



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

"ANÁLISIS Y DISEÑO OPTIMO DE LA SECCION
CULTURAL DE NOTIMEX"

T E S I S

Que para obtener el Título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P r e s e n t a

MA. ELENA DURAN GONZALEZ



Director de Tesis:

Lic. Fernando Munguía Rodríguez

México, D. F.

Septiembre 2000

283562



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.

**PARA MI HIJA NATALIA PORQUE SU PRESENCIA LLENA DE LUZ
MI CAMINO
A MI MADRE POR DARME LA VIDA, A LA MEMORIA DE MI
PADRE... A MI AMADA HERMANA CARMEN POR CREER EN MI,
POR ESTAR SIEMPRE...
A MIS HERMANOS CESAR Y OSCAR POR LO QUE HEMOS
VIVIDO...**

**AGRADEZCO EL INTERES DE FERNANDO MUNGUIA , EL
APOYO DE ANA GUTMAN A JULIO AMADOR PORQUE ME
BRINDO ESPERANZA , A IRMA LOMBARDO POR SUS PALABRAS
ALENTADORAS Y A NORA SANTACRUZ POR SU CERTEZA. A
TODOS ELLOS GRACIAS POR SU EMPEÑO.**

**GRACIAS A MIS AMIGAS CLARISSA ,MIRNA, LAURA, LARISSA
Y CLAUDIA...
Y A JAVIER GARCIA POR SU VALIOSA AYUDA.**

**A IVAN POR SU AMOR
A GABRIEL POR SU PASION
A LUIS FERNANDO POR EXISTIR
A ROBERTO POR SU AUSENCIA...**

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	8
<i>Un poco de historia</i>	8
Agencias Internacionales	12
Agencias Nacionales	12
Agencias Regionales	13
Agencias Especializadas	14
CAPITULO II	17
Breve Historia	17
Atribuciones	18
Objetivos generales	19
Objetivos específicos	20
Los Directores...	21
Notimex... en la Radio y la Televisión	21
La Descentralización	24
El Corazón de Notimex.-Oficinas Centrales	25
Notimex y sus servicios	26
Hilos informativos	26
Revista: El Hilo de Notimex	34
Un logro llamado CEDOC	35

CAPITULO III	37
Notimex y su papel como difusora de la cultura...	37
Análisis del hilo cultural de Notimex	43
Planteamiento de periodos de análisis	43
Cuadros del 22 al 31 de mayo de 1996	46
Cuadros del 22 al 31 de mayo de 1997	51
Cuestionario aplicado a los usuarios de la sección cultural de Notimex	56
Gráficas	57
Cuestionario aplicado al personal que labora en la sección cultural de Notimex	69
Gráficas	70
Cuestionario aplicado al jefe de sección cultural de Notimex	81
CONCLUSIONES	83
Proyecto para el funcionamiento óptimo de la sección cultural de Notimex	84
Objetivo	84
Planteamiento	84
Delimitación	85
Diagnóstico	88
Objetivos generales	89
Objetivos particulares	89
Estrategia	89
Plan de trabajo	90
El personal del área	90
Definición de actividades del personal	91
Dinámica de comunicación laboral	92
Sistema de comunicación con usuarios	92
Capacitación	92
Servicio Social	92
BIBLIOGRAFÍA	94

INTRODUCCION

Ahora más que nunca la información adquiere un carácter de vital importancia en el diario acontecer del hombre, no solo para conocer su entorno sino para formar y determinar la conciencia social, política y cultural del mundo moderno.

Ninguna sociedad se puede explicar sin medios de comunicación; diariamente en el mundo transita un gran flujo de información, misma que es distribuida de un continente a otro a través de redes de circulación que apoyadas en los adelantos tecnológicos han logrado vencer la distancia y el tiempo en pro del desarrollo de la humanidad.

Esta diaria lluvia de información requiere ser, recibida, en ocasiones traducida, analizada y ordenada, antes de ser transmitida a los medios de comunicación, (prensa, radio, televisión...) mismos que la presentarán finalmente a su base consumidora. Este trabajo de organización y codificación, la realizan justamente las agencias de noticias, estas funcionan como intermediarios de la información, es decir, centralizan, orientan y organizan la circulación de noticias, operan como un filtro de recolección que facilita el procesamiento de la información, así como la interpretación de los hechos, y la difusión objetiva y veraz de la misma, por lo que resultan ser un apoyo fundamental para los medios de comunicación de cualquier sociedad. Es justo aquí, donde radica la importancia y trascendencia de estos organismos en la planeación política de comunicación social y cultural de un país, e incluso de la proyección de este al extranjero.

Actualmente, los medios electrónicos de comunicación no serían competitivos sino fuera por el apoyo de las agencias, desgraciadamente, no todos los países pueden saborear las mieles de la avanzada tecnología, especialmente el tercer mundo, mayoritariamente los países latinoamericanos, que al no lograr reforzar una agencia nacional que constituya una estructura propia de comunicación e información, y ante la necesidad de existir en la opinión pública mundial, deben permitir que sean las agencias internacionales o mundiales las encargadas de desarrollar sus políticas informativas, aunque estas, puedan llegar a afectar seriamente los intereses nacionales, por lo tanto deben mantener esta dependencia que representa un severo obstáculo para el desarrollo e independencia política de su país.

Esta situación se presenta de manera distinta en el caso concreto de México, que si cuenta con una agencia nacional de noticias (Notimex), cabe mencionar, que fundamenta su importancia ante la labor de difundir el acontecer nacional e internacional a toda la república, así como a los más importantes medios de comunicación masiva del Distrito Federal.

Tomando en cuenta la importancia de la difusión cultural como una actividad noble y necesaria por excelencia, resulta interesante detectar y definir el funcionamiento de la sección cultural de Notimex, con el afán crítico de lograr el mejoramiento y la actualización necesaria, y reforzar la política de difusión social del mismo gobierno a través de la agencia.

Generalmente se estudian los medios de comunicación que tienen contacto directo con el público, "es imposible comprender los cambios sociales y culturales, si no se conoce el funcionamiento de los medios"¹, pero, y que hay de los organismos, en este caso las agencias (Notimex), que representan el primer eslabón en esta compleja cadena informativa, que tienen contacto directo con la información generada a nivel mundial, y con los medios informativos que desencadenan la información a escala nacional.

Otro aspecto importante, es que la mayoría de los comunicadores que realizan análisis políticos, se informan de esta fuente para así generar más adelante diversas opiniones, es decir, que con la información enviada por las agencias, estos sustentan sus juicios, para así determinar la valoración de los hechos no sólo a nivel nacional sino internacional.

Los medios de comunicación, no podrían cubrir todos los acontecimientos nacionales y mundiales por sus propios medios de recolección, el costo sería elevadísimo y debería contar con una amplia cadena de corresponsales, oficinas regionales, y equipo en telecomunicaciones, pero esto no resultaría rentable, sin embargo bajo el pago de una tarifa, en una agencia, los medios cuentan con beneficios evidentes con respecto al respaldo informativo.

¹ Uribe Riva, Pedro.- Estructura de la información periodística. México, Fondo de Cultura Económica, 1977, pág. 25.

Lo anterior, nos permite pensar en la importancia de la presente investigación, para lograr determinar la funcionalidad de la sección cultural de Notimex, como promotora de las diferentes manifestaciones culturales de nuestro país, y de la trascendencia de estas, en el rescate de una cultura popular que reflejara fielmente, las raíces y la historia de un pueblo, así como sus inquietudes y sus tradiciones.

Si comprendemos el origen de la cultura como rasgo humano, puede considerarse como la mayor capacidad del hombre para adquirir conocimientos mediante la experiencia y comunicar lo aprendido. Tanto la enseñanza como el aprendizaje da como resultado el desarrollo de la cultura característica de cada grupo social humano.²

Como la cultura se trasmite mediante procesos de enseñanza y aprendizaje, tanto formales como informales, la parte esencial de la cultura se encuentra en las pautas incorporadas en las tradiciones sociales del grupo. El hecho de que una obra como los *Conciertos de Brandeburgo* de J.S. Bach, se transmitan con mayor difusión por la radio o la televisión hoy en día; los cuadros que solo podían ser apreciados por un número reducido de personas en castillos o casas particulares y hoy tenemos excelentes reproducciones que se pueden comprar en puestos de periódicos ¿los hace o convierte en cultura popular?. Una condición necesaria para el desarrollo de la cultura (tanto de la alta como la popular), ha sido el acelerado crecimiento de la tecnología de los medios de comunicación.

La cultura consiste en los juicios de valor que se determinan según la relación de las condiciones de vida de cada sociedad. Conocimientos, ideas, creencias, valores, normas y

² Existen varias definiciones clásicas de grupo social, dignas de ser mencionadas:

1. Fue Cooley (1909) el primero en introducir el concepto de grupo primario, definiéndolo por las relaciones directas, los vínculos personales y el fuerte sentimiento de cohesión que allí se manifiesta.
2. Homans (1950) definió al pequeño grupo como "cierto número de individuos que se comunican entre sí durante un determinado período y bastante poco numeroso para que cada uno pueda comunicarse con los demás, no por persona interpuesta sino cara a cara".
3. Kelley y Thibaut (1959) consideran que "un conjunto de individuos se convierte en grupo en la medida en que los miembros aceptan una tarea común, se hacen interdependientes e interactúan para realizarla".
4. Mc David y Hazari (1968) ponen en relieve los aspectos psicosociales del grupo, definiéndolo como "un sistema organizado y compuesto de dos o más individuos que son interdependientes, de tal suerte que el sistema realiza una función, posee un conjunto de roles que ligan a sus miembros así como un sistema de normas que rigen el funcionamiento del grupo y el de cada uno de sus miembros".

Estos diferentes enfoques nos permiten dar la siguiente definición:

Un grupo es un conjunto social, identificable y estructurado, caracterizado por un número restringido de individuos y en el interior del cual éstos establecen unos lazos recíprocos y desempeñan unos roles conforme a unas normas de conducta y valores comunes en la persecución de sus objetivos.

sentimientos que prevalecen y determinan la conducta de una sociedad y directamente se refleja en las relaciones entre el arte y la sociedad, esta se plantea como una interdependencia con obvia combinación de contenidos y formas.

Es importante fortalecer la vida cultural de un pueblo, porque ofrece al hombre la posibilidad de convertir su tiempo libre, en tiempo para la meditación y recreación y no en tiempo de ocio. La cultura y la participación en ella, establece relaciones temporales entre las diversas actividades de un ser humano socialmente activo, por lo tanto es un instrumento conceptual de clara influencia en la conducta del individuo, de integración social. La cultura es un fenómeno social valorado por sus implicaciones colectivas.

Como lo menciono anteriormente, se analiza el funcionamiento informativo de la sección cultural de Notimex, por medio de entrevistas con los suscriptores, porque son ellos los que expresan las reales necesidades y carencias a las que se enfrentan, obteniendo sugerencias. Dentro de este gran marco de información y contenidos, se configuró un diagnóstico y, con las propuestas obtenidas planteo las modificaciones necesarias, para brindar un servicio eficiente, dentro del área cultural, que resuelva las necesidades de los suscriptores.

Para esta investigación manifiesto el interés profesional de igual manera que el personal, esto, por la confianza que deposito diariamente en el proceso de comunicación, como la capacidad más atesorada del ser humano.

El problema que se aborda con la presente investigación es el siguiente:

México es rico en folklore y tradición, el peligro de que este antecedente histórico cultural se pierda, en la actualidad es latente. La *globalización*, que se vive en el mundo opaca las actividades culturales que brindan la identidad de cada nación. La cultura en nuestro país de rasgos españoles e indígenas, resulta ser una exquisita forma de manifestar la necesidad de comunicar al mundo entero el sentir de un pueblo. Esta polaridad es justamente la que genera riqueza cultural en nuestro país, lo cual refleja una incesante necesidad de manifestarse y de reafirmarse de forma armónica con el entorno social.

El acontecer cultural, es una actividad natural del hombre, sin importar su condición social, política o económica, *el hombre es en sí, cultura misma, perder de vista este punto puede llevar a la humanidad a perder su propia identidad cultural, y esto es precisamente el valor del presente estudio, ¿resulta adecuado el servicio informativo de Notimex para que los medios de comunicación obtengan la información del amplio acontecer cultural de nuestro pueblo?...*

Las actividades culturales ofrecen la posibilidad de resolver y renovar valores de identidad, que generan a su vez un ser humano, sensible y capaz de resolver y de entender sus problemáticas de manera armónica.

Reitero, la cultura despierta en el hombre la sensibilidad necesaria para adquirir y defender sus valores sin perder la noción de su entorno sociopolítico. La actividad cultural fortalece su capacidad de establecer relación en las diversas actividades buscando siempre la integración social; la cultura incrementa una actitud creativa, que modifica la conducta y la personalidad.

El gobierno de México, intentando no sólo rescatar sino proyectar toda esta rica gama cultural, ha generado una política de comunicación cultural, basada especialmente en el apoyo y difusión de las diversas manifestaciones culturales del país en todos los ámbitos.

La tarea resulta difícil, -si a mayor difusión le sumamos la penetración de valores diferentes, de culturas extranjeras-, el generar un sentimiento de simpatía ante la cultura, esto por la ignorancia y por la falta de una educación cultural representa un grave problema social que desintegra y afecta el sentimiento patriótico y de identidad nacional. Este es el punto donde la presente investigación adquiere más importancia. Ya desde hace algunos años, se desempeña una importante labor para lograr sensibilizar a la población en general, al mismo tiempo que se pretende generar una educación cultural más amplia y más actual, de manera tal que la cultura pueda llegar a ser una parte importante dentro del desarrollo familiar, profesional e incluso político de nuestro país.

En México se cuenta con instituciones varias que juntas luchan en pro del arte³ y la cultura, sin duda el más importante de ellos en la actualidad resulta ser, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes mismo que a su vez agrupa importantes instituciones de gobierno o privadas de trascendencia internacional como el Instituto Nacional de Bellas Artes, que a su vez cuenta con un gran número de museos y de escuelas de artes.

Incluso ahora se cuenta con un gran Centro Nacional de las Artes, que como objetivo primordial pretende ser una Universidad de las artes.

Ante esta nueva política es necesario diagnosticar si todas estas actividades y eventos realizados por estos Institutos tienen la difusión suficiente para llegar al mayor número de población, es aquí donde los medios adquieren la responsabilidad de ofrecer una cobertura amplia que no sólo satisfaga las necesidades del público asiduo a la cultura, sino también el de despertar el interés y reafirmar la conciencia en quienes se mantienen al margen del acontecer cultural del país. Por lo que Notimex, adquiere esta política de difusión y apoyo y la responsabilidad de fortalecer su sección cultural ya que ésta, resulta ser uno de los importantes eslabones que pueden determinar el óptimo desarrollo de una política de comunicación y difusión cultural.

Es objeto de este trabajo la detección y asimismo solución a posibles problemas en la sección cultural de Notimex:

- En primer lugar se efectuó una revisión conceptual sobre el periodismo informativo, al tiempo que se establece una relación armoniosa con respecto a la importancia de la difusión cultural, para analizar la relación forma-contenido, del proceso de comunicación cultural en Notimex.
- Después, por medio de cuestionarios y entrevistas se da forma a un análisis del funcionamiento informativo cultural, lo cual permite tener un panorama más amplio, para establecer lineamientos de juicio. En esta parte de la investigación se conjuntaron

³ Se llama comúnmente arte en sentido propio a toda actividad humana cuyos resultados y procesos de desarrollo pueden ser objeto de juicio estético, y, consiguientemente, a cada una de las formas de expresión artística. Akoun, Andre *et. al.* Las Artes, Bilbao, Ed. Mensajero, 1977, pág. 15.

testimoniales, no sólo del personal que labora en esta sección, sino también de los suscriptores, para lograr que la información presentada sea lo más objetiva.

- *En la tercera etapa se conjunta la información, logrando un diagnóstico que representa la base para lo que será la propuesta de una sección cultural, que en condiciones optimas, permita lograr la veracidad y objetividad, deseada y necesaria para el diario desarrollo de una política de difusión y de comunicación cultural no solo a nivel nacional sino Internacional.*

Lo mencionado anteriormente permitió:

1. Analizar la importancia de la sección cultural de Notimex y el proceso de la información cultural en la agencia.
2. Analizar la relación de la agencia y los suscriptores, así como la eficiencia o deficiencia del servicio (Hilo Informativo) cultural.
3. Establecer los criterios de vinculación entre información, objetividad, veracidad y la base tecnológica de la agencia.

Cabe mencionar, que esta investigación esta documentada, con bibliografía especializada en el tema, que permitió la estructuración adecuada del cuestionario de validación que se aplicó para dictaminar la eficacia del servicio cultural de la agencia. También se realizó una guía de entrevistas con los ejecutivos de los medios y los usuarios.

El cuestionario contempla aspectos, conceptuales, técnicos y laborales que permiten establecer un panorama de la funcionalidad de la sección, con respecto a las necesidades contempladas por los medios, esto con el fin de obtener propuestas reales que orientaron el desarrollo de la investigación misma.

Es de esta manera como se llegó a un diagnóstico, que en su estructura contempla los aspectos más fundamentales para lograr que desempeñe -el área cultural de Notimex- sus tareas y funciones para la que fue creada, en condiciones más óptimas.

CAPITULO I

Las Agencias Informativas

Un Poco de Historia...

Debido al proceso de industrialización Gran Bretaña, Francia y Alemania entre otros, y a la necesidad constante de tener un flujo de información de Oriente y América, es a mediados del siglo XIX, cuando se generan las necesidades que propician el nacimiento de los sistemas informativos, y el desarrollo de los mismos, debemos ubicar en el contexto histórico del momento al telégrafo eléctrico, como el adelanto tecnológico idóneo para transmitir información ante grandes distancias. En América *"Los Estados Unidos dieron cuenta de los primeros esfuerzos en la caza de noticias, cuyo envío dependía de las postas, de los viajes en embarcaciones fluviales o marítimas, y de las palomas mensajeras"*¹

Las agencias surgen como la alternativa más barata de incorporar los avances tecnológicos en "pro" de la conquista informativa del momento, ofreciendo información de varios puntos geográficos, distantes entre sí.

Mantener una amplia red de corresponsales no es costeable, por lo que, aunque el periódico decidiera mandar algún corresponsal al lugar de los hechos, siempre estará en posibilidades de complementar sus notas con información de una agencia informativa. *"Las comunicaciones crecientes, y la urgencia de contar con una información certera y rápida, sobre todo de carácter financiero y comercial, capaz de pesar en el curso de las operaciones bursátiles mundiales, o de influir en el gran tráfico mercantil, llevó a la creación de importantes agencias de prensa, para la bolsa y después para las empresas meramente periodísticas"*²

¹ Carlos Avelar Acevedo. - Breve historia del periodismo, pág. 213

² Carlos Avelar Acevedo. Op. Cit, pág. 215.

El desarrollo periodístico esta íntimamente relacionado con los avances tecnológicos, y con los acontecimientos sociales que por su trascendencia han causado aceleradas modificaciones que, como resultado, generan una avanzada red de comunicación informativa con trascendencia mundial.

Con los avances tecnológicos de la época (telégrafo, cables submarinos, el teléfono y los teletipos) las agencias se auxiliaron para así lograr que el tiempo de difusión de las noticias disminuyera notablemente.

Es así como en 1825, Charles Havas ante esta nueva necesidad, establece una oficina de traducciones para trabajar con los diarios extranjeros que circulaban en París, y ofrecer este servicio a los financieros, diplomáticos y comerciantes interesados en el acontecer de la época.

Más adelante generó una pequeña cadena de corresponsales, esto agilizó la información y era un servicio que resultaba más económico para los medios, por lo que fue requerido por los diarios parisinos y algunos de provincia.

