en Los Pinos un proceso de diálogo “amplio, ordenado, incluyente y sin rigideces”, al cual el mandatario invitará a participar a los dirigentes de los otros partidos políticos y a los poderes públicos. Al reiniciar las pláticas en torno a la Reforma del Estado entre el gobierno federal y el PAN, Zedillo y Calderón afirmaron que “el único camino para encontrar las respuestas a todos los desafíos que enfrenta nuestro país está en el diálogo”. Para lograr estos fines es necesario construir un espacio de encuentro. En la reunión privada de una hora 45 minutos, Felipe Calderón y el presidente Zedillo coincidieron en que para no poner en riesgo los avances logrado y darle celeridad a las transformaciones en México, es necesario construir consensos y condiciones de confianza entre todos los actores políticos y sociales del país, reconociendo con mayor precisión coincidencias y diferencias.

Fernando Lerdo de Tejada, vocero de la Presidencia, explicó que como resultado de estas consultas a los partidos políticos y a los poderes públicos, podrán definirse las características y la mecánica para que el citado foro cumpla con sus propósitos de inclusión, orden, amplitud, lo que permitirá que todas las partes interesadas puedan acordar tanto la temática como los mecanismos para su resolución. Indico que ambos reconocieron “que se han logrado avances notables, tanto en materia económica, como política, pero existen importantes tareas pendientes”. Mientras tanto, el líder panista, afirmó que el presidente Ernesto Zedillo mostró voluntad para dialogar con todas las fuerzas políticas. Señaló, en conferencia de prensa, que los temas sobre los que versó este quinto encuentro fueron la reforma de los poderes Judicial, Legislativo y Ejecutivo, el Federalismo y el Municipio Libre, entre otros. Explicó que decidió acudir solo a Los Pinos y no acompañado de los coordinadores parlamentarios del PAN, porque podría ser motivo para lastimar susceptibilidades o generar malos entendidos.

Minutos antes de que concluyera la reunión del presidente con el dirigente del PAN, llegó a Los Pinos el jefe de gobierno electo del DF, Cuauhtémoc Cárdenas. Los tres coincidieron en la entrada de la casa presidencial donde se saludaron. Posteriormente, Zedillo y Cárdenas comieron en privado y dialogaron sobre la toma de posesión del perredista el próximo 5 de diciembre.

Cuauhtémoc Cárdenas convino con el presidente Zedillo en que es necesario transferir facultades federales al nuevo gobierno capitalino para que funcione eficazmente, y acordaron estar en contacto regular para continuar con el seguimiento de la nueva instalación del nuevo gobierno, la coordinación de funciones entre ambos niveles y tomar, en su momento, las decisiones que conjunta y compartidamente deban asumir. Cárdenas expresó su complacencia por el hecho de que Zedillo aceptó asistir a su toma de posesión, y afirmó que nunca ha dejado de haber diálogo con el jefe del Ejecutivo. Expresó su reconocimiento al primer mandatario por su disposición para fortalecer los espacios de colaboración entre los gobiernos federal y local. Dijo no tener preocupación por los reflectores que acapara Porfirio Muñoz Ledo en la carrera por la candidatura presidencial de su partido "yo voy a trabajar en el Distrito Federal. No tengo preocupación alguna en este momento por cualquier otra cosa. Y si hay alguien preocupado por candidaturas, pues que la trabaje intensamente. Ojalá se queden donde están y nos dejen trabajar en el DF".

LA JORNADA.- A nombre del Gobierno federal, la Secretaría de Gobernación condenó y repudió de manera enérgica la agresión que sufrieron los integrantes de la comitiva que acompañaba a los obispos de la diócesis de San Cristóbal de las casa, Samuel Ruíz y Raúl Vera, al iniciar una visita pastoral en el norte de Chiapas. Pedro Joaquín Codwell, representante gubernamental en el proceso de paz en Chiapas, manifestó su posición mediante un comunicado donde ofreció todo su apoyo y las medidas de seguridad para que dicha diócesis chiapaneca realice sus trabajos religiosos. Sin embargo, precisó que se trataba de una agresión dirigida a los integrantes de la comitiva y no contra los obispos ya mencionados.

