



UNIVERSIDAD SALESIANA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**“LA CALIDAD DE LAS NOTICIAS EN UNA AGENCIA
INFORMATIVA, CASO IJS NEWS”**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

P R E S E N T A :

DAVID RUBÉN ROMERO PLIEGO

DIRECTOR DE TESIS: LIC. LAURO ALEJANDRO CUEVAS MONJARÁS.

MÉXICO, D. F.

JULIO DEL 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIA

Siempre he estado seguro de que El tiene su mano sobre mi hombro, nunca me ha abandonado y que El se sentirá orgulloso de mí por lograr esta pequeña meta en la vida, le doy gracias por otorgarme y ponerme en manos tan maravillosas, que han dedicado su vida en formarme, educarme, procurarme y sufrir conmigo, a ellos no tengo como pagarles todo lo que me han dado en el alma y mi corazón, sólo puedo tener la aspiración de que algún día se sientan orgullosos de mi, con errores y aciertos. (padres)

La bendición y el seño de que la trascendencia sea una realidad la vivo todos los días, esperando que mi trascendencia, algún día, abra una vez más este trabajo y sepa que esto lo ha hecho la persona que más lo ama y amó en la vida y que cubre todos los espacios de mi corazón y mi alma, aún cuando no esté con él, mi mente y emoción lo evocan a cada segundo. (hijo)

El haberme dotado de la compañía inigualable de dos amigos que sufren y gozan conmigo, que con pocas palabras saben abrirme los ojos y me han ayudado a saber dónde está la luz y cuál es el mejor camino. (hermanos)

No ha espacios para la coincidencia, todos estamos en el lugar y con las personas correctas y cada una de ellas sólo nos deja ver los grande que es la esperanza puesta en nosotros y el compromiso que tenemos.

Gracias maestros, por dejar en mi persona una parte de ustedes mismos y no dejarme caer, no permitir que abandonara esta meta que estuvo llena de aventuras y aprendizaje. (David, Rafael, Alfredo, Carlos, Enrique)

Gracias Alejandro, por guiarme a cada paso para llegar a este fin, tu mejor que muchos sabe lo que ha significado este trabajo.

Gracias amigos por ayudarme en mis momentos de soledad y desesperación al realizar este trabajo en un momento difícil. (Luis, Carlos, Alejandro, Elizabeth, Dolores, Ricardo)

LA CALIDAD DE LAS NOTICIAS EN UNA AGENCIA INFORMATIVA,

CASO IJS NEWS

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

1. LAS AGENCIAS DE NOTICIAS	8
1.1 PANORAMA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS EN MÉXICO	14
1.1.1 NOTIMEX, LA PRIMERA AGENCIA MEXICANA.	14
1.2 AGENCIAS DE NOTICIAS QUE MANEJAN INFORMACIÓN TELEVISIVA O DE OTRA ÍNDOLE Y RADICAN EN MÉXICO	19
1.2.1 AGENCIAS DE NOTICIAS NACIONALES PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN INCLUYENDO TELEVISIÓN	19
1.2.2 AGENCIAS DE NOTICIAS EXTRANJERAS CON OFICINAS EN MÉXICO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN INCLUYENDO TELEVISIÓN	22
1.3 FORMAS DE ORGANIZACIÓN	30
1.3.1 ESTADÍSTICAS GENERALES	30
1.3.2 DATOS ESPECÍFICOS	32

CAPÍTULO 2

2. IJS DESCRIPCIÓN	53
2.1 HISTORIA DE LA EMPRESA	53
2.2 FUNCIONAMIENTO	54
2.2.1 PRINCIPALES PROBLEMAS	68
2.3 LA DEFICIENTE CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE NOTAS DE VIDEO	69
2.3.1 PROCESO DE DETENCIÓN DE PROBLEMAS DE CALIDAD EN LA	69

PRODUCCIÓN DE NOTICIAS VIDEOS	
2.3.2 IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS POR RUBRO	70
CAPÍTULO 3	
3. ESTANDARES DE CALIDAD EN EL VIDEO BROADCAST	76
3.1 ORIGEN DEL VIDEO	76
3.1.1 CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE VIDEO	78
3.1.2 EDICIÓN	84
3.2 CALIDAD DEL VIDEO	98
3.2.1 STREAMING Y EMPRESAS DE INTERNET QUE UTILIZAN VIDEO	99
3.2.2 STREAMING	99
3.2.3 EMPRESAS DE INTERNET QUE UTILIZAN STREAMING	100
3.2.4 USTREAM	100
3.2.5 YOU TUBE	105
CAPÍTULO 4	
4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	111
4.1 ANÁLISIS DE CONTENIDO	111
4.2 DISEÑO DE INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE NOTAS	115
4.2.1 DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS VARIABLES A EVALUAR	116
4.3 APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO Y ANÁLISIS DEL PRODUCTO (NOTAS)	121
4.4 CODIFICACIÓN DE RESULTADOS	132
CAPÍTULO 5	
5. PROPUESTA	136
5.1 ORGANIGRAMA	137
5.2 PROCESO GENERAL DE ELABORACIÓN DE NOTAS	138
5.3 POLÍTICAS DE COBERTURA	138

5.4	POLÍTICAS DE REDACCIÓN	139
5.5	POLÍTICAS DE INGESTIÓN	140
5.6	POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN	142
5.7	PROCESO DE ENVÍO DE NOTAS	147
	CONCLUSIONES	149
	REFERENCIAS	153
	ANEXOS	156

INTRODUCCIÓN

El interés en realizar un trabajo de análisis y orbe de las agencias de noticias, nace del contacto que se generó como una experiencia de vida, enriquecedora en lo profesional y en lo humano.