Aproximadamente 10 años más tarde la ya conocida Agencia Havas traspasa las barreras nacionales al fusionarse con l'Agence des Feuilles Politiques Correspondance Generales, y juntas logran conformar una importante red informativa, misma en la que colaboraba Bernhard Wolff y Paul Julius Reuter quienes más tarde conformaran en 1851 en Inglaterra, Reuter Telegraph Agency y Wolff establece su agencia en Alemania, para así trabajar la zona de Rusia y los países escandinavos .

En poco tiempo surgían nuevas agencias que trabajaban a la sombra de las ya enormes de Europa (Havas, Reuter y Wolff) pero que empezaban a delimitar zonas de acción y de influencia informativa, este desarrollo genera como consecuencia expansiva de las propias agencias, incluir a América como zona de importancia y de acontecimientos informativos que se reflejaban en Europa, por lo que se generan nexos informativos entre ambos continentes, obteniendo así la oportunidad de conocer otras culturas, despertando todo un mundo de expectativas que a su vez generarían una conciencia informativa en cada nación. La rivalidad entre los periódicos se daba por la obtención de información en menor tiempo

ya que esto determinaría su prestigio en el medio, y la posibilidad de satisfacer a un público deseoso de información constante y actualizada, es justo en este punto donde nacen las agencias estadounidenses de noticias. *"Samuel Topliff y Harry Blake están considerados como los precursores del negocio de reunir noticias. Topliff estableció la primera "sala de redacción" en Boston a principios del siglo XIX"*³.

Al estallar la primera guerra mundial, existía la censura informativa por motivos de seguridad, se torna más violento durante la segunda guerra donde la información era de vital importancia, esto genera una lucha de poder informativo, que marca dos bloques de influencia bien definidos, las agencias de Norteamérica y la alianza de las asociaciones europeas de prensa. Después de esta experiencia, se generan las reglas del juego y se establece en las naciones unidas (ONU) los tratados del derecho a la información, con lo que se inicia una competencia pareja entre las agencias.

Sin duda alguna la segunda guerra mundial es el catalizador que obliga al mundo entero a ocupar su tecnología y su destreza para lograr incursionar en el mundo de la información, es así como surge en 1944 la Agence France Presse ante la asociación de un grupo de periodistas, como anteriormente en 1917 ante el desarrollo de la revolución Socialista se crea la Agencia de Noticias de Petrogrado que un año más tarde conformaría la Agencia Telegráfica Rusa, y es hasta 1925 cuando se convierte en TASS.

El contexto político es un factor de gran importancia para la conformación de una agencia, algunas nacen ante la necesidad gubernamental de proyectar el acontecer del país, mientras que otras surgen por alguna finalidad mercantil de empresarios privados, y otras se establecen para satisfacer necesidades informativas de varios medios impresos (privada). También existe la modalidad de las agencias de carácter mixto es decir que se establecen con capital privado y federal.

Dependiendo de su infraestructura las agencias se manejan por zonas de influencia, existiendo en la actualidad todo un mapa de rutas informativas. Actualmente los avances tecnológicos en el campo de las telecomunicaciones permiten que los acontecimientos de

³ F.Fraser Bond - Introducción al Periodismo.- -pág. 173

interés informativo (noticia) se den a conocer tan sólo unos minutos después de ocurrir en cualquier punto del planeta, esta evolución ocasiona una clara transformación del panorama social del mundo.

La exigencia de una rapidez cada vez mayor en la transmisión ha jugado también un papel importante, al reclamar instalaciones y técnicas perfeccionadas altamente especializadas.

Las agencias informativas estructuran una amplia e importante red que alimenta a los medios de comunicación, por lo que son punta de lanza en el mundo de la comunicación informativa. *"Agreguemos que la multiplicación de las agencias nacionales y su importancia creciente como distribuidoras en su país del cuadro de conjunto: las agencias nacionales, armadas a menudo del monopolio de derecho o de hecho de la distribución de las noticias, pueden fácilmente y sin que nadie lo advierta operar una selección, más o menos orientada en la masa de documentos de información, cuando no una censura."*⁴

La explosión de los medios informativos transforma el paisaje social, tanto en el interior de cada nación como a escala internacional. La tecnología permite frecuentemente una transmisión instantánea de la información, es así como cotidianamente la tecnología se encuentra *"realizando la profecía de la "aldea mundial" - y al mismo tiempo consolida la potencia hegemónica de los países más industrializados"*.⁵

Esto sirve de parámetro para comprender que el periodismo ha funcionado como causa y efecto dentro del acontecer informativo mundial, de la misma forma entendemos que el proceso de creación, desarrollo y proyección de una agencia de noticias está supeditado a múltiples factores que determinaran su presencia o incluso su desaparición, en el complicado mercado de la información en donde la prueba más difícil es informar de forma objetiva, veraz y oportuna.

⁴ Roger Clause, *Sociología de la Información*. -pág. 69.

⁵ Francis Balle, *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos*, pág 39.

Agencias Internacionales

Las agencias mundiales se conforman en un principio como agencias nacionales del país donde se fundaron, manejan una red de corresponsales al interior de éste, y al mismo tiempo manejan una red de corresponsales dispersos en otros países, incluso oficinas en otros países, es decir una red interior y otra al exterior, por lo que mantienen contacto con todo el mundo y participan con la difusión del acontecer en el ámbito mundial. Estas agencias a su vez abastecen de información a diversas agencias nacionales.

Así define E. Lloyd Sommerland a las agencias mundiales, *"cada una tiene una extensa red mundial de corresponsales y otras fuentes de noticias. Todas ellas pueden dar noticias internacionales. Tienen clientes en todo el mundo, a los que proporcionan un servicio de noticias totales o especializadas. En muchos casos, venden sus servicios a una agencia nacional de noticias, la que a su vez, los redistribuye a los medios informativos locales o bien a otros clientes"*⁶

En función de la extensión es que se define una agencia, ya que considerando sus servicios y la distribución de los mismos sabemos si tratamos con una agencia mundial o nacional, *"una agencia informativa internacional o mundial es una organización que tiene una esfera de acción muy extensa y ofrece una gran amplitud de información mundial y distribución de noticias en gran escala a los suscriptores de muchas naciones"*⁷

Las Agencias Nacionales

Se encargan de la recolección informativa por medio de su red de corresponsales a nivel nacional y las noticias extranjeras por medio de agencias con las que ya tiene convenios establecidos, después esta información es analizada, y organizada para crear el servicio informativo que será distribuido al propio país, y para los extranjeros de otras agencias; funciona de esta manera para agilizar el libre flujo de información, tanto a nivel nacional

⁶ E. Lloyd Sommerland pág. 179-180,

⁷ Las secciones en la información de actualidad. II semana de estudios de periodistas. pág. 266

como mundial. "las agencias nacionales, cuya actividad se limita a las fronteras del país, no recogen directamente más que noticias nacionales"⁸

Los objetivos de una agencia de noticias a nivel nacional según Sommerland deben ser:

1. - Organizar un servicio completo y digno de confianza, para reunir noticias de todo el país, y distribuir éstas a los medios informativos, a los departamentos de gobierno, a los canales comerciales, etc.
2. - Ocuparse de la recepción de noticias de ultramar y de la distribución de los suscriptores.
3. - Proporcionar un medio para introducir en los canales mundiales de información, noticias nacionales importantes y opiniones de la nación.⁹

Nacionales: así se denominan las agencias cuyo radio de acción es el territorio de un país determinado. "Su misión principal es la de proyectar la imagen de su país al exterior para eso centralizan y controlan gran parte del flujo informativo local.

Las agencias nacionales sirven a diarios, revistas, canales y estaciones de radio con noticias sobre el país. Y sirven de fuente para las agencias extranjeras en cuanto portan la voz oficial del gobierno"¹⁰

La creación de las agencias nacionales tienen la misión fundamental de "adaptar" a la realidad nacional la diversa información proporcionada por las agencias internacionales.

Las Agencias Regionales

Esta clasificación también llega a ocasionar confusión, estas agencias se encargan de cubrir las necesidades informativas de una región cuya amplitud geográfica extensa se caracteriza por manejar información de una zona determinada ya sea por el mismo idioma, o por responder a intereses regionales comunes, por lo que incluso puede abarcar la colindancia

⁸ Roger Clause, Sociología de la Información. - -pág. 71

⁹ E. Sommerland pág. 179 - 180

¹⁰ Raúl Rivadeneira, "Periodismo". pág. 98

entre dos o varios países. La estructura y lineamientos son los mismos que los de cualquier agencia, y generalmente están bajo la coordinación de alguna agencia mundial, y se consideran poco conocidas debido a la clara dependencia con la que existen.

*"Latinoamérica ofrece tres buenos ejemplos de agencias regionales: ACAN- EFE, CANA y Latin (esta última ya no existe). La Agencia ACAN-EFE, con sede en Panamá, fue constituida en 1973 con el respaldo de la agencia española EFE, y posee delegaciones en seis países centroamericanos. Además de cubrir la información de esa área geográfica, proporciona información extracontinental gracias a sus vínculos con EFE. Por otra parte, la agencia británica Reuter ha promovido el establecimiento de CANA (Caribbean News Agency) y de la Agencia Latinoamericana de Informaciones (Latin). CANA nació a mediados de 1975, como sociedad formada por 17 empresas periodísticas privadas y oficiales de los países de habla inglesa del Caribe. La información extraregional llega a través de los canales de Reuter. La agencia Latin, con sede en Buenos Aires, fue fundada en enero de 1970 en la ciudad de México por empresas periodísticas de siete países latinoamericanos."*¹¹ De las agencias antes mencionadas, cabe señalar que EFE sigue manteniendo una amplia cobertura informativa.

Las agencias Especializadas

Especializadas: son aquellas que informan sobre un tema determinado, por lo que sus clientes son grupos muy reducidos. Es decir son agencias que solo coleccionan informaciones determinadas que pertenecen al dominio de una actividad particular.

Algunas agencias especializadas son:

Agencia Internazionale Fides, en Roma, la cual debe "procurar a los Directores de la Obra de la Propagación de la Fe material de publicidad distribuido en dos categorías:

1. Noticias y fotografías de actualidad útiles no sólo para las publicaciones de los Anales y de revistas misioneras, sino también para la prensa no propiamente misionera de todos los Países.

¹¹ Hernando Salazar Palacio, Las agencias de noticias en América Latina, pág. 26.

2. Estudios sobre las condiciones actuales de las Misiones y sobre argumentos religiosos y sociales de las misiones mismas, en cuanto puedan ejercer influencia sobre la conversión de los infieles".¹²

AIPE, fundada en 1991, sirve a periódicos en español en E.U. y América Latina. Más de 470 economistas, analistas políticos, periodistas, historiadores y abogados colaboran con la agencia, la cual se especializa en la interpretación y análisis de los acontecimientos económicos y políticos de la región, informando al lector de periódicos cómo los titulares lo afectan a él, a su familia y a su bolsillo.¹³

Servicio de Noticias de la Mujer: Agencia internacional de noticias integrada por una red de mujeres periodistas de América Latina, con sede en Costa Rica, que producen reportajes y análisis de prensa con perspectiva de género.¹⁴

Frontera News (Front News), establecida en la frontera de Laredo, Texas y Nuevo Laredo, Tamaulipas, esta agencia de noticias, es una agrupación de periodistas y reporteros cuyos principales objetivos son:

Cubrir y dar a conocer la información que se produce a diario en la frontera de Texas con México y fijar la atención sobre el desarrollo económico, social y político de la región como una de las principales áreas dentro de los acuerdos del Tratado de Libre Comercio, divulgando la realidad de la zona y su entorno en ambas naciones.¹⁵

*"Numerosas en extremo, estas agencias nacen y desaparecen al compás de los acontecimientos luego de una breve existencia, algunas son, sin embargo, más estables y activas, ocurre entonces que ocupan un lugar importante y necesario en el complejo de la información"*¹⁶

Por lo tanto son agencias con un campo más reducido pero no por eso menos importante, ya que son de suma importancia para el apoyo de la investigación científica en diversas

¹² <mailto:fides@fides.vamailto:fides@fides.vac-mail:fides@fides.va>

¹³ <http://www.aipe.com>

¹⁴ <http://www.scm.or.cr/>

¹⁵ <http://www.frontnews.com>

¹⁶ Roger Clausec.- Sociología de la Información. -pág. 72.

áreas. Estas agencias investigan aspectos filosóficos, políticos, raciales, económicos, financieros, deportivos, hípicas. Y hay una importante categoría: las agencias que se especializan en la recolección y distribución de documentos fotográficos, de las cuales mencionaremos su gran importancia como apoyo en la obra informativa de los diarios, sólo cabe recordar la conocida frase "*Una buena imagen vale por mil palabras*".¹⁷

¹⁷ Gubern, Román, Mensajes icónicos en la cultura de masas, Ed. Lumen, Barcelona, 1987, pág. 121.

CAPITULO II

Notimex.- "La imagen de México en el Mundo"...

Breve Historia

Con el surgimiento del Estado posrevolucionario se manifestó la voluntad política de que el país contara, en el marco de la economía mixta y de la libertad de expresión que consagra nuestra Constitución, con las normas, instituciones e infraestructura indispensables para asegurar que los flujos informativos entre el Gobierno y la población civil fueran el respaldo de una sociedad democrática y participativa.

Este propósito se trató de cumplir a través de la actividad institucional de diversas dependencias gubernamentales, a las que se confió la responsabilidad de mantener informada a la población acerca de los planes, programas, proyectos y acontecimientos o acciones asumidas por las autoridades para dar cumplimiento directo o indirecto al mandato popular.

Sin embargo, el aumento y diversificación de los medios de comunicación en el país, así como la creciente influencia de las agencias internacionales de noticias, crearon la necesidad de establecer un instrumento del Gobierno para divulgar los grandes objetivos del proyecto nacional e ilustrar cotidianamente a la opinión pública acerca del punto de vista mexicano sobre los hechos nacionales e internacionales relevantes.

Fue así, que en agosto de 1968 surgió la Agencia Mexicana de Noticias Notimex, S.A., con un capital social de cinco millones de pesos y la encomienda de establecer y constituirse en una auténtica, eficiente y representativa fuente de información, captando y difundiendo los acontecimientos relevantes y al mismo tiempo expresando, en lo interno y en el exterior, la posición del Gobierno Mexicano.

*"NOTIMEX nació en agosto de 1968, en vista de la necesidad del Gobierno de ofrecer una información organizada y centralizada sobre los juegos Olímpicos."*¹

¹ Raúl Trejo Delarbre Las agencias de información en México pág. 33.

El cargo como primer Director General de Notimex fue asignado al entonces titular de Información de la Secretaría de Gobernación Enrique Herrera, y aparejada a los juegos olímpicos la agencia cubrió los acontecimientos del movimiento estudiantil en la Ciudad de México, mismo que culminó con hechos sangrientos el 2 de octubre.

Este movimiento estudiantil reforzó el mantenimiento de Notimex proyectándola como una agencia gubernamental de noticias, misma que se dedicaría a organizar y canalizar la información nacional e internacional con el fin de esbozar "La imagen de México ante el mundo".

En su creación uno de sus principales servicios consistió en mantener informados a los gobiernos de los estados y a los municipios de las actividades del gobierno federal, es decir brindar servicio sólo dentro del área nacional.

En esa época dentro del mercado informativo figuraba Informex y Amex, ambas consideradas como agencias pioneras en México, ante las cuales Notimex tendría que competir sólo algún tiempo puesto que ambas desaparecieron posteriormente esto representa el primer punto a favor de la Agencia para iniciar su crecimiento en el ámbito informativo. Sin embargo "*Desde sus inicios, NOTIMEX sufrió la difícil paradoja de ser la agencia estatal de información de un Estado carente de una clara política de comunicación social.*"²

Atribuciones:

Atribuciones contenidas dentro del Acta Constitutiva de Notimex S.A., escritura número 32000, volumen 360, protocolizada por el Notario Público número 74, Lic. Francisco Vázquez Pérez, el día 20 de agosto de 1968.

1. El establecimiento o manejo de agencias informativas o de noticias por cualquier medio de comunicación.
2. Toda clase de actividades relacionadas con la obtención y suministro de la información para los medios impresos y electrónicos de comunicación, materiales editoriales,

² Raúl Trejo Delarbre, . Las agencias de información en México, pag. 34.

publicidad, fotografía y cualquier efecto de comercio vinculado con dichas actividades permitido por las Leyes.

3. La instalación u operación de radiodifusoras comerciales, de estaciones transmisoras de televisión o de otros tipos de transmisión conocidas o por conocer, previa autorización que en cada caso obtenga de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
4. La adquisición de equipos, instalaciones, muebles y enseres necesarios para los fines anteriores.
5. Dar o recibir dinero en préstamo, emitir o suscribir títulos de crédito.
6. Emitir cédulas, obligaciones o documentos bancarios similares con intervención de las Instituciones que señalan las Leyes.
7. Establecer, adquirir, poseer o administrar negociaciones industriales o mercantiles relacionadas con su objeto.
8. Adquirir, poseer o administrar bienes raíces urbanos o industriales para sus establecimientos.
9. Ejecutar los actos y celebrar los contratos civiles o mercantiles relacionados con su objetivo.

Objetivos generales:

1. Lograr la adecuada organización, operación y satisfacción de los propósitos de información del Gobierno, además de *contribuir a la consolidación de un sistema de información nacional que fortalezca nuestra soberanía cultural y que cohesione a la sociedad mexicana para su participación en el desarrollo del México moderno.*³
2. Generar información a nivel nacional e internacional, con la visión del Estado Mexicano, acerca de los hechos relevantes para nuestra sociedad, de conformidad con los principios, políticas y acciones que en materia de comunicación social señalan el

³ El subrayado es mío y obedece al interés de la presente investigación.

Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Nacional para la Modernización de la Empresa Pública.

3. Fungir como instrumento de la Secretaría de Gobernación para el manejo y coordinación de la información gubernamental, propiciando y fortaleciendo la congruencia editorial de la misma y elevando su calidad y capacidad informativa.

Objetivos específicos:

- Orientar objetivamente a la opinión acerca de los sucesos de mayor relevancia y prestar así una utilidad concreta al Estado que la sustenta, en el marco de la diversidad, sin más restricciones que la calidad, la eficiencia y la lealtad a la Nación.
- Impulsar el desarrollo de su cobertura y penetración informativa mediante cuatro acciones fundamentales: modernización de sus sistemas de telecomunicaciones; ***fortalecimiento de la identidad nacional***; profesionalización de sus servicios y; desconcentración regional a nivel nacional e internacional.
- Mantener una estrecha vinculación con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, con organismos y agrupaciones de los diversos sectores sociales de la población y con organismos similares a nivel internacional, a fin de lograr una permanente coordinación en materia informativa y de optimizar el funcionamiento de cada una de las áreas de la Entidad.
- ***Garantizar que el principio Constitucional del derecho a la información se realice plenamente.***
- Contribuir a la difusión de los postulados y tareas contenidos en el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa para la Modernización de la Empresa Pública.
- Participar con los medios de comunicación social del Estado en materia informativa, para asegurar que la información que transmitan dichos medios obedezca a una política y orientación definida, conjugada con una participación analítica en la documentación del desarrollo del México moderno.

- Reducir la dependencia de la Agencia respecto de los recursos fiscales, incrementando sus ingresos propios a través de una comercialización ágil y eficiente de sus servicios en México y en el extranjero.
- *Contribuir a elevar la calidad de los servicios informativos de la Agencia, ofreciendo noticias objetivas, veraces, oportunas, y de alcance nacional e internacional.*
- Vincular informativamente a las regiones del país dando atención a sus necesidades de comunicación, y lograr enlazar a la provincia con los centros urbanos, contribuyendo así a la cohesión de la sociedad civil.