EL FINANCIERO.- El esquema de pactos o alianzas entre la cúpula de los sectores público, patronal, campesino y laboral dejará de ser el sustento del programa económico, anunció Guillermo Ortiz Martínez, secretario de Hacienda. Ante senadores de los diversos partidos políticos, el funcionario expuso que la nueva realidad nacional impone que los lineamientos del crecimiento sean acordados por los poderes del Ejecutivo y Legislativo, como clara expresión a la voluntad de la población. Al respecto Eduardo Bours, presidente del CCE, aseguró que el esquema de las concertaciones no está agotado y "debe seguir, pero bajo otras modalidades".

PALABRAS DE HOY

Curiosamente el ataque al convoy de los obispos Samuel Ruíz y Raúl Vera se registra días después de su declaración a favor de reanudar el diálogo y de la paz en Chiapas.

LA JORNADA. QUE NO PIDA PERMISO.- Senadores del PRI y del PAN plantearon la necesidad de analizar reformas constitucionales, a fin de que el presidente de la República, no tenga que pedir autorización al Congreso de la Unión para realizar viajes internacionales de trabajo. Por lo pronto la Cámara Baja solo autorizó al presidente Zedillo realizar su viaje a Washington y Venezuela, decisión inédita en la historia parlamentaria.

LA JORNADA. CIERRE DE CAMPAÑA.- Con actos masivos del PRI en Guadalajara ante más de cuatro mil asistentes, y del PRD en siete municipios de los Altos y el Centro, donde congregó a más de 10 mil manifestantes, este miércoles cerraron las campañas electorales en Jalisco, caracterizadas en dos meses de duración por el austero presupuesto de los partidos y una notoria actividad del gobierno local en favor del proyecto panista.

EL UNIVERSAL. YA SABEN QUIEN ES EL ENTAMBADO.- La Procuraduría General de Justicia de Guerrero confirmó que uno de los tres sujetos ejecutados y depositados en bidones con cemento en la ciudad de Iguala era el otorrinolaringólogo Jaime Godoy, quien presuntamente intervino en la operación practicada al narcotraficante Amado Carrillo Fuentes en la que perdió la vida en julio pasado.

OVACIONES. CARRERA PRESIDENCIAL.- En la carrera hacia el 2000 el espectro de los "presidenciables" habrá de incluir a los gobernadores. La candidatura a la presidencia ya no será exclusiva del gabinete legal, pues el PRI renovado tendrá que seleccionar dentro de una amplia gama de políticos con probada experiencia y capacidad, sostuvo Manuel Bartlett Díaz, al mostrar sus deseos de continuar en la política, aún después de terminada su responsabilidad en Puebla.

EXCELSIOR. LAVADO DE DINERO.- México investiga cientos de casos de lavado de dinero y más de 20 en colaboración con EU, dijo Barry McCaffrey al destacar los esfuerzos mexicanos en la materia. En tanto la Guardia Costera norteamericana aseguró que en ningún momento violó el espacio aéreo o marítimo de México durante una acción antidrogas frente a Acapulco en agosto.

NOVEDADES, DANZA DE MILLONES.- Al menos 300 nuevos funcionarios de la Cámara de Diputados, entre quienes se encuentran el Oficial Mayor y el Tesorero ganan mensualmente entre 25 mil y 50 mil pesos mensuales, 15 mil pesos más que los ingresos que perciben los 500 legisladores, reveló el líder del PT, Gonzalo Yáñez.

UNOMASUNO. CREA EL PRI UN INSTITUTO POLÍTICO EMPRESARIAL.

ENCUENTROS

EL FINANCIERO, RAZONES, JORGE FERNÁNDEZ MENÉNDEZ.- Ayer se puso de manifiesto que la transición política mexicana no está marcada por líneas verticales que separan a unos partidos contra los otros, sino por cortes transversales que atraviesan fuerzas políticas e institucionales. Difícil entender como en Los Pinos se daba una línea y en la Cámara de Diputados otra. Los partidos están viviendo momentos difíciles de definición.