Desde su creación hasta la actualidad estos han sido los directores de Notimex.

Los Directores

1968 - 1971	Enrique Herrera Bruquetas
1971 - 1972	Rolando Ortega Calderon
1972 - 1976	Horacio Estavillo Laguna
1976 - 1982	Pedro Ferriz Santacruz
1983 - 1988	Miguel López Arzuara
1988 - 1990	Raymundo Riva Palacio
1990 - 1992	Pablo Hiriart Lebert
1992 - 1994	Ruben Alvarez Mendiola
1994 - -----	Jorge Medina Viedas

Notimex... en la Radio y Televisión.

“Desde los años setenta sus servicios han abarcado no sólo a la prensa, también ofrece servicio de radio y de televisión.

NOTIMEX tenía además bajo su responsabilidad la tarea de operar a Radio México en onda corta y de confeccionar un servicio para los medios electrónicos.”⁴

⁴ Raúl Trejo Delarbre. *Las agencias de la información en México.* pág. 34

El momento histórico es un elemento importante para proyectar a Notimex en su importante tarea, la información adquiere un nivel competitivo entre los medios y por lo tanto la agencia acelera su crecimiento y en poco tiempo es un importante apoyo para los diferentes medios de comunicación.

El entonces Secretario de Gobernación Luis Echeverría, funda la estación de onda corta XERMX, Radio MÉXICO, "Imagen de México en el Mundo", esta inició sus actividades con la transmisión del informe presidencial del 1 de Septiembre de 1969. El manejo de esta radiodifusora estuvo a cargo de Notimex, transmitiendo así, durante 18 horas diarias servicios informativos.

Durante el sexenio de Luis Echeverría (1970 - 1976) Notimex estuvo a cargo de Rolando Ortega Calderón y de Horacio Estavillo Laguna, en este lapso mantiene una presencia continua en los medios a través de los noticieros de Telesistema Mexicano que más tarde se llamaría Televisa (canales 2, 4 y 5), Televisión Independiente de México (canal 8) y la ya antes mencionada Corporación Mexicana de Radio y Televisión (canal 13), producen sus barras informativas apoyadas por Notimex.

*"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 noticieros de esta empresa, con excepción de 24 horas. Televisa garantizaba a NOTIMEX EL 70 por ciento de las utilidades producto de la venta de espacios comerciales en sus noticieros, a cambio de un permiso para usar una línea de microondas(Reynosa-Distrito Federal, que la agencia contrataba a su vez con la STC) y a cambio, además del material filmico y los textos necesarios para tales programas."*⁵

*"Los múltiples compromisos de la Agencia generan la necesidad de crecer, en 1974 Notimex gana el premio al mejor programa periodístico de la televisión mexicana con la producción titulada... ¿qué pasa en México?..., en ese mismo año se publica el manual de "Estilo de Notimex"."*⁶

⁵ Raúl Trejo Delarbre. op. cit., pág 34

⁶ Testimonio de Antonio Aspiros, Asesor de la Dirección de Notimex en entrevista del 10 de mayo de 1999.

El primer "Manual de Estilo" fue creado por Javier Ibarrola que era jefe de redacción cuando estaba de director el Dr. Estavillo, costaba 25 pesos, la idea era mejorar el hilo en el contenido periodístico y crear una coordinación de asuntos especiales.

En el ámbito televisivo apoyó durante más de 4 años cubriendo aproximadamente el 60% de los programas noticiosos. En 1969 se crea el Departamento de Servicios Filmicos, con instalaciones junto al edificio central, ubicado en Av. de los Insurgentes Sur 1700, en la colonia Florida del D.F., para 1975 el Departamento de Servicios Filmicos ya para entonces Centro de Producción fue instalado en un edificio completo en la esquina de Insurgentes Sur y la calle de Francia.

*"Notimex, fue el primer medio de comunicación en México que incursionó en la televisión a color, mientras otros medios sólo grababan con película blanco y negro, por lo que las empresas televisivas nacionales adquirieron equipos (Electronic News Gathering) semejantes a los de Notimex"*⁷

*"Desde su creación uno de sus principales servicios consiste en mantener informados a los gobiernos de los estados y a los municipios de las actividades del gobierno federal, es decir brinda servicio sólo dentro del área nacional, pero en 1976 todavía bajo la dirección de Estavillo, Notimex ingresa al pool de Agencias de noticias de los países no alineados, como miembro observador, centro regional de distribución y miembro del Comité Coordinador, para cumplir con estos múltiples compromisos fue utilizado el canal del satélite Intelsat - IV, del que Notimex disponía desde 1968 gracias a esto fue posible que Inter Press Service (IPS) con sede en Roma, pudiera intercambiar información con las 62 agencias nacionales que conformaban el pool."*⁸

La expansión de NOTIMEX también se puede advertir en el aumento de sus corresponsales. En 1983 solo tenía uno en el extranjero, en Managua.

⁷ Revista interna de Notimex "el hilo de notimex" agosto 1995

⁸ Testimonio de Jesús Guevara, Área Sistemas de Notimex, febrero de 1996.

Dos años más tarde, ya contaba con 19, en todos los países de América Central y en las siguientes ciudades: Río de Janeiro, Buenos Aires, Santiago de Chile, Nueva York, Washington, París, Madrid, Moscú, Roma, Ginebra y Bonn.

*"En el interior del país, también a comienzos de 1983, no había una sola correspondencia, y poco después, según afirmaban funcionarios de NOTIMEX, estaban cubiertas todas las capitales de los estados con vínculos con la matriz en la ciudad de México por medio de telegrafía, teléfono, y posteriormente se anunció que habría una red computarizada."*⁹

La Descentralización

En la década de los ochenta la descentralización es uno de los rubros de mayor impulso del gobierno mexicano, por lo que Notimex estructura un plan de descentralización con el cual impulsa la creación de cinco oficinas regionales como un instrumento de generar y distribuir información, estas estarán distribuidas en puntos estratégicos del país para proporcionar información a los suscriptores de su zona de influencia y al mismo tiempo mantener informada a la oficina matriz ubicada en la ciudad de México.

Es así que en Abril de 1989 se inició la operación de la primera oficina regional del noreste de México, situada en la ciudad de Monterrey, abarca las zona de Nuevo León, San Luis Potosí, Coahuila, Tamaulipas y Durango.

En mayo con sede en Guadalajara se crea la regional de la zona centro con influencia sobre la zona de Jalisco, Querétaro, Michoacán, Aguascalientes, Zacatecas, Guanajuato, Colima y Nayarit.

En Junio con sede en Mérida inicia la regional del sureste está incluye Yucatán, Campeche, Tabasco, Chiapas y Quintana Roo.

La regional del sur inicia un mes más tarde en Julio ubicada en Oaxaca, está incluye a los estados de Veracruz, Guerrero, Tlaxcala Morelos y Puebla.

⁹ Raúl Trejo. Las agencias de la información en México. pag. 36.

Por último en ese mismo año, en el noroeste con oficinas en Hermosillo conformada por Sonora, Chihuahua, Baja California Norte, Baja California Sur y Sinaloa.

Estas cinco regionales reciben la información de sus corresponsales por vía fax, telex o teléfono misma que será pulida en la oficina sede de cada zona para así, ser transmitida a los suscriptores regionales de radio, televisión y prensa de las diversas instituciones por microondas y vía satélite, al mismo tiempo esta información llega a la mesa de corresponsales nacionales de las oficinas centrales, donde se analiza y organiza para ser transmitida ahora a todo el país.

El corazón de Notimex.- oficinas centrales

“La conducción de NOTIMEX está a cargo de un Director General y un Director Adjunto. tiene, además, Directores en las áreas de operación, noticias para radio y televisión, comercialización e investigación y análisis. Les siguen, de acuerdo con el organigrama de la agencia, un subdirector de redacción y otro de información, y coordinadores de mesas o secciones. Eso, por lo que toca a la parte periodística. Cuenta, igualmente, con un área administrativa y comercial.”¹⁰

Las áreas operativas con que cuenta Notimex, son las siguientes:

Director General

Director de Administración y Finanzas

Director de Operaciones Nacionales

Director de Operaciones Internacionales

Director de Radio y Televisión

Director de Relaciones Institucionales y Comercialización

Director Técnico

Controlador Interno

Coordinador de Asesores

Coordinador del Consejo Editorial

Subdirector Jurídico

¹⁰ Raúl Trejo Delabre, *Las agencias de la información en México*, pág. 39.

Cuenta con Oficinas Regionales en México: Guadalajara, Hermosillo, Monterrey, Oaxaca y Mérida. En el mundo en: Washington, España, Costa Rica y Chile.

Notimex y sus servicios

Hilos Informativos

Las fuentes informativas que cubre la agencia, son:

Internacional	Nacional
Finanzas	Deportes
Política	Clima
Comentarios	<i>Espectáculos</i>
Estados y Regiones	Vida y estilo
Universitarios	Avisos

Nacional (Hilonal).- Este servicio ofrece a los suscriptores información veraz los 365 días el año, las 24 horas del día, el equipo de recepción en "comodato", el programa Azimut-poderoso software que clasifica la información dependiendo de la fuente-, sin costo alguno. Este servicio cuenta con 315 suscriptores, entre medios impresos, televisoras, radiodifusoras y agencias de noticias, tanto en el D.F., como en el resto de la República Mexicana, la mayoría de los cuales reciben por satélite y el resto por vía F.M. o cablegráficamente.

*"Según declaran quienes la dirigen, "el hilo nacional" de NOTIMEX está compuesto por informaciones que abarcan asuntos de México y otros países, informaciones culturales, deportivas y sociales. Se busca una información muy variada, para satisfacer las muy amplias expectativas de los suscriptores. Por eso también se incluyen artículos editoriales para los diarios y notas- resumen para noticieros en los medios electrónicos."*¹¹

Latino y Norteamericano (Hilolat e Hilonor).- Estos servicios informativos son elaborados por periodistas latinoamericanos, también funcionan las 24 horas del día los 365 días del año. El objetivo de éstos es el de satisfacer las demandas informativas de los diversos medios de Centroamérica y la Unión Americana, respectivamente, se nutren de información específica para cada región así como una selección de las principales notas internacionales.

¹¹ Raúl Trejo Delarbre, op. cit., pág. 35.

Todos 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 panorámica latina.

El Hilolat cuenta con 37 suscriptores que reciben el servicio vía satélite, distribuidos en Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador. El Hilonor, cuenta con 54 suscriptores a todo lo ancho y largo de Estados Unidos.

"Para recibir estos servicios se requiere de la instalación de una antena parabólica receptora de satélite, un amplificador de bajo ruido, un controlador de comunicación con cuatro puertos RS-232/0 y una impresora compatible con el sistema o equipo de cómputo.

Además la Agencia cuenta con un área de soporte técnico que de manera permanente da atención y mantenimiento al equipo de los suscriptores. Respecto a la instalación del servicio, en caso de recepción vía satélite el cliente debe contar con una microestación terrena, antena parabólica, amplificador de bajo ruido, controlador de comunicación de cuatro puertos y una computadora personal de 40 MB de capacidad en disco duro, para la recepción vía cablegráfica, una línea privada de punta a punta con un equipo teleimpresor, y para vía F.M. igual que vía satélite."¹²

El SIC de Notimex. - El Sistema Inmediato de Comunicados (SIC).

Es un servicio que ofrece a los clientes la oportunidad de ampliar el contexto de la información, gracias al envío de documentos fuente, mediante una transmisión fiel de los diversos comunicados y disposiciones de organismos públicos, privados y del sector social del país para los diversos medios. Este sistema ofrece actualmente a 15 instituciones emisoras el derecho de transmitir una cuota diaria de información y la garantía de llegar a un amplio número de destinatarios siendo siempre responsable del contenido el organismo que genera la información, Notimex, es el enlace hacia los medios receptores.

La transmisión se realiza mediante una red computada donde el emisor envía por computadora su documento (s) a la central maestra, que se encuentra en Notimex, la cual

¹² Entrevista con el Director de Operaciones Internacionales: Jesús Guevara

mediante señal vía satélite distribuye a los usuarios de este servicio la información de manera automática.

El emisor requiere desde su domicilio una computadora personal, un software para transmitir y un módem a velocidad de 1200 BPS vía telefónica, mientras que la Agencia tiene colocado un centro de cómputo con dos líneas telefónicas con modem para recibir de los suscriptores de (SIC) la información que ellos desean comunicar, para que sea transmitida automáticamente a las instalaciones de Telecomunicaciones de México (CONTEL), desde donde se envía la señal al satélite solidaridad I. Los receptores del (SIC) cuentan con una maquina receptora de satélite, una computadora personal con impresora y un software especial de Azimut, el cuál permite clasificar el servicio informativo de Notimex en sus diferentes categorías (un casillero para cada emisor).

"En cuanto a los costos de este servicio (SIC) varían de acuerdo al número de cuartillas enviadas mensualmente a los suscriptores: tarifa "A" (120 cuartillas), tarifa "B" (50 cuartillas) y la tarifa "C" (20 cuartillas).

"Cada que ingresan emisores al SIC, Notimex les brinda como atención especial, equipo PC y accesorios para la transmisión de los comunicados, dentro de los 15 días posteriores a su aportación, así como capacitación para el personal que manejará el equipo y transmitirá la información, así como el uso del sistema durante un mes sin costo alguno"¹³

Instituciones Emisoras

- * Presidencia de la República
- *Petróleos Mexicanos
- *Secretaría de Salud
- *Departamento del Distrito Federal
- *Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
- *Secretaría de Desarrollo Social
- *Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos
- *Secretaría de Educación Pública
- *Instituto Federal Electoral
- *Cámara de Diputados
- *Secretaría de Gobernación
- *Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- *Procuraduría Federal del Consumidor

¹³ Entrevista con el Director de Relaciones Institucionales y Comercialización: Lic. Ruth Esperza Carbajal

*Secretaría de la Defensa Nacional

*Secretaría de Comunicaciones y Transportes

AGENCIA	FECHA DE ACTIVACION	AÑO
AGENCIA DPA	1 SEPTIEMBRE	1980
AGENCIA EFE	2 DICIEMBRE	1985
AGENCIA KYODO	1 OCTUBRE	1990
AGENCIA TASS	12 JULIO	1984
AGENCIA REUTERS	19 MARZO	1982
XINHUA	20 SEPTIEMBRE	1984
AGENCIA AFP	26 AGOSTO	1993
ASOC. DE CORRESPONSALES	1 JULIO	1984
AGENCIA ANSA	1 MAYO	1991
AGENCIA AP	17 JULIO	1990
AGENCIA PRENSA LATINA	29 SEPTIEMBRE	1982
CANAL 40	1 SEPTIEMBRE	1980
CANAL 22	21 MAYO	1993
TELEVISA	19 MARZO	1980
T.V.C.	12 NOVIEMBRE	1990
CANAL 13	30 AGOSTO	1989
CUESTION	1 OCTUBRE	1987
CANAL 11	24 AGOSTO	1993
CNN	29 SEPTIEMBRE	1995
TRIBUNA METROPOLITANA	22 JULIO	1989
LA ACCION	14 AGOSTO	1992
LA JORNADA	23 JUNIO	1989
NOVEDADES	2 JULIO	1993
EL DIA	30 OCTUBRE	1986

REFORMA	26 OCTUBRE	1996
DIARIO DE MEXICO	22 DICIEMBRE	1992
EL ECONOMISTA	23 JUNIO	1989
OVACIONES	21 AGOSTO	1984
EPOCA	5 ABRIL	1991
UNO MAS UNO	19 NOVIEMBRE	1992
LA PRENSA	4 ENERO	1990
EL NACIONAL	1 MARZO	1978
EL HERALDO DE MEXICO	5 ABRIL	1991
EXCELSIOR	26 ENERO	1995
EL FINANCIERO	23 NOVIEMBRE	1994
REVISTA IMPACTO	21 DICIEMBRE	1994
EL UNIVERSAL	23 AGOSTO	1995
MEXICO CITY TIMES	9 AGOSTO	1995
EXPRESS DE MEXICO	14 AGOSTO	1995
RADIO EDUCACION	18 FEBRERO	1985
RADIO UNIVESIDAD	30 ABRIL	1993
RADIO CENTRO	18 NOVIEMBRE	1981
RADIO FORMULA	24 AGOSTO	1990
RASA	17 MARZO	1988
X.E.R.E.D.	17 ENERO	1985
NUCLEO RADIO MIL	1 ENERO	1986
GRUPO ACIR	28 MAYO	1986
RADIO S.A.	26 SEPTIEMBRE	1986
IMER	6 OCTUBRE	1982
RADIO 690	10 NOVIEMBRE	1995
PUBLIRED	23 ENERO	1996

Servicios de Radio y Televisión.- Servicio de Noticias por Voz de los Corresponsales (desde el lugar donde se origina la noticia), Notitel (noticias por teléfono).¹⁴

¹⁴ Al momento de la investigación el número telefónico de éste servicio es: 52-24-18-08.

"En Octubre de 1976 Notimex, incursiona en el novedoso sistema de noticias por teléfono, brindando el servicio llamado "notifono", creado con el objeto de informar a la comunidad de los hechos más relevantes a nivel nacional e Internacional, como un servicio social y gratuito. En 1992 16 años después la agencia decide comercializar este servicio bajo otro nombre y con otras características, " Notitel", noticias por teléfono con un mejor nivel técnico de grabación e información clasificada, que facilitará al usuario escuchar la información que responda a sus intereses.

"Para la elaboración de esta información se realizan actividades de redacción, producción, locución y edición.

"Notitel cuenta con 5 bloques noticiosos, mismos que son actualizados cada dos horas."¹⁵

- Resumen General
- El país
- Panorama Internacional
- Deportes
- Arte y Espectáculos

Notitel, es una nueva opción informativa para la sociedad mexicana, ya que es un servicio de noticias inmediato vía telefónica disponible en cualquier parte de la República las 24 horas del día durante todos los días del año, tan solo con marcar un mismo número desde cualquier parte del país.

DataLine México (boletín en inglés para el mercado estadounidense).

Es en el año de 1993, cuando Notimex se da a la tarea de publicar un boletín informativo cada semana, que será distribuido entre un específico grupo de lectores estadounidense. "Data Line", dicho boletín editado en inglés contiene un perfil informativo de México en el ámbito financiero, político, económico, comercial, turístico, ambiental, agrícola, laboral y legal.

Uno de los objetivos que se persiguen es el de mantener informados a lectores oportuna y objetivamente para que estén al tanto de los cambios en el proceso de modernización, de los principales ejes de apertura comercial e inversión extranjera. Esta es una publicación

¹⁵ Entrevista con el Director de Radio y Televisión: Lic. Rafael Bracamontes

especializada, con lenguaje coloquial y accesible, con información y análisis de fuentes gubernamentales y privadas que permitirá al lector hacer su propio análisis.

Sistema AZIMUT y comunicaciones.- Azimut, es un programa de comunicaciones que fue creado inicialmente para que los periódicos pudieran organizar la información que recibían de diferentes agencias, y Notimex aprovechó este sistema para el manejo de sus comunicados. Azimut funciona en red y realiza básicamente tres operaciones:

- Administra 56 puertos de información.
- Consulta la información recibida y emitida.
- Transmite información

La administración de los 56 puertos de datos se organizan en tres tipos:

- Puertos de entrada de información.
- Puertos de salida de información.
- Puertos de entrada y salida de información.

Para manejar todos los puertos se requiere de cuatro pantallas.

“En la primera se encuentran los puertos de transmisión hacia el satélite Solidaridad 1, (o de salida).

En la segunda están los puertos de salida hacia líneas privadas cablegráficas y los puertos de correo con las oficinas regionales.

En la tercera se hallan los puertos de entrada de información de corresponsales, reporteros y oficinas regionales.

En la cuarta se encuentran las notas que se reciben de todas las agencias (Reuter, Kyodo, Tass AFP, etc) así como el testigo del hilo nacional (hilolat. TGO) y el hilo Latinoamericano (hilolat. TGO).

En los puertos de entrada se administra toda la información que se recibe de las oficinas regionales (nacionales e Internacionales), corresponsales, reporteros y otras agencias. En los puertos de salida se maneja la información generada por la agencia

para enviarla a todos los suscriptores ya sea por vía satélite, línea privada o cablegráfica. Los puertos de entrada y salida son utilizados como correo interno entre la oficina matriz y todas las oficinas regionales.

La operación de consulta se logra debido a que las notas tanto de los puertos de entrada como de salida, son almacenadas en el disco duro del servidor de red, permitiendo que cualquier computadora conectada a la red pueda realizar la consulta.

La operación de transmisión consiste en tomar la nota del editor y depositarla en los puertos de salida correspondientes.”¹⁶

Coordinación Editorial.- Como parte de una estrategia de elevar niveles de excelencia calidad y productividad, Notimex cuenta con una coordinación editorial misma que ha incorporado al servicio informativo colaboraciones de renombrados articulistas con reconocida capacidad analítica, para así brindar a los suscriptores una sección de periodismo de opinión, de esta manera se incorporan a la firma de Notimex periodistas de gran calidad, por lo que esto mantiene una diversidad informativa que el suscriptor podrá usar o incorporar según su medio, basado en la confianza y la experiencia del firmante del artículo, esta es una aportación que enriquece los elementos de juicio que usará el suscriptor para interpretar los acontecimientos del diario acontecer de nuestro país y del mundo en general.

“En 1991 ante la inquietud del entonces director de la Agencia Pablo Hiriart Le Bert, se conforma El consejo Editorial de Notimex, esto con el objetivo de generar un consejo evaluativo del nivel periodístico de la agencia. Integrado por 12 representantes de periódicos, emisoras de radio y televisión, así como de centros de estudios de educación superior, este consejo se dará a la tarea de orientar una posición editorial sólida y definida frente a diversos sucesos, esto además de mejorar la calidad periodística de la Agencia brindará a los suscriptores un servicio informativo objetivo y equilibrado.”¹⁷

¹⁶ Entrevista con la Directora de Relaciones Institucionales y Comercialización: Lic. Ruth Esparza Carbajal

¹⁷ Entrevista con el Coordinador del Consejo Editorial: Ariel González.

Hacia 1996 en el suplemento cultural manejado por la coordinación editorial participaban colaboradores de la talla de Carlos Monsivais, Emilio Pacheco, Renward García Medrano, y Cristina Pacheco entre otros, ellos semanalmente escribían sobre algún tema específico.

Revista: El hilo de Notimex

Notimex cuenta con una publicación mensual interna para mantener informado a todo el personal sobre el acontecer de la agencia. Dicho órgano surge con el propósito de “lograr un punto de encuentro de todos los que laboramos en la agencia con un espacio de expresión, y de información que permita conocernos mejor, y saber que actividad realizamos en nuestras respectivas áreas de trabajo sin dejar de atender nuestras funciones”.

Surge en 1990 bajo la conducción de Luis Rabasa con el nombre de NTX de Febrero a Junio de ese mismo año, la segunda etapa de la publicación data de Enero de 1992 a Enero del 1993. Es para 1994 bajo el nombre de "El Hilo de Notimex" con el cual se conoce hasta nuestros días, manteniendo mensualmente informado al personal de esta empresa.

Después de un minucioso análisis de los procesos y mecánicas de comunicación se pretende un proceso de modernización vía informática, que represente un servicio eficiente y rentable, ya que el uso de las computadoras se aplica actualmente en todos los procesos laborales.

Los países en desarrollo que pretenden ingresar al uso de la tecnología, requieren desde recursos hasta capacitación para lograr un proceso de modernización aplicable, por lo que con el objeto de apoyar estos proyectos de modernización, se forma un acuerdo entre diferentes países dispuestos a patrocinar, orientar e impulsar los proyectos que parten de hecho de que la información puede convertirse en elemento acelerador del desarrollo.

Los temas que aborda el boletín informativo, son varios y de gran interés, desde literatura, consejos de redacción, recomendaciones médicas, colaboraciones de los mismos compañeros, actividades culturales, deportivas, así como los avances de la agencia, y se mencionan sucesos de interés social.

...un logro llamado CEDOC...

En 1983 otro importante logro es el de Centro Documentación y Análisis (CEDOC), este centro es creado con la finalidad de crear un acervo importante en datos periodísticos.

1. Atención a Usuarios, consiste en atender a las personas tanto de la Agencia como del exterior que requieren información documental.
2. Documentación que complementa la información requerida por los usuarios.
3. Evaluación de información y clasificación de la misma.

Actualmente el CEDOC, echando mano de los diversos avances tecnológicos con los que cuenta la Agencia, se realiza una tarea de depuración de información para implementarla a un sistema de base de datos que permitirá una consulta rápida y precisa por fechas, autores, temas, etc...

Cuenta con información diversa en CD-ROM, tal como: Códice 90, que contiene los resultados del XI censo nacional de población y vivienda de 1990, noticias recopiladas de 10 periódicos de la Ciudad de México y 30 o más diarios de la República así como de revistas. Cuenta con biografías de funcionarios del gobierno federal, contiene la Legislación Federal, con todas las leyes vigentes y reformas, la Constitución de 1917 y la cronología de sus modificaciones, entre otros.

También manejan toda la información sobre cada uno de los 300 distritos electorales en la República Mexicana, y los resultados de las elecciones presidenciales de 1988 y estadísticas sobre población, vivienda y educación este programa se localiza bajo el nombre de -Democracia '94-. Otro programa se llama - Información Circular - este se basa en un diccionario biográfico del gobierno federal de 1992, adicionalmente se cuenta con recopilaciones de noticias seleccionadas de los 9 candidatos a la presidencia de México.

Todo este moderno sistema de información pretende ser un apoyo para que los reporteros puedan contextualizar los contenidos de sus notas informativas, y gracias a las ventajas de la computación se podrá contar con un acervo cada vez mayor en menor espacio, y la rapidez con la que se puede consultar determinará la oportunidad noticiosa.

Una de las grandes expectativas, a mediano o largo plazo, es la integración de una red de comunicación que permita a las áreas operativas de la Agencia, dentro del edificio o desde las corresponsalías, conectarse al CEDOC, a través del satélite para hacer consultas desde el lugar de trabajo.

Ahora la Agencia cuenta, en palabra de Antonio Aspiros, con un nuevo servicio llamado "SUT" que es un convenio con las universidades, y con esto se ve privilegiada la información de tipo científica y tecnológica.

CAPITULO III

NOTIMEX Y SU PAPEL COMO DIFUSORA DE LA CUTURA

La historia del periodismo cultural se remonta a la existencia misma del hombre sobre la tierra, los antecedentes más claros del periodismo son la necesidad del hombre por comunicarse, "El fuego y la rueda fueron noticias tan extraordinarias como la explosión nuclear y el computador."

El periodismo fue primero oral, después manuscrito y más tarde se apoyaba con dibujos, el despunte periodístico en el mundo se logra a partir del invento de la imprenta de Gutenberg, más adelante con el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión se aceleran el desarrollo de las empresas periodísticas. *"El periodismo profesional informa en términos masivos (prensa, radio, televisión, cine) los asuntos próximos a nuestra realidad cotidiana"*¹

La sociedad y la tecnología mantienen una relación estrecha, ya que la tecnología modifica las formas de vida, en el caso de la información desarrolla los instrumentos que utilizan las empresas periodísticas, (medios). Los medios en una sociedad reflejan su desarrollo histórico, político, social y cultural.

El periodismo cultural se desarrolla artesanalmente, *"lo que hoy se entiende por periodismo eso es precisamente, la técnica que hoy interpreta el antiquísimo diálogo entre quien posee una noticia y quien la desea conocer"*²

Dice Iván Tubau en su libro de Teoría y práctica del periodismo cultural que *"sólo hay cultura cuando la cultura es noticia"*, es decir lo que en realidad debe hacer la prensa es transmitir información relevante para la mayoría de los integrantes de una sociedad, siendo así la cultura y el acontecer de ésta, la información más cercana al sentimiento moral del individuo.

¹ Horacio Guajardo.- Elementos de periodismo.

² Nicolás González Ruiz.- El periodismo Teoría y Práctica. pág. 16

Las múltiples actividades del hombre lo obligan a que en algún momento de su vida, se convierta en un consumidor de mensajes, de información actual y es en este punto donde la información adquiere un carácter mercantil *"el periodismo según el término es periodicidad. Mensajes oportunos y críticos"*³

Esta gran maquinaria comienza a funcionar para producir conciencia, análisis y opinión, y describir así el panorama intelectual de un país.

La difusión de una noticia debe ser objetiva por lo tanto la información y la transmisión del mensaje son instancias inseparables. La información periodística debe tener como característica, la novedad, la temporalidad, y la generalidad social, su objetivo es el de dar a conocer (informar), dar sentido a la información (enjuiciar), generar la comunicación abierta (publica) mantener la temporalidad (oportunidad). *"La información ya no es una posibilidad de inculcar una doctrina en las masas como lo pretendió la prensa prerevolucionaria burguesa, sino una técnica de influir en el comportamiento de las mismas"*⁴

*"-¿Que pasa por el mundo?... He aquí la pregunta que el lector de periódicos se hace todos los días al encargarse con la primera página de su diario. He aquí la pregunta cuya contestación ha de esforzarse diariamente cada periodista desde la porción de Mundo que está a su cuidado informativo. En esta pregunta y en esta respuesta se halla el fundamento del periodismo antiguo y moderno, que en resumidas cuentas, no es más que la satisfacción de la necesidad humana de saber."*⁵

Ante esta necesidad de saber cada individuo elige y da prioridad a la información que considera relevante en su vida personal, y social.

De tal forma los acontecimientos pertenecientes a las "bellas Artes" y las "bellas letras", la música, teatro, literatura y artes plásticas, tanto como las representaciones en el ámbito popular y marginal se califica como arte popular merecen un espacio informativo que lo logre difundir como un acto de manifestación cultural. *La información es un elemento*

³ Horacio Guajardo.- Elementos de periodismo. pág. 18

⁴ Informe sobre la información. Manuel Vázquez Montalbán. Barcelona 1975 pág.-43

⁵ Nicolás González Ruiz.- El periodismo Teoría y Práctica - pág. 16

imprescindible para la promoción de la persona. Sin información el hombre es un ser aislado del mundo...⁶

El panorama cultural e intelectual de un país no sólo está condicionado por las instituciones que apoyan la alta cultura, sino también por las que la difunden, y si alguna de las dos no funciona adecuadamente el esfuerzo de la otra no sobresa.

De aquí la importancia de Notimex, que dentro de sus objetivos generales, contenidos en el Acta Constitutiva, está el de *contribuir a la consolidación de un sistema de información nacional que fortalezca nuestra soberanía cultural y que cohesione a la sociedad mexicana para su participación en el desarrollo del México moderno; además del fortalecimiento de la identidad nacional, garantizar que el principio constitucional del derecho a la información se realice plenamente y de contribuir a elevar la calidad de los servicios informativos de la Agencia, ofreciendo noticias objetivas, veraces, oportunas, y de alcance nacional e internacional.*

La comunicación de masas, es fundamental en un avanzado sistema de circulación informativa al que los periodistas transmiten la realidad social y sus consecuencias a través de las diversas redes de distribución de noticias (medios).

"La continuidad de los esfuerzos a lo largo del tiempo ha dado al país, en el ámbito de la cultura, un rico acervo de experiencias y una tradición de la política cultural: el marco educativo de la Constitución de 1824, la creación del Museo Nacional en 1825, la reforma educativa promovida por Valentín Gómez Farías, y las que habrían de sucederla en ese siglo, la inauguración del teatro Nacional en 1844, la fundación del Conservatorio Nacional en 1866, y los decretos sobre patrimonio arqueológico de 1896 y 1897, fueron algunos de los momentos importantes en la definición y concreción de una política cultural en el siglo XIX.

En el siglo XX, la creación de la Secretaría de Instrucción Pública y Bellas Artes en 1905, primera formulación explícita y articulada de una política cultural, la

⁶ Informe sobre la información. Manuel Vázquez Montalbán. Tercera edición. Barcelona 1975) Pág. 19.

reinauguración de la Universidad Nacional en 1910, obras ambas de Justo Sierra, prehuieron el impulso dado a la política cultural por el Estado emanado de la Revolución Mexicana.”⁷

Con el párrafo anterior detectamos que el acontecer cultural en México responde a denominadores diversos entre el pasado y el presente, que se han plasmado en acontecimientos ilustrativos que dan forma a la cruzada cultural y educativa de la historia cultural de México.

Su disfrute es componente de una mayor calidad de vida y, por ende, del bienestar social. Por ello, el desarrollo cultural está destinado a formar parte importante de una política social que, de cara a las necesidades imperiosas que dominan el escenario nacional a fines del siglo XX, se proponen alcanzar un carácter integral:

- *El fortalecimiento de la soberanía nacional es el primer objetivo del Estado mexicano, que entraña reafirmar nuestra cultura y proyectar nuestra nacionalidad.*
- *La consolidación de la vida democrática en México tiene en el desarrollo cultural un elemento de especial importancia en la creación de las condiciones sociales indispensables.*
- *La cultura contribuye a manifestar la diversidad étnica y social del país.⁸*

En los últimos años del siglo XX, México asume su tradición de la política cultural como un reconocimiento de la relación estrecha que el desarrollo cultural guarda con la defensa de la soberanía, el fortalecimiento del federalismo y la consolidación de la vida cultural.

“Una labor así, no puede ser concebida sin incrementar la presencia de la cultura en los medios electrónicos de comunicación y sin realizar estrategias de efecto multiplicados con sectores específicos.”⁹

⁷ Programa de cultura Diagnóstico y perspectivas 1995-2000 pág. 3

⁸ *ibidem*, pág. 10

⁹ *ibidem*, pág. 15

Los medios de comunicación se apoyan directamente de las agencias informativas, por lo que es en este momento, Notimex adquiere la responsabilidad de brindar la información suficiente en el ámbito cultural, para propiciar así, el estímulo de los medios en las diversas manifestaciones.

*"Posibilitar el disfrute del arte y la cultura a un sector mayor de la población depende, en gran medida, de diversificar los canales de difusión y de lograr una participación efectiva de las organizaciones civiles, de la iniciativa privada y de los diferentes sectores gubernamentales. Por ello deberá trabajarse intensamente en establecer convenios de colaboración con organismos de los más diversos sectores, para dar a más mexicanos la posibilidad de un desarrollo integral, de promover su creatividad, de ampliar sus canales de expresión y de valorar el patrimonio cultural."*¹⁰

Una sociedad permeada por la cultura es una sociedad mejor preparada para la convivencia civilizada así como para el consenso político, *"el estado mexicano asume como responsabilidades indeclinables la preservación de patrimonio cultural, la impartición de la educación artística, el aliento a la creatividad y la difusión de la cultura"*¹¹

Por esto la participación de la ciudadanía en la conservación y protección de su patrimonio cultural se debe propiciar a través de programas y proyectos específicos y de una flexibilidad que permita la suma de experiencias y esfuerzos diversos. Al respecto Andrés de Luna, catedrático de la UAM, manifestó que *el periodismo cultural en México es una tradición con cierta antigüedad, Alfonso Reyes decía: los grandes iniciadores de éste han sido Ignacio Altamirano, Guillermo Prieto, los cuales él considera como los maestros... no los maestros "los maestros" colaborando en la difusión cultural muy rudimentaria y necesaria de México, el periódico "El Renacimiento" fue una aportación, digamos en el siglo XIX pero finalmente no era competitivo frente a otras partes del mundo, como por el europeo por ejemplo, pero en términos nacionales sin duda funda una tradición periodística... y como todas las tradiciones tiene sus "pros" y "contras" ya que traza una línea que nunca es recta pero que incide en este periodismo, tan es así que en el periodo anterior a la*

¹⁰ ibidem, pág. 15

¹¹ ibidem, pág. 16

revolución ya hay un trabajo mucho más vistoso y está más integrada a la vida nacional, que es uno de los grandes problemas de este proyecto cultural que se plantea inacabable, y permanentemente inconcluso, aunque si se concluyera a la mejor se congelaría todo...

“Es necesario profundizar y ampliar las relaciones entre los diferentes organismos de la orbe dedicados a la promoción de la cultura porque la globalización también tiene que llegar a este sector”, afirmó Alfons Martinell durante el seminario sobre Gestión cultural en México, organizado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, quién agrego: “es importante que tanto los participantes como yo decidamos que, por más obstáculos que pudieran aparecer en el no siempre fácil camino de la gestión cultural, es necesario hacer un esfuerzo para concretar proyectos de cooperación cultural dentro del marco de la globalización internacional. Ya no es posible hablar de políticas culturales en forma aislada”.¹²

Para lograr un cambio en los métodos de aprendizaje de nuestro país, acorde a las necesidades del mundo, deberíamos saber utilizar los adelantos tecnológicos y aplicarlos a la educación.

Durante el X Congreso Nacional Ordinario del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión (STIRT) el presidente Ernesto Zedillo solicitó a los medios de comunicación aplicarse en la tarea de promover la cultura. El primer mandatario aclaró que *“cualquier ataque a la libertad de expresión, cualquier intento por limitar el derecho a la información, es un ataque contra los fundamentos del estado de Derecho”*.

Con todo lo anteriormente mencionado, queda claramente expuesta la importancia y responsabilidad que tiene la Agencia Notimex, como difusora no sólo de las noticias del acontecer nacional e internacional, sino del quehacer cultural de la sociedad mexicana.

¿Cómo funciona la sección de espectáculos (cultura) de Notimex?, ¿Cumple con los objetivos para la que fue creada?, ¿Cuántas fuentes cubre?, ¿Qué opinan los usuarios de este servicio? A estas preguntas daremos respuesta a continuación.

¹² CNCA “Gestión Cultural en México” 9 de Febrero de 1998, México D.F.

ANÁLISIS DEL HILO CULTURAL DE NOTIMEX

Planteamiento

Para apreciar de manera general el trabajo final de la sección cultural de Notimex, se hace el siguiente análisis durante dos periodos similares en diferentes años el primero del 22 al 31 de mayo de 1996 y el segundo del 22 al 31 de mayo de 1997. En cada caso se identificó la fuente que se trabajó, con qué formato, y el número total de notas.

El primer problema enfrentado fue el de organizar las notas según su fuente, y para organizarlo se ejecutaron las siguientes jerarquías:

Cultura General: nombre común para designar todos los tipos de conducta cultural socialmente adquiridos. Abarca tradiciones, costumbres y la totalidad de las maneras como un grupo social las representa.¹³ Eventos relevantes del mundo de la cultura: Festival de la Gran Ciudad de México, Festival Internacional Cervantino, las diversas ferias en las delegaciones políticas: la de la nieve, el mole, el nopal por mencionar algunas.

Artes Plásticas: los contenidos y las formas de los diversos géneros y tipos de obra que incluyen: pintura, escultura, más genéricamente las "artes visuales".¹⁴

Teatro: Arte de componer obras dramáticas o de representarlas. O sitio designado de representación de obras dramáticas o espectáculos. Crítica teatral, representación de obras, inauguración de teatros, develación de placas etc...

Música: sucesión de sonidos para recrear el oído. Arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzca deleite al escucharlos, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre o tristemente.¹⁵ Conciertos de música popular, música pop, clásica, recomendaciones, críticas etc.