DEBATE

EL SOL DE MEXICO, FAX URGENTE, ÍCARO.- A partir del 11 de noviembre vamos a vivir una de las etapas más interesantes que nos depare el fin de siglo, misma que consiste en el inefable espectáculo de ver a los diputados dictarnos recetas para la felicidad perenne. Lo cierto es que no hay ningún modelo económico perfecto. Si lo hubiese, todos los países lo habrían adoptado y serían ricos.

GRITO

UNOMASUNO, EN EL LLANO, RODRIGO CABRERA.- Patético y angustioso, en verdad, ese grito en la obscuridad (de la Cámara de Diputados) : la *Republique c'est moi* !.

CHIAPAS

LA CRONICA, EDITORIAL.- El neoliberalismo político aplicado en Chiapas, que es dejar hacer y dejar pasar, ha salpicado con sus graves consecuencias las páginas de los periódicos. Otros días las noticias destacan menos, porque los balaceados se llaman Juan Gómez y Pedro Pérez. Pero mientras haya grupos armados al margen de la ley, la sangre seguirá corriendo en ese libre mercado de la violencia, donde todos se sienten el pez grande que tiene derecho a comerse al pez chico

ATENTADO

REFORMA, PLAZA PÚBLICA, MIGUEL ANGEL GRANADOS CHAPA.- El atentado del martes contra la comitiva encabezada por los obispos de San Cristóbal, que produjo lesiones a tres personas, es una grave señal del deterioro creciente en las condiciones de convivencia en Chiapas, propiciado por la suspensión del diálogo entre el gobierno y la insurgencia armada zapatista. Los prelados ya habían sido intimidados en mayo pasado

- DIÁLOGO** **EL UNIVERSAL, PULSO POLÍTICO, FRANCISCO CÁRDENAS CRUZ.-** Mientras el líder nacional, Felipe Calderón y el jefe del gobierno electo del DF, Cuauhtémoc Cárdenas, se reencontraron con el presidente Zedillo en Los Pinos, los coordinadores Carlos Medina y Muñoz Ledo pararon los viajes presidenciales. Como quiera que se vea representa un doble triunfo personal y político de Porfirio.
- NARCO** **EL UNIVERSAL, INDICADOR POLITICO, CARLOS RAMIREZ.-** Muy a destiempo se supo por qué el canciller Gurría fue al EU el 22 de octubre como jefe de la delegación sobre temas del narcotráfico. En el fondo hay una diplomacia secreta de Gurría que actúa a espaldas del Senado y va al país vecino a ceder soberanía.
- CARDENAS** **EL ECONOMISTA, ENGRANE, ADRIAN TREJO.-** Cuauhtémoc Cárdenas asumirá el gobierno del DF con el apoyo del presidente Ernesto Zedillo, ya que algunos gobernadores priístas comienzan a evidenciar envidia. El nuevo gobernador capitalino no podrá quejarse. Llega con la mesa puesta. Se informa por otra parte que Esteban Moctezuma ya renunció a la Secretaría Técnica del Consejo Político Nacional del PRI.
- PRIGIONE** **EL UNIVERSAL ITINERARIO POLÍTICO, RICARDO ALEMAN.-** Ocupada la opinión pública por notas escandalosas, casi pasó inadvertida la celebración de la asamblea de la Conferencia del Episcopado Mexicano. Los obispos rompieron reglas e impusieron a Justo Mullor límites para que no tenga injerencia en conflictos como el de Chiapas, hoy tensado por el atentado contra Samuel Ruíz y Raúl Vera.
- POLITICA** **EXCÉLSIOR, FRENTE POLÍTICOS, AURORA BERDEJO ARVIZU.-** Día de diálogo. Afortunadamente, a un mes de la toma de posesión como jefe del gobierno de la capital de la república de Cuauhtémoc Cárdenas, el diálogo fue la marca, la señal que de manera conjunta se dejó sentir desde tres de los más importantes frentes de la acción política del país. Llama la atención que todo lo que hace Cuauhtémoc Cárdenas, para algunos, tiene doble interpretación

REFORMA

EXCELSIOR, ARTÍCULO, SERGIO GARCÍA RAMÍREZ.- Llega al escenario de nuestros días un tema fundamental de la nación mexicana : la Reforma del Estado. Ello interesa profundamente a la nación en pleno. Dicha Reforma debe tener un gran protagonista, al igual que un gran destinatario : la nación misma. Lo demás es división del trabajo, formalidad, procedimiento. Todo esto importa, pero nada de esto basta.

PRESIDENCIA

REFORMA, AGENDA CIUDADANA, LORENZO MEYER.- La presidencia ha dejado de ser el único eje sobre el que gira el proceso político mexicano ; sus constantes fracasos políticos y económicos la han obligado a devolver parte del poder expropiado a otros actores del drama político.

BOLSA

EL FINANCIERO, AGENDA CONFIDENCIAL, LUIS SOTO.- Las autoridades no se han puesto a pensar que las mafias organizadas y las empresas "triple A" que cotizan en la bolsa Mexicana de Valores son las únicas que se han incorporado rápidamente al proceso de globalización.

LOS PINOS

REFORMA, TEMPLO MAYOR, F. BARTOLOMÉ.- Día de contrastes entre Los Pinos y San Lázaro. El espíritu de colaboración de Calderón y Cárdenas contrastó con la actitud de la actitud de la oposición parlamentaria frente al Ejecutivo. Hay rigidez, cerrazón, afán de obstaculizar. La sopa de cilantro, el pescado a la sal y la gelatina que compartieron Zedillo y Cárdenas fue algo más que **compartir la sal**.

PAN

NOVEDADES, A FONDO, JUAN RUÍZ HEALY.- En el partido Acción Nacional soplan vientos de tormenta. Al interior hay señales de división. Contradicciones en los mensajes y, sobre todo, evidencias en la conformación de al menos cinco corrientes. Entre ellos los visibles están el grupo Fox-Medina ; el Diego-Creel ; el Alvarez-Barrio ; la dupla formada por Rufo-Terán y el equipo formado por Calderón-Castillo. No son meras diferencias de matiz.

RAYUELA

Rasurada del zar en caliente

ECONÓMICO FINANCIERAS

EL HERALDO DE MEXICO.- El Presupuesto de Egresos de la Federación para 1998 ascenderá a 808 mil millones de pesos, y en materia de federalismo se integrarán en una sola partida los recursos para educación y salud, y 65% de la partida secreta, con un presupuesto aproximado de 90 mil millones de pesos, se destinará a provisiones salariales y a contingencias en esos rubros, informó Guillermo Ortiz, secretario de Hacienda.

LA PRENSA.- El director general de la CFE, Rogelio Gasca Neri, propuso a los diputados establecer una política tarifaria de largo plazo que contemple incrementos anuales de 6.2% por arriba de la inflación, para garantizar el suministro de la energía y las inversiones que requiere ese sector.

LA JORNADA.- Reportan las autoridades policiacas el robo de equipo de alumbrado público, incluso frente a la PGR y Los Pinos. Son redes bien organizadas de trabajadores y extrabajadores de CFE que les reporta utilidades de más 4 millones de pesos anuales.

EL SOL DE MEXICO.- Durante la primera temporada de exportación de aguacate , que inició ayer al enviarse una remesa desde Uruapan, México captará 20 millones de dólares por la venta de este producto a EU, ya que son 130 millones los potenciales consumidores estadounidenses, aseguraron los titulares de la secretaría de Agricultura, Francisco Labastida, y de Comercio, Herminio Blanco.