¹³ Pratt, Henry, *Diccionario de Arte*, Alianza editorial, España, 1987, págs. 74-75.

¹⁴ Gallino, Luciano, *Diccionario de Sociología*, Ed. Siglo XXI, México, 1995, págs. 42-43.

¹⁵ Madariaga, Luis de, *Diccionario de Arquitectura*, Ed. Royal Books, S.L., España, 1994, pág. 129.

Literatura: Una de las bellas artes que emplea la palabra como instrumento, conjunto de producción literaria de un país o una época. Presentación de libros, cuentos, poemas, relatos, recomendaciones, críticas etc.

Cine: Apócope con el cual suele designarse el cinematógrafo o la cinematografía, y en particular la sala o establecimiento dedicado a la proyección de películas cinematográficas. Críticas y recomendaciones de cine de cartelera.

Televisión: Procedimiento de comunicación que proyectan imágenes o películas cinematográficas a un punto distante por medio de la electricidad y donde un aparato receptor construye los mismos elementos fotográficos en una pantalla.¹⁶ Presentación y análisis de programas de tv así como las sinopsis de las telenovelas.

Danza: eventos dancísticos en cualquiera de sus formas y manifestaciones. La danza es el movimiento corporal que se convierte en el arte que asume una función colectiva y sagrada, movimiento rítmico con la finalidad de expresar de forma original y simbólica la vida.¹⁷

Sociales: información que se refiere a las relaciones recíprocas de seres humanos en interrelación ya sea como individuos o como grupo.¹⁸ Nacimientos, muertes, bodas, divorcios de trascendencia social.

Antropología: estudio del hombre y de sus obra. Por consiguiente, la antropología es tanto una ciencia natural como una ciencia social. Históricamente a tendido a limitar su campo de estudio al hombre y a las culturas prehistoricas y primitivas.¹⁹ Todo lo referente al tema, así como las diversas actividades y exposiciones al respecto.

Ecología: ciencia que estudia la relación de los seres vivos con su medio. Temas de reforestación, incendios, así como las actividades oficiales.*

¹⁶ Pratt, Henry, Diccionario de Arte, Alianza editorial, España, 1987, pág. 293.

¹⁷ Akoun, Andre et. al., Las Artes, Ed. Mensajero, Bilbao, 1977, pág. 110.

¹⁸ Pratt, Henry, Diccionario de Arte, Alianza editorial, España, 1987, pág. 279.

¹⁹ Pratt, Henry, Diccionario de Arte, Alianza editorial, España, 1987, pág. 13.

Ciencia: Conjunto de conocimientos fundados en el estudio y en el exácto razonamiento de las cosas. Descubrimientos, adelantos del acontecer científico. *

Espectáculos: función o diversión pública de cualquier género, todo lo que atrae la atención. Invitación a conciertos, y eventos diversos. *

Eventos: Libro que contiene la memoria de los acontecimientos sobrevenidos en un mismo día en diferentes épocas. *

Radio: Aparato radio receptor, apócope de radioemisora, radiotelegrafía, radiotelefonía y radiodifusión. Eventos oficiales de la fuente así como críticas de programas. **

** durante el primer periodo del análisis no se manejan estas fuentes.*

*** durante el segundo bloque del análisis no se maneja esta fuente*

Al observar el número de notas por fuente durante todo el periodo, los resultados son los siguientes :

Cultura general:	27
Sociales:	15
Artes Plásticas:	26
Teatro:	28
Música:	<u>58</u>
Danza:	11
Literatura:	43
Cine:	19
Televisión:	39
Antropología:	6
Ecología:	<u>3</u>

La fuente menos trabajada durante este periodo es la de Ecología, y las más trabajada es la de Música, por lo que esto nos sugiere fuentes muy descuidadas como Antropología, Danza, Cine, y en el caso específico de la Música, puede ser que resulte mucho más atractivo, asistir a estos eventos, que a los demás por lo que hay que planear de mejor manera las órdenes de trabajo para lograr el equilibrio, óptimo.

En la columna de género periodístico, es importante anotar que una agencia informativa debe trabajar contrareloj, por lo que el género más recurrido es el de la nota informativa,

pero esto no descarta la posibilidad de que el reportero (a), pueda utilizar otro género que puede también ser de gran utilidad para los usuarios.

Pero el problema detectado aquí es el del menosprecio para otros géneros, cuando podría ser que el reportero para no perder tiempo, mande su nota informativa, y continúe después con su trabajo periodístico y claro si la nota lo amerita, trabajar una entrevista, o un artículo al respecto. Este puede ser un atractivo extra para el usuario, al mismo tiempo que para el reportero.

Nota informativa:	246
Reportajes:	22
Reseñas:	2
Artículos:	8
Columna:	3

En cuanto al total de notas, es importante resaltar que el promedio de notas trabajadas por día es entre 25 y 35 notas este es un parámetro importante para valorar la productividad del área incluso por día, porque el 25 y 26 de mayo son sábado y domingo y en estos días baja el promedio de notas siendo los dos más altos miércoles y jueves.

ANALISIS DEL 22 AL 31 DE MAYO DE 1996

22 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	3	NOT. INF. 30	32 NOTAS
ARTES PLASTICAS	3	REPORTAJE 2	
TEATRO	4		
MUSICA	10		
LITERATURA	4		
CINE	3		
TELEVISION	3		
ANTROPOLOGIA	2		

23 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NÚMERO DE NOTAS	GÉNERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	5	NOT. INF. 34	34 NOTAS
ARTES PLÁSTICAS	3		
TEATRO	4		
MÚSICA	6		
LITERATURA	4		
CINE	4		
TELEVISIÓN	8		

24 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NÚMERO DE NOTAS	GÉNERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	3	NOT. INF. 25	35 NOTAS
ARTES PLÁSTICAS	1	REPORTAJE 4	
TEATRO	3	RESEÑAS 2	
MÚSICA	6	ARTÍCULOS 2	
LITERATURA	5	COLUMNAS 2	
CINE	1		
TELEVISIÓN	7		
DANZA	3		
SOCIALES	5		
ANTROPOLOGÍA	1		

25 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NÚMERO DE NOTAS	GÉNERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	2	NOT. INF. 16	21 NOTAS
TEATRO	3	REPORTAJE 4	
MÚSICA	8	ARTÍCULOS 1	
LITERATURA	1		
TELEVISIÓN	3		
DANZA	1		
SOCIALES	3		

26 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	1	NOT. INF. 13	17 NOTAS
TEATRO	3	REPORTAJE 2	
MUSICA	3	ARTICULOS 2	
LITERATURA	5		
TELEVISION	3		
SOCIALES	1		
ECOLOGIA	1		

27 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	3	NOT. INF. 15	20 NOTAS
ARTES PLASTICAS	2	REPORTAJE 4	
TEATRO	3	ARTICULOS 1	
MUSICA	5		
LITERATURA	2		
CINE	1		
DANZA	3		
SOCIALES	1		

28 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	5	NOT. INF. 25	25 NOTAS
ARTES PLASTICAS	3		
TEATRO	2		
MUSICA	5		
DANZA	2		
LITERATURA	3		
CINE	1		
TELEVISION	1		
ANTROPOLOGIA	3		

29 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	7	NOT. INF. 36	38 NOTAS
ARTES PLASTICAS	8	REPORTAJE 1	
TEATRO	3	ARTICULOS 1	
MUSICA	4		
DANZA	1		
LITERATURA	6		
CINE	4		
TELEVISION	3		
SOCIALES	2		

30 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	4	NOT. INF. 28	32 NOTAS
ARTES PLASTICAS	3	REPORTAJE 4	
TEATRO	2		
MUSICA	6		
LITERATURA	4		
SOCIALES	2		
CINE	4		
TELEVISION	6		
ECOLOGIA	1		

31 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
ARTES PLASTICAS	3	NOT. INF. 24	27 NOTAS
TEATRO	1	REPORTAJE 1	
DANZA	1	ARTICULOS 1	
MUSICA	8	COLUMNA 1	
SOCIALES	1		
CINE	1		
TELEVISION	5		
LITERATURA	6		
ECOLOGIA	1		

CONCENTRADO DEL 22 AL 31 DE MAYO DE 1996			
FUENTE	NUMERO NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	27	NOT. INF. 246	281 NOTAS
ARTES PLASTICAS	26	REPORTAJE 22	
TEATRO	28	RESEÑAS 2	
MUSICA	58	ARTICULOS 8	
DANZA	11	COLUMNA 3	
LITERATURA	43		
CINE	19		
TELEVISION	39		
ANTROPOLOGIA	6		
SOCIALES	15		
EFEMERIDES	6		
ECOLOGIA	3		
CIENCIA	*		
ESPECTACULOS	*		
RADIO	*		

* No se maneja información de ésta fuente.

En este segundo bloque de análisis el número de notas por fuente se registró así:

Cultura general:	<u>80</u>
Sociales:	2
Artes Plásticas:	20
Teatro:	18
Música:	<u>80</u>
Danza:	6
Literatura:	21
Cine:	16
Televisión:	24
Antropología:	4
Ecología:	*
Ciencia:	11
Espectáculos:	61
Radio:	<u>1</u>

Esta vez no hay información de ecología, de radio solo hay una nota en 10 días, y las más altas son cultura general y música, que se mantienen como en el primer bloque.

ANALISIS DEL 22 AL 31 DE MAYO DE 1997

22 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	13	NOT. INF. 59	60 NOTAS
ARTES PLASTICAS	6	ARTICULOS 1	
TEATRO	6		
MUSICA	9		
DANZA	1		
LITERATURA	5		
CINE	1		
TELEVISION	5		
EFEMERIDES	1		
ESPECIALES	6		

23 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	5	NOT. INF. 27	29 NOTAS
ARTES PLASTICAS	5	ARTICULOS 2	
TEATRO	1		
MUSICA	10		
DANZA	1		
LITERATURA	1		
CINE	2		
TELEVISION	1		
CIENCIAS	2		
EFEMERIDES	1		

24 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	8	NOT. INF. 21	25 NOTAS
TEATRO	1	ARTICULOS 4	
MUSICA	8		
ESPECTACULOS	3		
CINE	1		
TELEVISION	1		
CIENCIA	2		
EFEMERIDES	1		

25 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	6	NOT. INF. 33	33 NOTAS
TEATRO	2		
MUSICA	16		
ESPECTACULOS	2		
LITERATURA	1		
CINE	1		
TELEVISION	2		
CIENCIA	3		
EFEMERIDES	1		

26 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	15	NOT. INF. 31	34 NOTAS
MUSICA	3	ARTICULOS 3	
ESPECTACULOS	7		
DANZA	1		
LITERATURA	1		
CINE	1		
TELEVISION	4		
CIENCIA	1		
EFEMERIDES	1		

27 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	13	NOT. INF. 50	53 NOTAS
TEATRO	2	ARTICULOS 3	
MUSICA	12		
DANZA	1		
ESPECTACULOS	5		
LITERATURA	4		
CINE	5		
TELEVISION	5		
CIENCIA	2		
ANTROPOLOGIA	1		
SOCIALES	2		
EFEMERIDES	1		

28 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	12	NOT. INF. 57	61 NOTAS
ARTES PLASTICAS	2	ARTICULOS 4	
TEATRO	5		
MUSICA	9		
DANZA	2		
ESPECTACULOS	16		
LITERATURA	4		
CINE	3		
TELEVISION	2		
RADIO	1		
ANTROPOLOGIA	3		
EFEMERIDES	1		

29 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	15	NOT. INF. 52	56 NOTAS
ARTES PLASTICAS	5	ARTICULOS 4	
TEATRO	2		
MUSICA	12		
ESPECTACULOS	10		
LITERATURA	4		
CINE	3		
TELEVISION	3		
CIENCIA	1		
EFEMERIDES	1		

30 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	4	NOT. INF. 34	34 NOTAS
ARTES PLASTICAS	1		
TEATRO	1		
MUSICA	7		
ESPECTACULOS	12		
LITERATURA	4		
TELEVISION	2		
CIENCIA	2		
EFEMERIDES	1		

31 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
ARTES PLASTICAS	1	NOT. INF. 4	4 NOTAS
MUSICA	2		
LITERATURA	1		

CONCENTRADO DEL 22 AL 31 DE MAYO DE 1997			
FUENTE	NUMERO DE NOTAS	GENERO	TOTAL
CULTURA GENERAL	80	NOT. INF. 331	352 NOTAS
ARTES PLASTICAS	20	ARTICULOS 21	
TEATRO	18		
MUSICA	80		
DANZA	6		
LITERATURA	21		
CINE	16		
TELEVISION	24		
ANTROPOLOGIA	4		
SOCIALES	2		
EFEMERIDES	9		
ECOLOGIA	*		
CIENCIA	11		
ESPECTACULOS	61		
RADIO	1		

* No se maneja información de ésta fuente.

En cuanto a los géneros utilizados los resultados indican lo siguiente:

Nota informativa:	322
Reportajes:	*
Reseñas:	*
Artículos:	21
Columna:	*

Bueno pues desaparecen más géneros y aumentan por lo tanto las notas informativas además de darle espacio a las efemérides de una forma constante.

Durante este lapso de 22 al 31 de mayo pero de 1997 aumentaron el número de notas a 352 siendo los días con menos numero de notas los sábados y domingos, y aumenta el numero de notas por día de 35 a 45 aproximadamente.

Entrevista a Usuarios Metropolitanos de la sección cultural de Notimex.

CANAL 40	EL DIA
CANAL 22	REFORMA
TELEVISA	DIARIO DE MEXICO
CANAL 13	EL ECONOMISTA
CUESTION	OVACIONES
CANAL 11	EPOCA
TRIBUNA METROPOLITANA	UNO MAS UNO
LA ACCION	LA PRENSA
LA JORNADA	EL NACIONAL
NOVEDADES	EL HERALDO DE MEXICO
REVISTA IMPACTO	EXCELSIOR
EL UNIVERSAL	EL FINANCIERO
MEXICO CITY TIMES	RADIO CENTRO
EXPRESS DE MEXICO	(12 estaciones)
RADIO EDUCACION	RADIO FORMULA
RADIO UNIVESIDAD	RASA
RADIO S.A.	X.E.R.E.D.
IMER	NUCLEO RADIO MIL
RADIO 690	GRUPO ACIR
	PUBLIRED

Indiscutiblemente la opinión más importante para analizar es servicio de la sección es el de los usuarios, por lo que según el listado de los suscriptores del SIC, en el área metropolitana se levantó esta encuesta con 38 de los suscriptores y las preguntas aplicadas son las siguientes:

CUESTIONARIO DE SONDEO ANALÍTICO USUARIOS DEL SERVICIO DE NOTIMEX

1.-Nombre del medio: _____
Prensa----- radio----- t.v.-----

2.-¿ Cuántas y cuáles agencias de noticias tiene contratadas ?

3.-¿Qué agencia proporciona un mejor servicio respecto a la sección cultural?

4.-¿ Cuanto tiempo tiene recibiendo el servicio de la agencia Notimex ?

5.- Respecto al servicio informativo de esta agencia lo calificaría como:
Excelente----- Bueno ----- Malo-----
-¿porqué? -----

6.-¿ Cómo califica la sección cultural de Notimex?
Excelente----- Buena----- Mala-----
- ¿porqué?-----

7.-¿Cuál es su opinión con respecto al formato periodístico de la "sección cultural" ?

8.-¿Cuál es su opinión con respecto a la redacción de la "sección cultural" ?

9.-¿Cuál es su opinión respecto a la oportunidad la "sección cultural"?

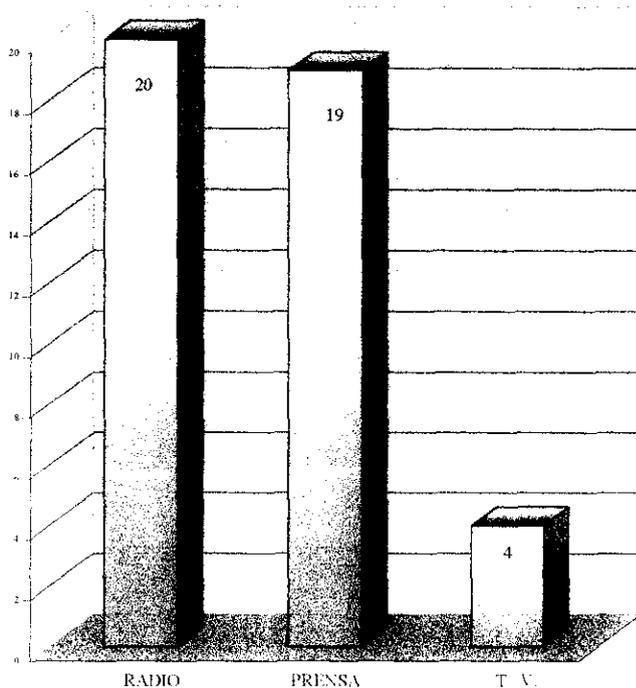
10.-¿Cuál es su opinión respecto a la veracidad de la "sección cultural"?

11.-¿Cuál es su opinión respecto al promedio de notas que maneja la "sección cultural" de Notimex?

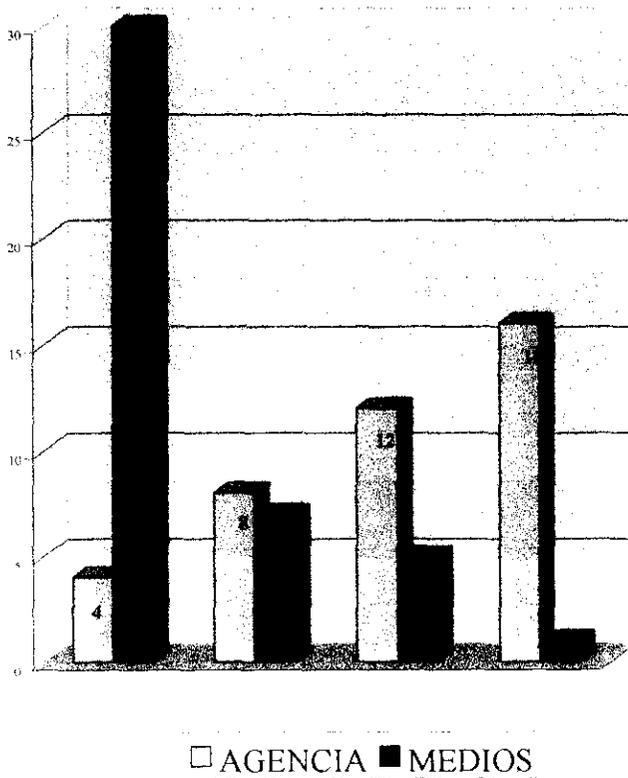
12.-¿Tiene alguna sugerencia específica para mejorar el servicio de la sección cultural de Notimex?

La entrevista con los medios lo primero que generó fue gran sorpresa, porque ellos manifestaron que realmente no hay contacto directo, además de excelente participación e interés por opinar sobre el funcionamiento de una herramienta de trabajo tan importante como lo es el servicio cultural de Notimex.