TODOS LOS DIARIOS.- para 1998 Petróleos Mexicanos tendrá el programa de expansión más ambicioso que haya emprendido en los últimos 20 años, así lo informó el secretario de Energía, Luis Téllez, al precisar que continuará el desliz en los precios de los productos y servicios del sector energético. Asimismo informó que en caso de la desincorporación del 49% de la petroquímica, bajo el control del estado, este continuará.

EL ECONOMISTA.- Los mercados bursátiles del país registraron una pérdida de 29.85 puntos, es decir, un retroceso de 0.62%, para colocar el IPC en las 4 mil 823.62 unidades. A su vez el dólar ganó 4 centavos con respecto al peso

EL UNIVERSAL.- para 1998 el gobierno federal prevé un endeudamiento externo por 5 mil millones de dólares y un interno por 65 mil millones de pesos, para el financiamiento de obras de infraestructura y proyectos de inversión, principalmente en el sector energético. Así lo establece un documento interno de la SHCP.

DOLAR

COMPRA \$8.00

VENTA \$ 8.30

BQLSA

- 0.62%

Siempre!- Presenta en la portada a Jorge Lanckenau con las bolsas del pantalón repletas de dólares y una balanza en el mano, bailando de gusto frente a Jorge Madrazo Cuéllar, quien solo se cruza de brazos .

En su editorial destaca que el diálogo Zedillo - Calderón lleva implícitos tantos riesgos como oportunidades. Las circunstancias del país exigen que ese encuentro rebase los límites y las formalidades de una mera conversación entre partidos, organizaciones y sectores para conocer sus opiniones acerca de la Reforma del Estado y se convierta en una gran convocatoria para que el país, bajo la conducción del presidente de la República, elabore una nueva Constitución. Y es que con esta actitud, lo mismo de Calderón que de Zedillo, se puede frenar las intenciones fundamentalistas que unos cuantos -el bloque opositor- quiere imponer a todo el país.

En otra información, Joaquín Hernández Galicia, advierte en entrevista, sobre la carta que recientemente enviara Carlos Salinas de Gortari a la opinión pública, en la que crítica la forma en como la PGR ha actuado en el caso penal de su hermano Raúl, y señala: "es un cínico. Salinas fue el presidente más perverso y abusivo que hemos tenido". Manifiesta que el ex presidente es un enfermo mental que jamás respeto el régimen de derecho que ahora invoca como sagrado. "Manchó a los tres Poderes de la Unión".

José Angel Conchello advierte, por otra parte, las ganas de decirle al primer mandatario que la crisis de los especuladores demostró que éstos no tiene confianza en su gobierno, ni es sus programas, ni en sus reformas y que todos sus mitos de disciplina monetaria o fiscal, o han sido falsos o no han servido para nada, porque el pobre peso mexicano se ha vuelto a achicar. Los especuladores internacionales desconfían de México.

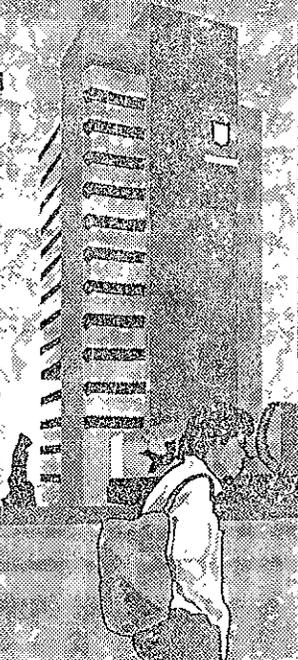
Virgilio y Enrique Andrade Palacios, señalan, por su parte, que el reciente escándalo protagonizado por el grupo financiero Abaco Confía ha puesto al descubierto la enconada lucha entre el estado mexicano y un bien definido feudo de poder, ubicado en la tierra de los Salinas de Gortari. Y como se ve, Lanckenau Rocha no es más que la cabeza visible de un montaje empresarial, creado para captar dinero en beneficio de una organización fascista, cuyo fin último es el poder político.