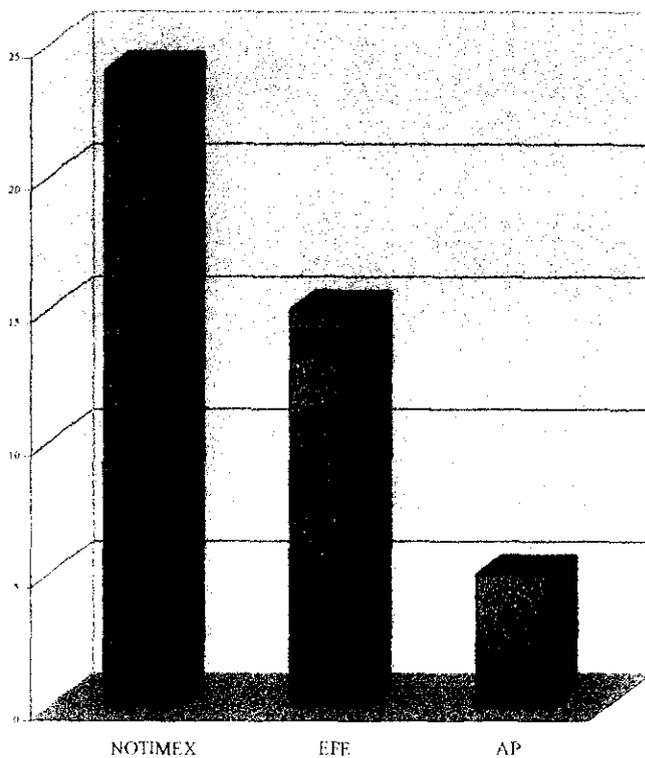
Para lograr una manera más representativa de las múltiples respuestas de los medios, se trabajaron con gráficas generando el siguiente resultado:



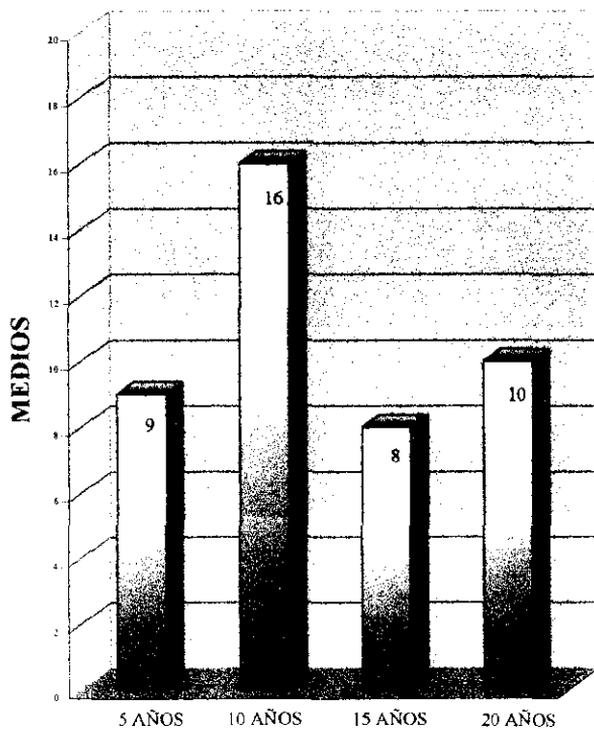
Gráfica 1
Medio de comunicación que recibe el servicio



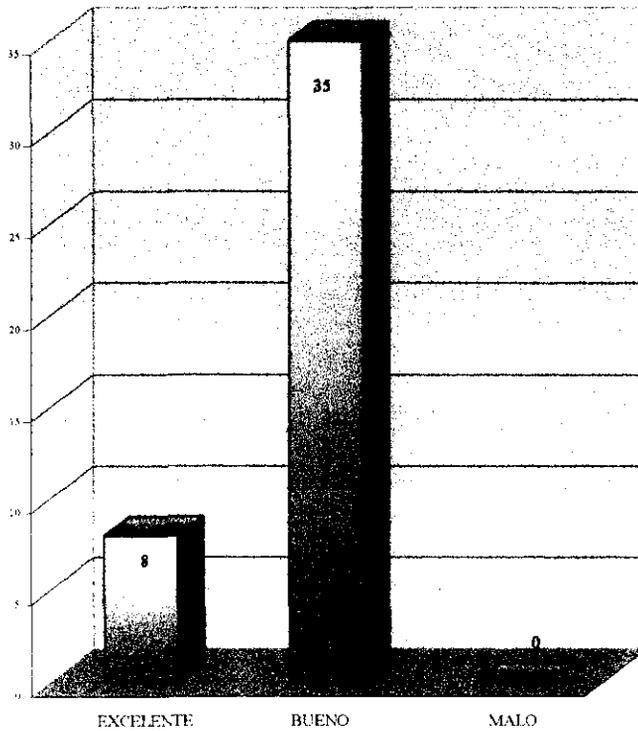
Gráfica 2
¿Cuántas agencias de noticias tiene contratadas?



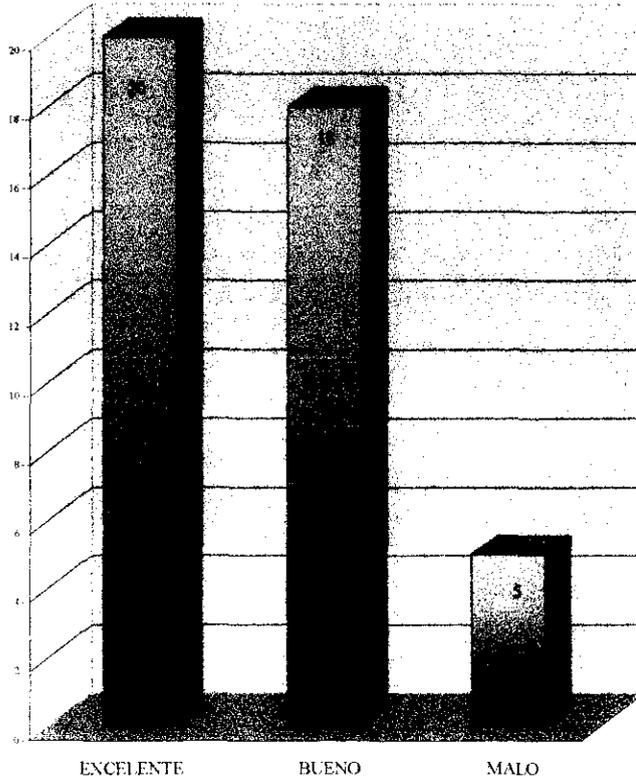
Gráfica 3
¿Qué agencia proporciona un mejor servicio respecto a la sección cultural?



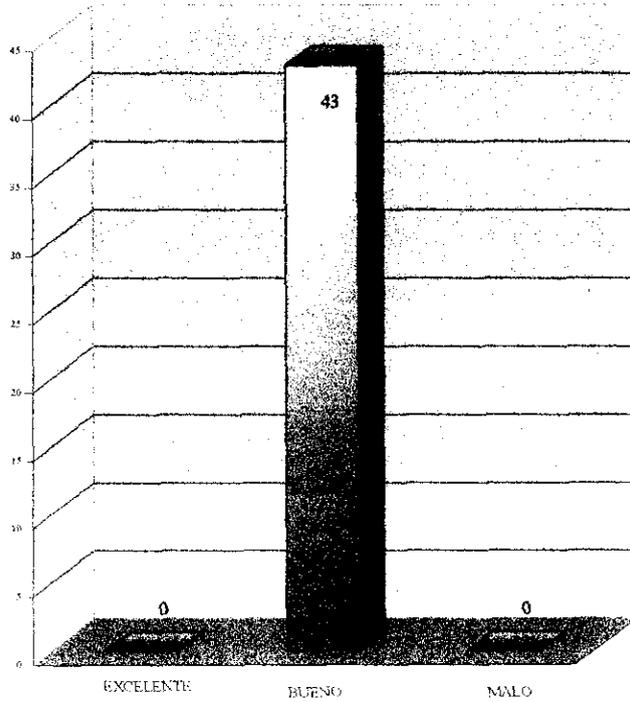
Gráfica 4
¿Cuánto tiempo tiene recibiendo el servicio de Notimex?



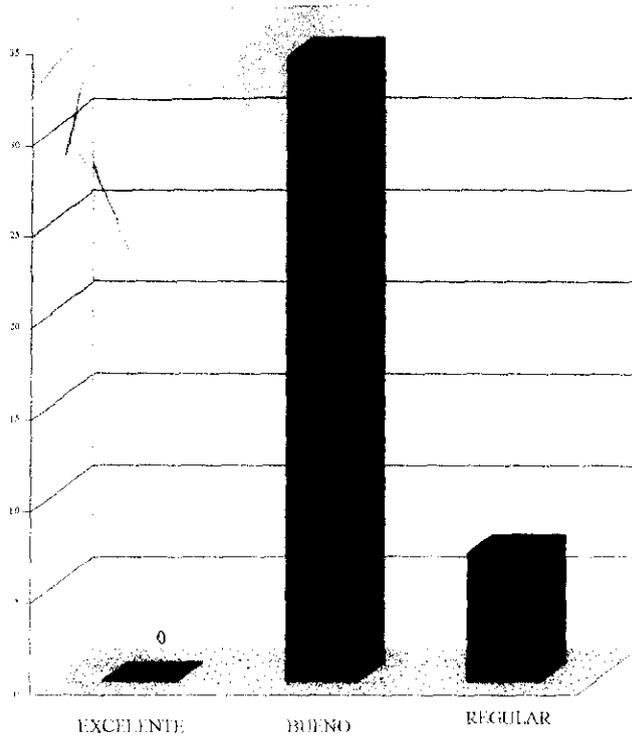
Gráfica 5
¿Cómo califica el servicio de la agencia?



Gráfica 6
¿Cómo califica la sección cultural de Notimex?

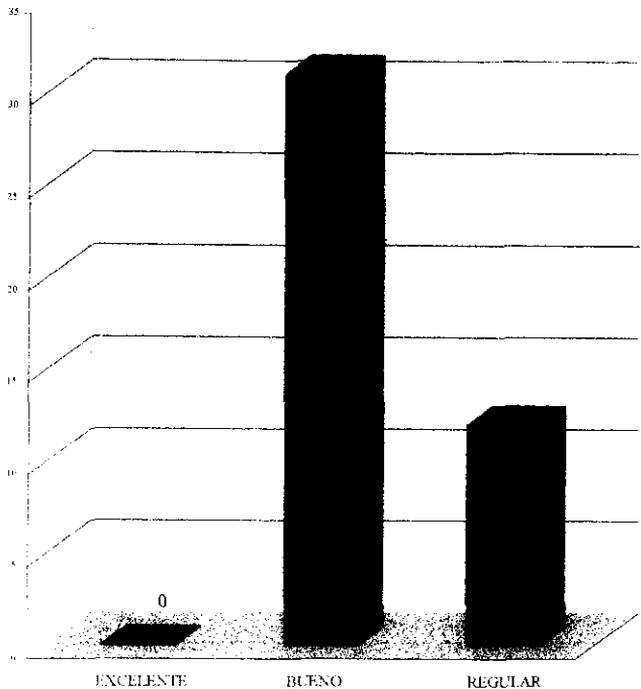


Gráfica 7
¿Cómo califica el formato periodístico de la sección cultural?

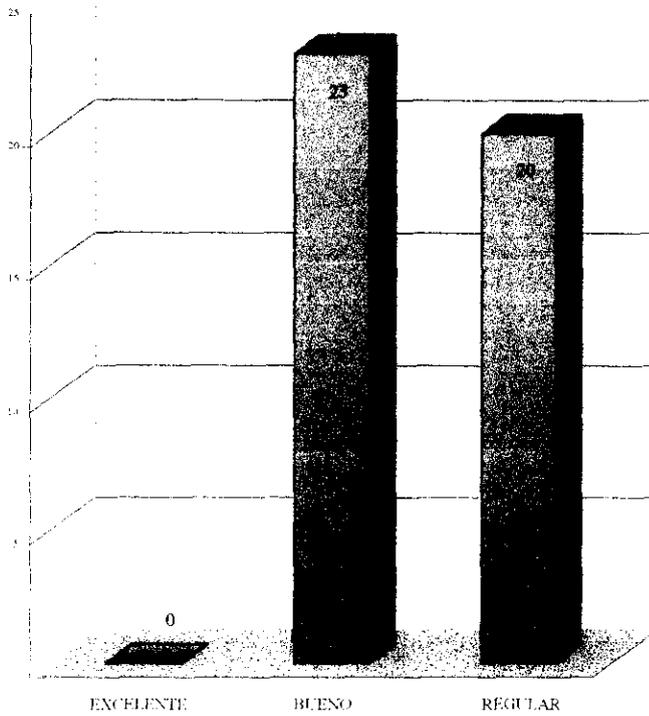


Gráfica 8

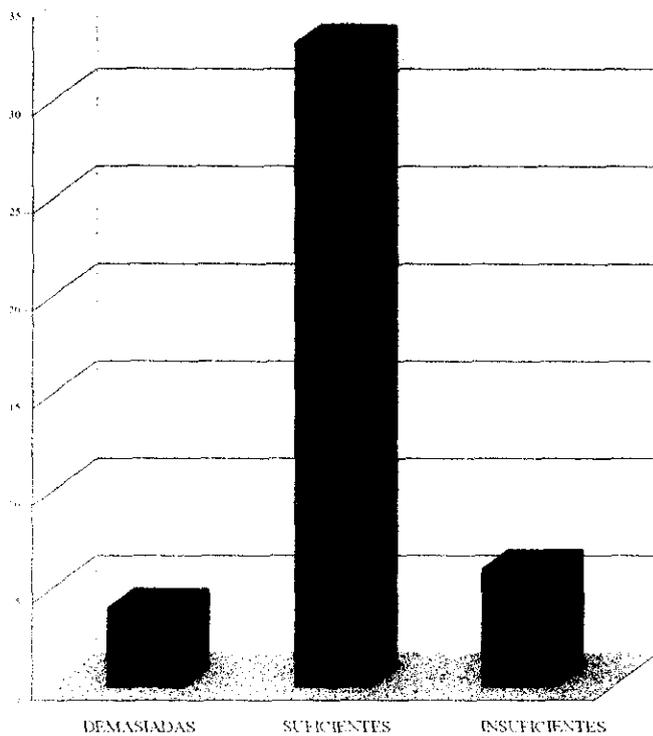
¿Cómo califica la redacción de la sección cultural?



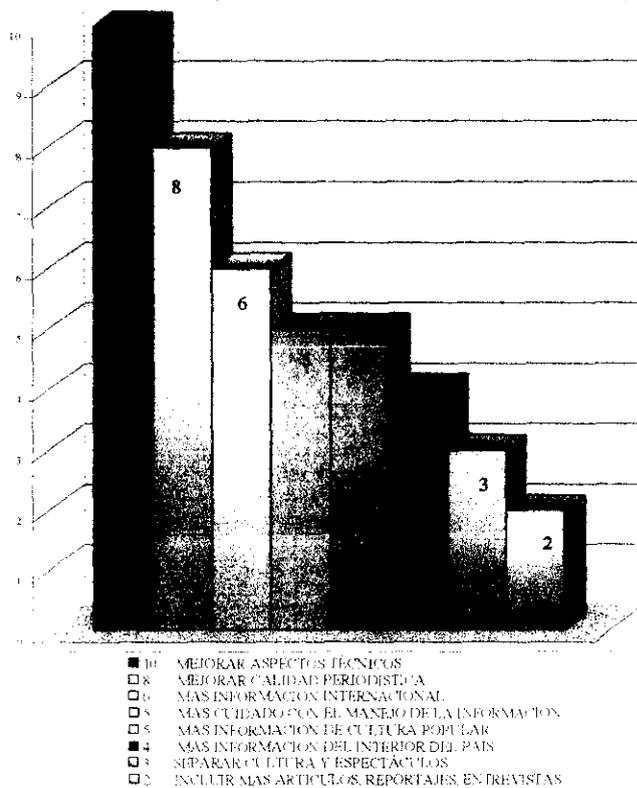
Gráfica 9
¿Cómo califica la oportunidad de la sección cultural?



Gráfica 10
¿Cómo califica la veracidad de la sección cultural?



Gráfica 11
¿Cómo califica el promedio de notas que maneja la sección cultural?



Gráfica 12

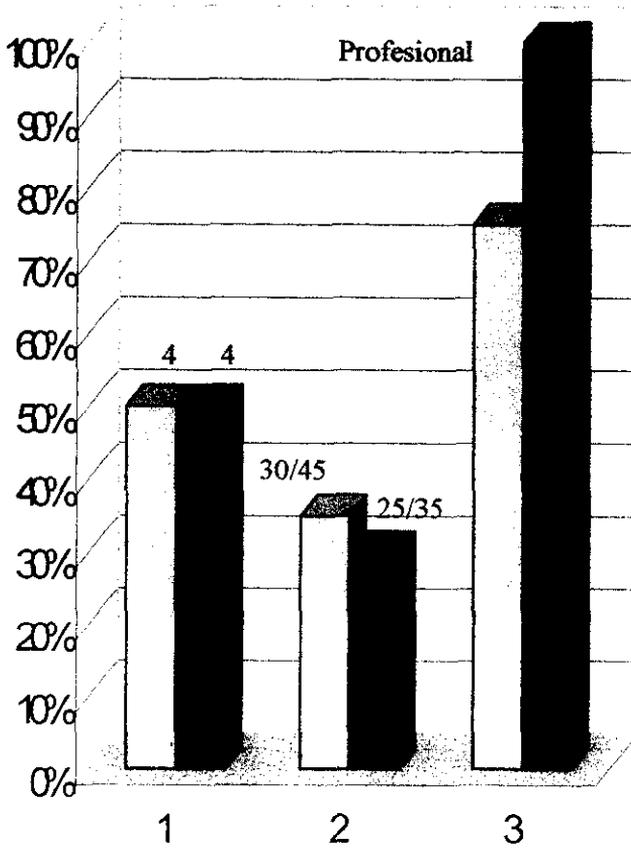
¿Tiene alguna sugerencia para mejorar el servicio de la sección cultural de Notimex?

Otra opinión fundamental es la del personal que trabaja en el área de cultura, desde el coordinador del área, los Editores (as), redactores (as), y los reporteros (as). En este sector la experiencia fue diferente, pues para poder localizar a cada uno de los reporteros y lograr concertar una cita por lo irregular de su horario de trabajo se complica, pero pude percibir que ellos aunque trabajan en la agencia misma, se extrañaron mucho por el cuestionario, e incluso para algunos fue un importante espacio para dar su opinión, casi todos pedían que su nombre no apareciera, porque se quieren evitar problemas, con respecto a los editores en turno me indicaron que ellos podrían contestar por ellas, debido a que no pueden descuidar su trabajo, por lo que el esquema del cuestionario que se aplico a los reporteros y editores fue el siguiente:

CUESTIONARIO DE SONDEO ANALÍTICO REPORTEROS DE LA SECCION CULTURAL DE NOTIMEX

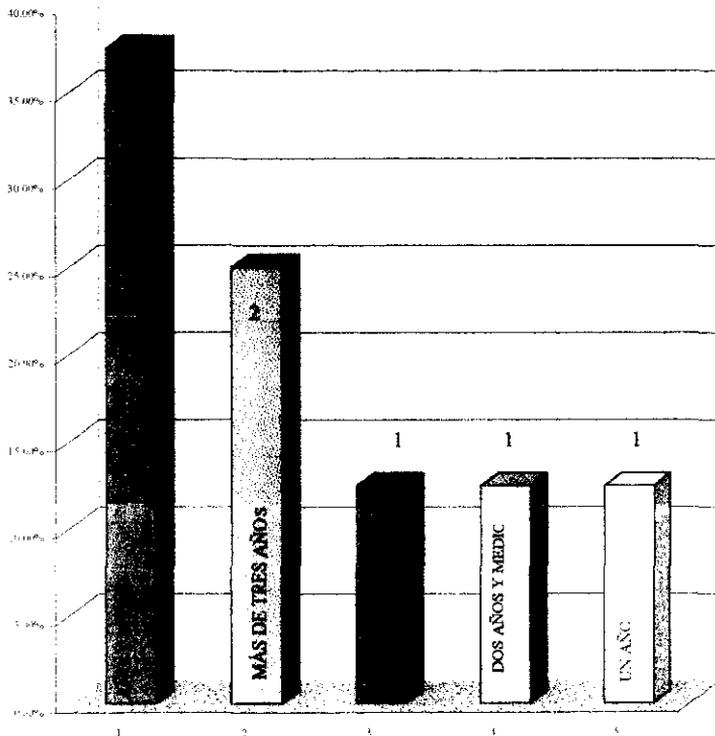
- 1.- Sexo----- Edad----- Escolaridad-----
- 2.-¿ Cuánto tiempo llevas trabajando en la sección cultural de notimex?
- 3.-¿Que labor desempeñas en la sección cultural?, descríbela brevemente:
- 4.-¿Te gusta el trabajo que realizas?
- 5.-¿ Qué opinión tienes de la calidad de la sección cultural ?
- 6.-¿ Qué opinas respecto a la redacción?
- 7.-¿Qué género periodístico prefieres trabajar?
- 8.-¿ Qué opinión tienes respecto a la veracidad y oportunidad de la información, que se maneja en la sección?
- 9.-¿Cuál es tu opinión respecto al número de notas ?.
- 10.-¿Cuál es tu opinión respecto a las fuentes que se cubren?
- 11.-Tienes alguna propuesta para mejorar la sección cultural.

Las gráficas de las respuestas a este cuestionario son las siguientes:

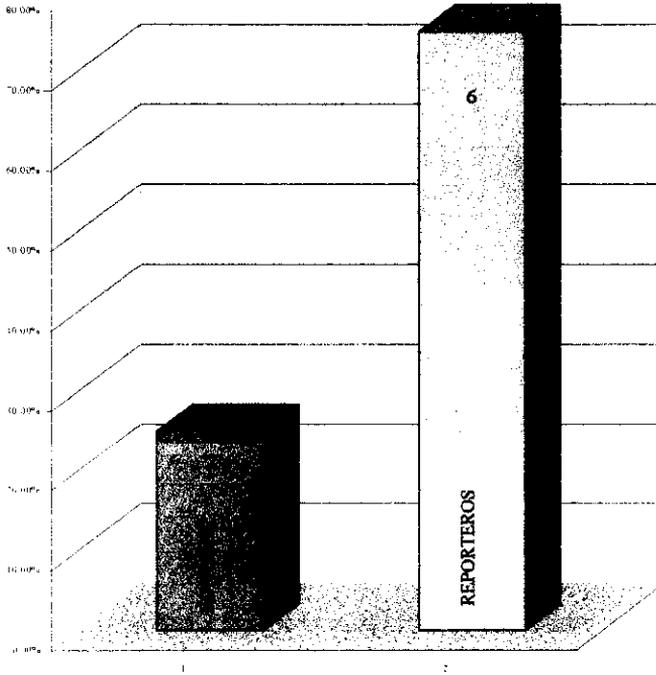


Hombres
 Mujeres

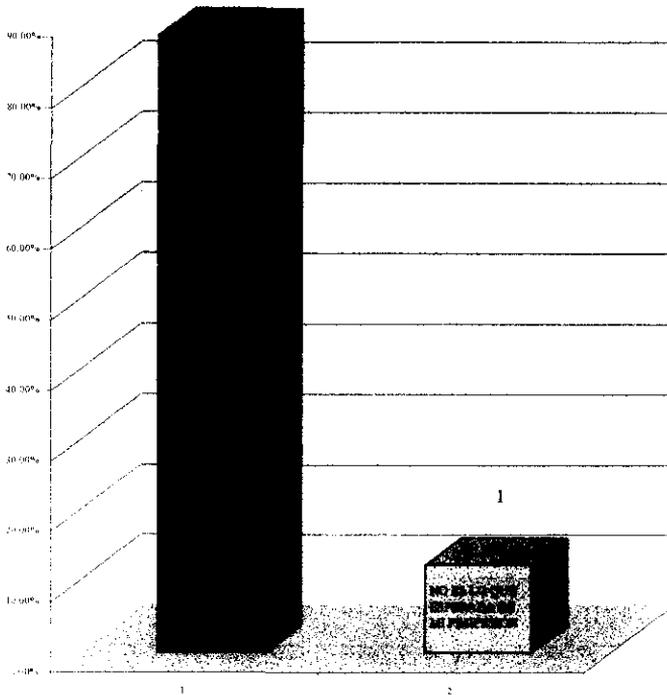
Gráfica 1
¿Sexo, edad y escolaridad?



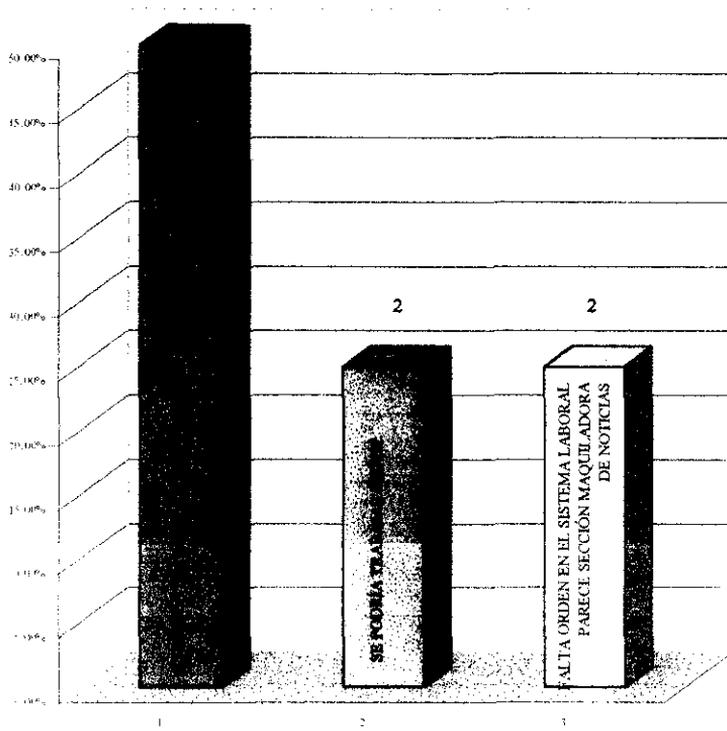
Gráfica 2
¿Cuánto tiempo llevas trabajando en la sección cultural de Notimex?



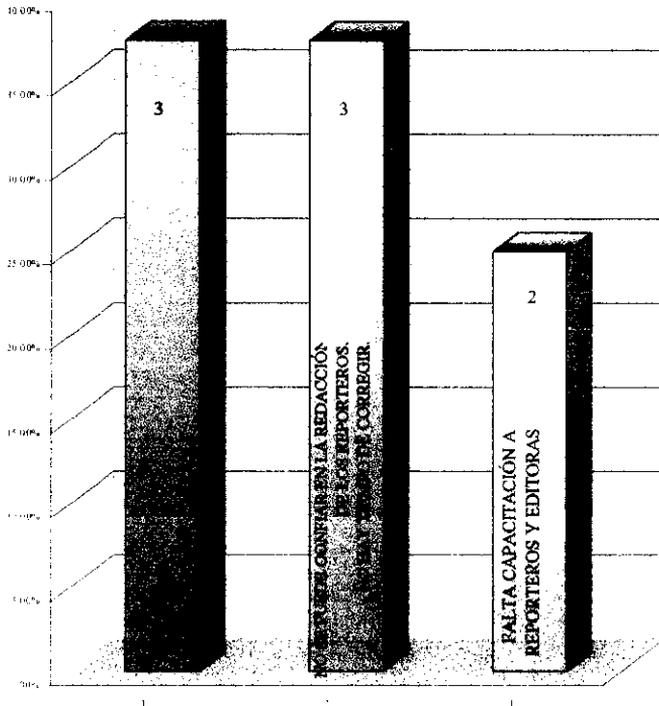
Gráfica 3
¿Qué labor desempeñas en la sección cultural?



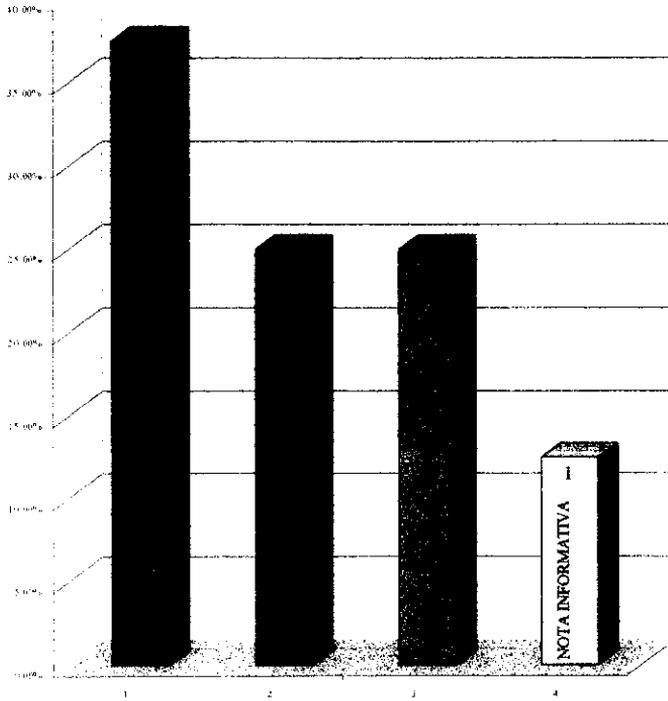
Gráfica 4
¿Te gusta el trabajo que realizas?



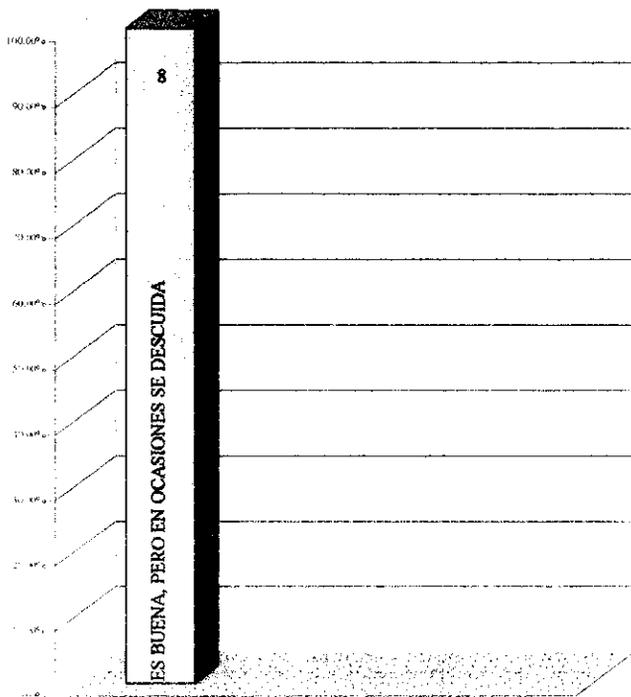
Gráfica 5
¿Qué opinas de la calidad de la sección cultural?



Gráfica 6
¿Qué opinas de la redacción en la sección cultural?

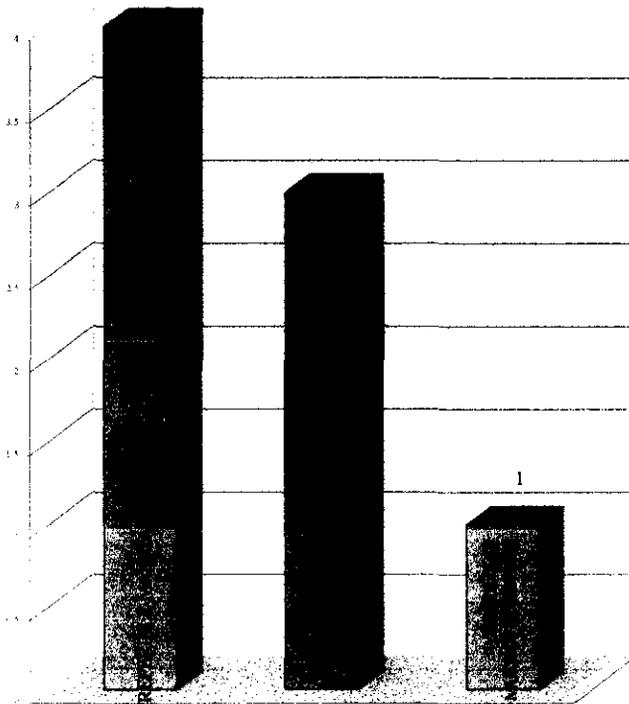


Gráfica 7
¿Qué género periodístico prefieres trabajar?



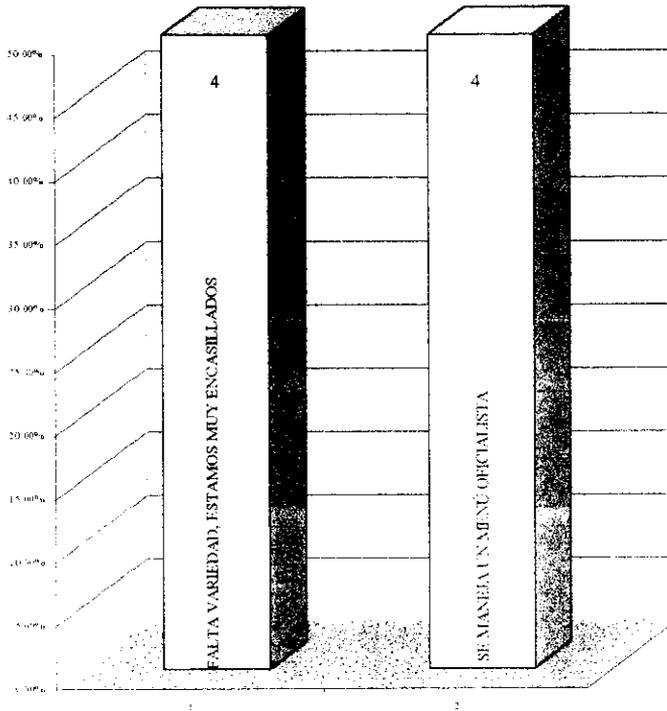
Gráfica 8

¿Qué opinión tienes sobre la veracidad y oportunidad de la información, que se maneja en la sección?



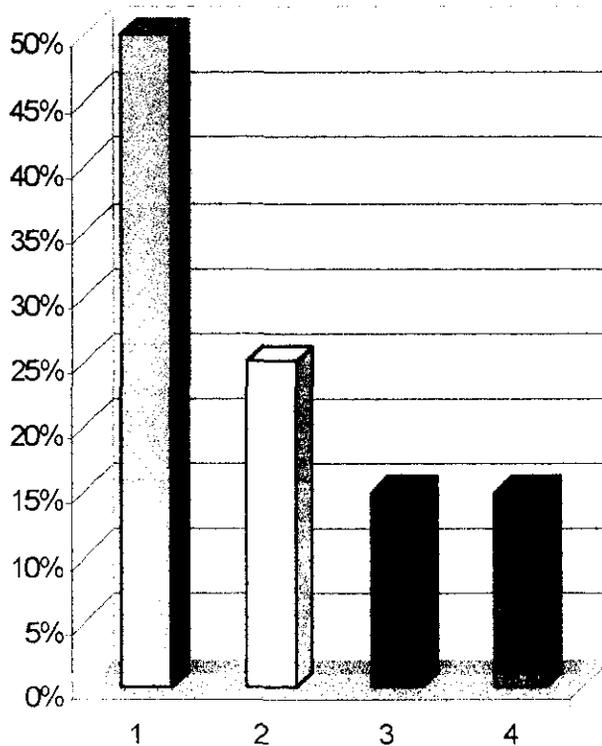
Gráfica 9
¿Cuál es tu opinión respecto al número de notas?

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA



Gráfica 10

¿Cuál es tu opinión respecto a las fuentes que se cubren?



- Falta dirigente dinámico. promociones y estímulos.
Falta ser competitivos.
- Falta una actitud productiva y profesional en el área.
- No hay equipo.
- Definir actividades y responsabilidades.

Gráfica 11
¿Tienes alguna propuesta para mejorar la sección cultural?

Finalmente este trabajo de entrevistas se concluye con es el siguiente cuestionario aplicado al Lic. Víctor Enriquez, quien dirige la Sección cultural de Notimex.

CUESTIONARIO PARA JEFE DE SECCION CULTURAL DE NOTIMEX

1.-¿Cuánto tiempo tienes cubriendo la sección cultural?

7 años

2.-¿ Qué opinas de la difusión cultural en México en la actualidad?

Es una actividad que no ha logrado optimizar sus cometidos, aunque de 1985 a la fecha este rubro ha merecido el apoyo de los 3 poderes de gobierno y no deja de ser una de las prioridades para elevar el nivel educativo de la población.

3.-¿ Qué actividad cultural es la que más te apasiona (danza, cine, teatro, música, etc...)?

...literatura, artes plásticas, así como las nuevas tendencias en la expresión artística.

4.- ¿Como periodista de profesión, cuál ha sido el aprendizaje más significativo que has adquirido como responsable de esta sección cultural?

Ante cualquier evaluación lo importante en la actividad de un coordinador del área será el reconocimiento de los materiales generales de manera cotidiana, emitida con oportunidad y con el menor número de errores posible.

5.-¿Cuál ha sido tu aportación para el mejoramiento de la sección cultural desde que eres responsable de la misma?

De 1993 a 1999 se han generado varios cientos de exclusivas, el seguimiento de especiales seriados y la edición de 16 suplementos culturales.

6.- Dentro de las diferentes manifestaciones culturales, cuales tienen mayor difusión y porqué?

El acontecer cultural es reflejo de ritmos de la sociedad y en esa medida se propician flujos informativos en función de determinadas brechas de coyuntura.

7.-¿-Qué promedio de notas culturales se manejan diariamente?

De 22 a 38 con la suma de los cables remitidos por corresponsales de México y el mundo.

8.-¿- La sección cultural se maneja bajo algún proyecto de difusión actualmente?

La difusión está dada solamente por los contenidos de las notas emitidas vía satélite que en laza a la denominada red de suscriptores que puede potenciarse mediante las ondas hertzianas y microondas vía radio y televisión.

9.-¿Se maneja algún sistema de evaluación periodística, que te permita regular y evaluar los flujos informativos de esta sección?

Desde luego que a los criterios cualitativos se suma la evaluación cualitativa que se da en función de los criterios de la agencia y su cúpula directiva.

10.-¿Qué género periodístico es el que se utiliza más en esta sección?

Nota informativa, entrevista, reportaje, crónica y opinión en ese orden.

¿porqué?

Notimex es un reflejante de lo que acontece en México y el mundo y es la nota informativa el género de mayor demanda.

11.-¿Se maneja algún formato informativo?

Las especificaciones se han condensado en un manual de estilo que en rigor contempla la concreción y precisión en los datos de cada despacho.

12.-¿Cuál es el criterio de edición de la información?

El criterio se estructura a partir de un esquema tentativo de coberturas y de ahí se editan notas de reporteros, corresponsales, trabajo de mesa, boletines y notas reportadas de manera global e individual.

13.-¿Existe algún plan para mejorar la sección cultural?

Si se ha dado capacitación al personal que se han adaptado las condiciones de trabajo. El planteamiento de la capacitación remite cada vez a un trabajo especializado por área de influencia o sector. Se habilita a los profesionales en campo (reporteros) y mesa (redactores, editores) con herramientas para el mejoramiento en las entregas y se hace una evaluación constante.

CONCLUSIONES

Desde su creación en 1968, Notimex ha carecido de una estrategia de difusión que le permita ser reconocida por los usuarios y público en general, como una agencia del Estado, Objetiva y Plural además de identificar su importancia Nacional e Internacional.

El manejo de campañas se ha centrado específicamente en promocionar los servicios informativos a través de folletería e inserciones en periódicos y en los últimos años se han producido spots televisivos como parte de los eventos conmemorativos de aniversario de la agencia.