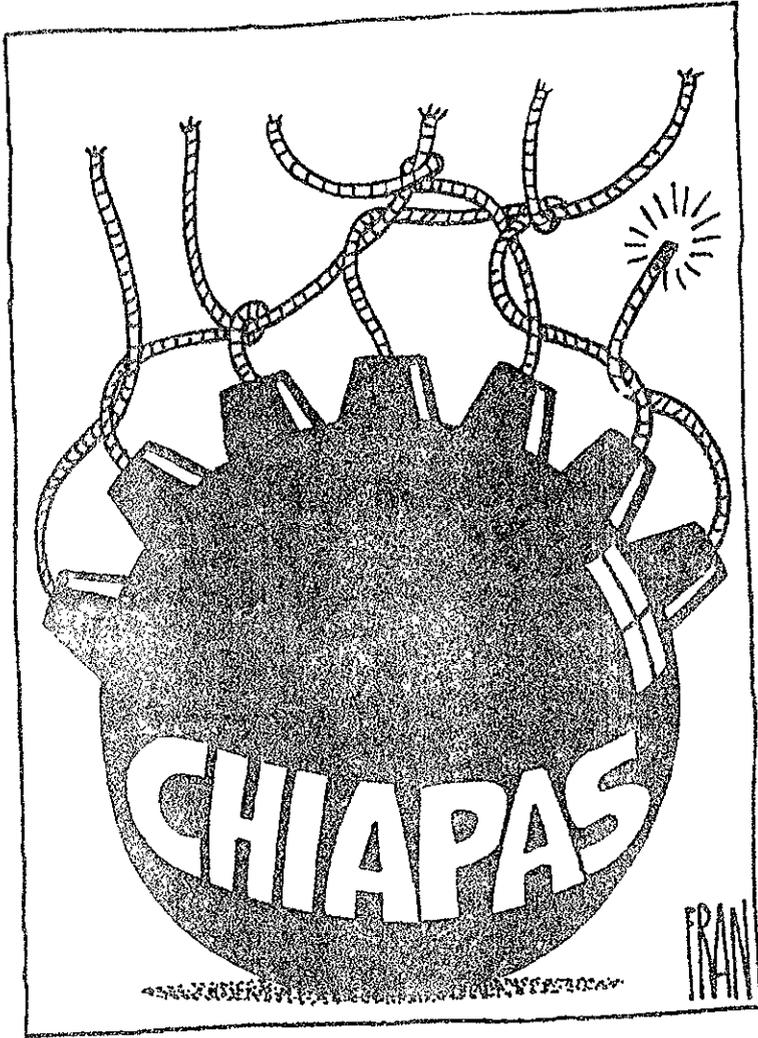
Finalmente se publica que a partir de diciembre próximo, la Cámara de Diputados realizará un programa de auditorías a las dependencias federales, que incluirá por primera vez en México a la presidencia de la República. En entrevista, Felipe Cantú, diputado del PAN, advierte que "el despacho del presidente tiene en 1997 un presupuesto de 921 millones 480 mil pesos. Sin embargo puede disponer de los 38 mil 339 millones 308 mil pesos del rubro de Provisiones Salariales y Económicas, más de tres veces de los asignado al combate a la pobreza

La "partida secreta" en la UNAM

Equivale a 30% del presupuesto federal que recibe al año -casi 6,500 millones de pesos- y está denominada como ramo 911, aunque en los registros contables no está asentada.

- El monto que se le asigna asciende a 1,944 millones 978 mil 620 pesos
- Dicha partida representaría casi la mitad de lo que se destina a la docencia (65%)
- Es más de lo que se invierte en investigación (26.1%)
- Está muy por encima de lo que se destina a la educación media superior (cinco CCH y nueve preparatorias) a la que se le asigna poco más de 825 millones de pesos (12.7%)
- A la educación de posgrado sólo se le destina 5.4% del presupuesto
- A investigación en ciencias y desarrollo tecnológico, 17.6%
- A investigación en humanidades y ciencias sociales, 5.6%
- A difusión de actividades artísticas, científicas y culturales, el 2.7%





ATENTAMENTE
AGENCIA INFORMATIVA DE RADIO Y TELEVISION