Según los resultados arrojados por el cuestionario aplicado a los usuarios, de los medios de comunicación del distrito federal, se tiene una imagen desfavorable de la agencia, ya que la identifican como oficialista y cuestionan su cobertura oportuna y la calidad del manejo noticioso.

Otro factor importante en el desarrollo de la Agencia, es el desempeño de sus propios trabajadores como reflejo de lo que es y pretende ser, sin embargo, la promoción que hacen al interior y exterior de la empresa es desfavorable ya que no existe conciencia de la importancia de su labor y de la relación empleado-empresa para el logro de objetivos.

El panorama que deja como resultado el análisis de esta sección es de descontrol, inconformidad y de falta de dirección, este es un argumento personal basado por supuesto en la experiencia al realizar este trabajo; la sección cultural esta afectada por la falta de un sistema adecuado a las necesidades actuales.

Afortunadamente hay todo un sistema dentro de la Agencia que ha permitido que a pesar de que las cosas no estén del todo bien en la sección cultural, ésta se mantenga, pero no de una forma óptima y adecuada. En respuesta se presenta el siguiente proyecto.

Proyecto para el funcionamiento óptimo de la sección cultural de Notimex

Objetivo:

Determinar si la sección cultural de Notimex funciona de manera óptima tanto en el sector interno como en el externo.

Detectar la imagen que los usuarios tienen de la sección cultural de Notimex.

Obtener propuestas para mejorar el servicio.

Localizar los problemas operativos de la sección cultural.

Plantear propuestas para mejorar la sección cultural de Notimex.

Planteamiento del problema:

Basándonos en los tres principales puntos de atención que conforman la estructura de la política cultural de México, ratificados por el Gobierno de la República: la preservación del patrimonio cultural, el apoyo a la creación intelectual y artística, y la difusión cultural. El sector que corresponde a la difusión cultural, es donde centraremos nuestra atención.

Es importante la participación de la sociedad y de la comunidad en el diseño de políticas y proyectos que plasmen la acción institucional al respecto, por lo que es necesario generar estrategias para lograr el desarrollo de este rubro que nos compete.

Por lo anterior, es imperativo ampliar el papel de los medios de comunicación masiva en la difusión de la cultura vinculando así proyectos de desarrollo cultural conjunto, que logren intensificar la presencia cultural de México a nivel Nacional e Internacional.

Crear un mecanismo de cooperación de las instituciones culturales y de los gobiernos estatales con el fin de sumar medios e infraestructuras de comunicación y difusión de cada uno de ellos. La educación, la investigación, la promoción y la difusión de las disciplinas artísticas son funciones claramente delimitadas en sus respectivos ámbitos de acción, pero necesariamente relacionadas y complementarias desde el punto de vista del desarrollo de las artes.

“Estrechamente articulada con la política educativa, y con múltiples zonas de comunicación y colaboración intersectorial, la política cultural mexicana parte de esta visión general para definirse en acciones específicas como son: el patrimonio cultural, culturas populares, cultura infantil, creación y educación artística con una convocatoria a la colaboración de otros ordenes de gobierno y de los sectores social y privados.”

Cuando el contacto con las artes, con los bienes de la cultura, es parte de la educación y de la vida de un niño, se afinan sus capacidades intelectuales.

Las experiencias de índole cultural y artística son fuente de satisfactores para sus necesidades de explotación, expresión y comunicación en el individuo.

Por lo tanto se requiere de una amplia formación de disposiciones intelectuales, de valores arraigados en una cultura con raíces milenarias que se manifiesta en esa diversidad de formas de vivir y por lo tanto de formas de pensar.

Delimitación:

En el caso de Notimex es importante articular proyectos específicos de colaboración entre diversas dependencias del gobierno federal como la Secretaria de Educación Publica, Desarrollo Social, Medio Ambiente, recursos Naturales y Turismo; es necesario promover acciones de apoyo e intercambio que propicien la afluencia informativa para reforzar así cada uno de los proyectos en pro de uno general.

De igual forma la coordinación con los estados y diversos municipios y gobiernos estatales, para el diseño de programas de promoción de zonas arqueológicas así como de monumentos artísticos e históricos.

Vincular a la iniciativa privada y las organizaciones sociales que apoyan programas de conservación cultural y lograr una autentica divulgación del conocimiento aprovechando de mejor forma los medios de difusión.

Estrategias con las que atenderemos la demanda de difusión cultural de la sociedad toda con el pleno aprovechamiento de los recursos y medios disponibles, contando claro con la

ampliación del uso de los medios de comunicación masiva: radio, televisión y publicaciones periódicas.

Mientras que la promoción artística comprende las acciones de fomento y estímulo a la creación en las distintas disciplinas, la difusión implica las actividades que permiten que el producto, la creación artística, del tiempo presente y futuro, y la de otras épocas se integren al patrimonio cultural nacional y universal, teniendo (éste es el objetivo) destino público y repercusión social.

En la difusión, como área sustantiva de la política cultural, se ha observado la tendencia a un desarrollo relativamente autónomo de cada campo: danza, música, literatura, artes visuales, teatro y fotografía, sin un pleno aprovechamiento de las experiencias y recursos humanos y materiales con que se ha contado en ellos a lo largo del tiempo.

En tal sentido, se hace necesario llevar a cabo programas de difusión del arte en todas sus expresiones y vincular a ellos las funciones educativas, de investigación y promoción, es decir, establecer planes integrales de desarrollo de las disciplinas artísticas que, sin descuidar esfuerzos específicos que se llevan a cabo para proveer cada una de ellas, eviten que las acciones se desarrollen de manera aislada.

Por ello, para dar coherencia a la atención y formación de públicos, es conveniente adoptar programas integrales que vinculen efectivamente entre sí a los diferentes organismos y áreas del Subsector Cultural y orienten de manera definida su colaboración con otras instituciones publicas y de educación superior, empresas privadas y asociaciones civiles, entre otras.

Ahora bien, el avance tecnológico ha transformado los medios de comunicación con lo que se generan nuevas posibilidades para la difusión. Refiriéndonos específicamente a la cultura, se lograra la sensibilización de niños y jóvenes, más rápida y a más temprana edad, así como el nacimiento de nuevos públicos, por ello se requiere que el conocimiento de las expresiones de la cultura nacional y universal, tengan una difusión planificada dentro de los recursos con los que cuenta el país, multiplicar esfuerzos para promover con mayor

intensidad y de manera eficaz las manifestaciones educativas y culturales, así como los valores sociales de conveniencia democrática, tolerancia y respeto a las diferencias.

La red de medios del estado ha vivido, sin duda, diversas transformaciones que deben entenderse para aprovechar de manera óptima los recursos con que se cuenta actualmente y las perspectivas reales que ofrecen a las necesidades nacionales.

En los próximos años, la presencia cultural de los medios se deberá fortalecer primero en el ámbito educativo destinada a la estimulación artística así como a la apreciación de la misma y otra orientada a la difusión de las manifestaciones artísticas de alta calidad que expresen nuestra identidad nacional y la capacidad creativa de los mexicanos.

“La cultura y la educación es un requisito para el desarrollo de la población mundial, y el papel del Estado es garantizar y propiciar las condiciones para la expresión plena del talento individual y colectivo” éstas son palabras del señor Rafael Tovar y de Teresa durante la conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el desarrollo que se realizó en Estocolmo Suecia el 1 de abril de 1998.

“La cultura de los mexicanos, la unidad de los mexicanos en la diversidad y en torno a nuestros valores, en torno a nuestras metas compartidas es invencible” destacó el presidente Ernesto Zedillo y, señala que el gobierno de la república tiene el compromiso de alentar la creatividad libre, independiente y crítica de los artesanos y de los artistas de nuestro país.

Es de vital importancia para la sociedad el acrecentamiento de la cultura en los que serán los futuros conductores de nuestro país.

“La tradición mexicana de apoyo a la cultura viene desde el tiempo de Juárez, que como presidente, beca artistas para que contemplaran su formación, apoyó a los autores dramáticos mexicanos y contó con intelectuales como Guillermo Prieto dentro de su equipo de trabajo” palabras de Emilio Carballido durante la presentación del programa de cultura 1997.

En entrevista Andrés de Luna precisó que la difusión cultural es tan importante como la política y la economía, pero no se le da el mismo peso. La cultura de un país es un

patrimonio muy importante, los países europeos tiene muy clara la idea de que una sociedad que abre los ojos a los avances tecnológicos no debe descuidar las páginas culturales que le dan fuerza y relevancia a su identidad e historia.

Diagnóstico

Existe un desconocimiento generalizado sobre lo qué es la Agencia, cómo funciona, sus alcances y sus objetivos, lo que se refleja en:

- Mala imagen por considerarla oficialista al ubicarla como una Agencia del Gobierno y no del Estado.
- Subvaluación de los servicios.
- Minimización de la información.
- Los nuevos medios no la contemplan como una agencia fundamental en su trabajo.

Una situación de especial interés es la calidad del Servicio Informativo.

Con respecto al sondeo realizado las fallas más comunes de las que se quejan los clientes son las siguientes:

- Falta de oportunidad en la noticia
- Mala calidad en la forma y fondo de la nota

Estos son puntos relevantes, ya que no obstante que se logre desarrollar un fortalecimiento de la imagen de Notimex, si la calidad no se supera, difícilmente se logrará el éxito, ya que el producto debe promoverse por si mismo, auxiliado con estrategias comerciales, de promoción y de imagen.

Objetivos Generales:

- Lograr posicionar entre los suscriptores y público en general la confianza en la Agencia.
- Lograr que la sección de “cultura, ciencia y espectáculos” gane credibilidad entre los usuarios.

Objetivos particulares:

- Conocer la opinión de los suscriptores de la sección cultural.
- Generar un plan de trabajo que proporcione nuevas metas en cada uno de los elementos que colaboran en la sección de cultura.
- Conocer el funcionamiento de la sección de cultura.
- Plantear la modernización tecnológica e informativa, describiendo sus posibilidades, alcances y un mejor producto.
- Detectar los problemas más comunes de la sección para proponer soluciones posibles e inmediatas para mejorar el servicio.
- Conocer la opinión de los trabajadores de la sección cultural.

Estrategia:

- Por medio de cursos de actualización, reforzar el sistema de trabajo de la sección y generar una mejor comunicación al interior del equipo, estableciendo un sistema general de estilo periodístico propio.
- Plantear la veracidad, oportunidad y objetividad como característica del servicio de esta sección cultural.

Elaborar un documento informativo que muestre los objetivos propios de esta sección a los suscriptores que utilizan la información con el fin de informar ampliamente al personal de la proyección de este servicio.

Plan de trabajo

En esta sección según las entrevistas y el sondeo del desarrollo operativo del área, es necesario trabajar bajo un plan de trabajo que organice las metas anuales del área, desglosarlo en dos periodos semestrales y fundamentarlo con reuniones mensuales o bimestrales con el fin de estar muy involucrados en el desarrollo y *efectividad* del servicio.

En este plan de trabajo se deben delimitar metas y objetivos para detectar problemas y dar así posibles soluciones para optimizar el funcionamiento de la sección. El trabajar mediante un plan de trabajo permitirá organizar y plantear los proyectos y retos de este equipo de trabajo.

El plan de trabajo que se maneje, debe permitir organizar y contemplar el mayor número de eventos culturales, además de trabajos especiales, entrevistas, reportajes, investigaciones etc... siempre que se encuentren dentro de las posibilidades de la agencia.

Las ventajas de manejar un plan de trabajo ofrecerá diversas funciones, entre las más importantes el de apoyar ciertamente y de forma efectiva el plan nacional de desarrollo cultural 1995-2000.

Y con esto se logrará tener un balance entre las diferentes fuentes sin saturar una y descuidar otras, como se plantea en los dos periodos de análisis de la sección cultural, que se presentan en anteriores capítulos.

El personal del área

Una de las situaciones que se detectaron es la falta de mística institucional que existe en Notimex, de tal manera que los propios trabajadores no tienen una opinión favorable para con la sección de cultura.

Por otra parte, se carece de un elemento que permita la comunicación entre las áreas, y entorpece la coordinación de trabajos.

Así que en general no existe un compromiso en el que el trabajador de Notimex “se ponga la camiseta”, esto trae como consecuencia:

- Falta de interés en el trabajo, por lo tanto la falta de calidad.
- Falta de compromiso con la institución.
- Apatía ante los problemas que enfrenta la agencia.
- Burocratización en el trabajo.
- Carencia de trabajos creativos, propuestas y soluciones por parte de los trabajadores.
- Desconocimiento sobre ¿para que sirve?, lo que se hace y como se hace el trabajo en la Agencia.

Por lo anterior es necesario mantener un contacto directo con el grupo de reporteros a fin de lograr un intercambio de ideas para agilizar el servicio, así como para hacer personalmente algún comentario respecto al trabajo individual.

Realizar evaluaciones semestrales de productividad, de cada uno de los integrantes de la fuente cultural y del trabajo general para detectar las deficiencias y resolverlas en el siguiente periodo. Número de notas, fuentes, género, asistencias, horario...

Definición de actividades del personal

Determinar responsabilidades de cada puesto, para evitar así dobles actividades y fomentar que el trabajo sea equilibrado y por lo tanto de mejor calidad.

Dinámica de comunicación laboral

Tanto los usuarios del hilo como los reporteros plantean la necesidad de tener un contacto continuo que permita el intercambio de ideas con el fin de lograr un mejor servicio.

Por lo que se propone realizar una reunión mensual con los reporteros con la finalidad de organizar las actividades futuras, resolver dudas y problemas conformando de esta manera un mejor equipo de trabajo.

Recordemos que Notimex, es una agencia que ofrece un servicio, por lo tanto algo muy importante es recordárselo constantemente al personal, para que entienda que lo más importante es el servicio y la relación con el cliente.

Sistema de comunicación con usuarios

Es básico mantener continuamente contacto con los usuarios a fin de mejorar y personalizar el servicio con el objetivo de hacer que el cliente se sienta importante y escuchado. Por lo que se propone que exista una persona que mantenga el contacto constante con los usuarios de esta sección con el fin de detectar problemas técnicos y de contenido y resolverlos.

Capacitación

Como cualquier profesionista el periodista necesita mantenerse actualizado, por lo que en esta área, se proponen cursos de redacción, corrección de estilo, y apreciación cultural, lo mismo que cursos de inglés y de computación.

Resaltar una cultura de servicio en todo el personal puede mejorar notablemente la imagen de la agencia.

Brindar cursos de redacción, de historia del arte, de apreciación cultural, de ortografía, y de corrección de estilo, de autoestima, asertividad, etc...

Servicio social

Implementar un programa de colaboración social con las escuelas de periodismo para agilizar el trabajo y lograr así que los futuros periodistas tengan una real idea de las

exigencias laborales de este medio. Y para no desgastar al personal en labores que puede desarrollar algún servidor social.

El cambio de sistema laboral será resultado de una actitud *positiva y entusiasta*, que debe estar a cargo de la persona responsable del área, por lo tanto el perfil de esta persona tendrá que ser el de una persona con *tacto*, y *capacidad de disuadir* a todo el personal de esta sección para adoptar una posición *integradora*.

BIBLIOGRAFIA

Akoun, Andre *et. al.*

Las Artes

Bilbao, Ed. Mensajero, 1977, p. 560.

Avelar Acevedo, Carlos

Breve Historia del Periodismo,

México, Ed. Jus, 2ª ed., 1987.

Bacna Paz, Guillermina.

Instrumentos de Investigación.

México, Ed. Mexicanos Unidos, 1983.

Balle, Francis

Información y Sociedad: antiguos y nuevos desafíos.

México, F.C.E., 1993.

Barreiro, Juan José.

Arte y Sociedad.

México, ANUIES, 1977.

Clausse, Roger

Sociología de la Información.

Quito, Ecuador, CIESPAL, 1960.

del Rio Reynaga, Julio

Periodismo Interpretativo: El reportaje.

México, Trillas, 1994, p. 195.

Diana Lewis, Carolyn

El reportaje por televisión.

México, Publigráficos, 1994.

Eco, Umberto

Comó se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio.

México, 6ª edición, Gedisa Mexicana 1985, p. 267.

Eco, Umberto

La definición del arte.

Barcelona, España, 2ª edición. Ed. Lumen, 1987, p. 285.

Fischer, G.N.

Campos de intervención en psicología social

Madrid, España, Ed. Narcea, 1992.

Fraser Bond, Frank.

Introducción al Periodismo: estudio del cuarto poder en todas sus formas.

México: Limusa-Wiley. 1978

Gallino, Luciano

Diccionario de Sociología

México, Ed. Siglo XXI, 1995, p. 1003.

González Ruiz, Nicolas

El Periodismo Teoría y práctica.

Barcelona, 2ª Edición, Ed. Noguer 1960, p. 590.

Guajardo, Horacio

Elementos de Periodismo.

México, 4ª Edición. Corregida y Aumentada, Gernika 1983, p. 121.

Gubern, Román

Mensajes Icónicos en la cultura de masas

Barcelona, Ed. Lumen, 1987, p. 336.

Lucie-Smith, Edward

Diccionario de Términos Artísticos

Barcelona, Ed. Destino, 1997, p. 210.

Madariaga, Luis de

Diccionario de Arquitectura

España, Ed. Royal Books, S.L., 1994, p. 197.

Madariaga, Luis de

Diccionario Básico de terminología Musical

Madrid, Ed. Alpuerto, 1977 p. 206.

Mc Luhan, Marshall.

La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.

México, Editorial Diana, 1989.

Mejía Prieto, Jorge

Historia de la Radio y la Televisión en México.

México. ed. Octavio Colmenares, 1972.

Moirón, Sara

Cómo acercarse al periodismo.

México, CNCA, 1994.

Monreal y Tejeda, Luis *et. al.*

Diccionario de Arquitectura

España, Alianza Editorial, 1992, 651 p.

Pevsner, Nikolaus, *et. al.*
Diccionario de Términos de Arte
Barcelona, Ed. Juventud, 1992, p. 426.

Raúl, Rivadeneira Prada
Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación.
México, Trillas, 1985.

Rojas Soriano, Raúl.
Guía para realizar investigaciones sociales.
México, UNAM, 1985.

Ruiz Castañeda, Ma. Del Carmen y Reed Toms.
El periodismo en México 500 años de historia.
México, 2ª ed., UNAM ENEP-Acatlán, 1981.

Salazar Palacio, Hernando
Las Agencias de Noticias en América Latina: Estructura y funcionamiento.
México, Trillas, 1990.

Siegfried Mandel.
Periodismo Moderno.
México, Ed. Letra, 1965.

Torroba Bernardo de Quiroz, Felipe
La información y el periodismo.
Buenos Aires, Argentina, EDUEBA, 1968.

Tubau, Iván
Teoría y práctica del periodismo cultural.
Barcelona, España, Ed. ATE, 1982.

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

Uribe Riva, Pedro.
Estructura de la información periodística.
México, Fondo de Cultura Económica, 1977.

Vázquez Montalbán, Manuel
Informe sobre la información.
Barcelona España, 3ª edición, Fontanella, 1987

Velasco Valdes, Miguel
Historia del periodismo Mexicano.
México, Porrúa, 1970.

HEMEROGRAFIA

Aspiros, Antonio. Apuntes para la materia "Agencias de noticias y oficinas de prensa", impartida en la Escuela de Periodismo "Carlos Septién García", 1990.

Acta Constitutiva de Notimex, 1968.

Revista El Hilo de Notimex, de 1994 a 1995.

Manual de Administración de Notimex, autorizado en mayo de 1994 por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Plan Nacional de Cultura 1995-2000, Presidencia de la República.

Programa de Cultura 1995-2000. Gobierno de la República.