Tener la vivencia de ser reportero, por ejemplo, en el acontecer diario y que en tus manos esté la responsabilidad moral de dar a conocer los acontecimientos, procurando siempre mandar un mensaje no solo hablado, sino que la nota en sí, al momento de editarla, lleve un mensaje visual mucho más profundo que las palabras del reportero.

O el compartir coberturas llenas de dolor como lo fue el terremoto de Haití en el año 2010 y en realidad no tener noción ni conciencia del impacto que provocas y a cuantas personas en realidad llegas.

El poder realizar una editorial exclusivamente con imágenes, evidenciado la falta de cultura y de preparación de los dirigentes de la educación, siendo una editorial que le ha dado la vuelta al mundo de manera literal, al presentarse en varias cadenas de televisión a nivel internacional.

Esto y el cariño que me nació durante más de un año hacia la profesión, son los que me orillan a realizar este trabajo; en donde, en una primera instancia se limita a presentar un panorama sobre el nacimiento de las agencias de noticias, de donde vienen y como van surgiendo. La creación de la primera agencia de noticias en México, NOTIMEX, como nace, que necesidad cubre y su desarrollo a lo largo de los años,

incluyendo sus momentos críticos donde estuvo a punto de desaparecer. Que agencias de noticias se encuentran de manera física en el país, tanto nacionales como extranjeras, que influencia tienen en el mercado internacional y, además, una breve historia de cada una de ellas. Como se organizan y cuál es la tendencia que han tomado.

En el segundo capítulo, dada la experiencia que se tiene en el área periodística en la agencia IJS NEWS, se inicia con una descripción general de la agencia, describiendo algunas de las deficiencias que se llegaron a observar, su historia, como se gesta en el mapa de las agencias de noticias, como va ganando terreno en las distintas dependencias, como es su funcionamiento interno y los problemas que presentan en su organización y en la elaboración de su producto (noticias en video).

Para sustentar las observaciones en cuanto a la baja calidad del producto, en el tercer capítulo se realiza un estudio, sobre todo técnico, de la calidad en el video; considerando como punto de partida el video tipo “*broadcast*”, (considerado un parámetro en la industria de la televisión y el video cuya característica principal es la de contar con la calidad necesaria para su transmisión en vivo por canales abiertos profesionales) iniciado con el origen del video, sus conceptos básicos y como debe ser la calidad y de que depende esta misma. Aquí se consideran también los actuales y diversos sistemas de transmisión. Se agregan entonces empresas que utilizan la red (internet), para la difusión y distribución de video en tiempo real o almacenado, ya que la agencia de noticias, caso IJS NEWS, se utiliza este medio exclusivamente para difundir su producto.

Se realizó también una investigación para poder diseñar un instrumento de evaluación que fuera útil para las necesidades del presente trabajo. Después de analizar algunos diseños ya elaborados, que no se enfocaban al aspecto técnico en la calidad de video, se optó por construir un instrumento propio, que tuviera la capacidad de reflejar de forma clara la calidad de cada producto que se colocaba en el servidor de la agencia.

Por otro lado y a efecto de analizar los resultados de la evaluación se consideró que el Análisis de Contenido nos daba el sustento teórico metodológico para poder evaluar no solo la calidad técnica, sino también como esta calidad influye en la claridad y significado del mensaje. Por lo tanto, en ese apartado se justifica el uso de esta corriente de investigación, a través del tiempo, como una metodología idónea para este tipo de investigaciones.

Desde un inicio se marcaron con claridad los objetivos del presente trabajo, los cuales son: demostrar la viabilidad de una agencia de noticias en video, sobre todo en México; como mejorar su funcionamiento como organización; como garantizar su crecimiento y más que nada, como evitar los errores con la calidad de las noticias en video que se convierten en algo cotidiano y cíclico y que distorsionan los mensajes, provocan la desconfianza de los clientes y en general perjudican las oportunidades de desarrollo de las agencias.

CAPITULO I

LAS AGENCIAS DE NOTICIAS

*“ La libertad de buscar y decir la verdad
es un elemento esencial de la comunicación humana,
no sólo en relación con los hechos y la información,
sino también y especialmente
sobre la naturaleza y destino de la persona humana,
respecto a la sociedad y el bien común,
respecto a nuestra relación con Dios”
(Juan Pablo II)*

1. LAS AGENCIAS DE NOTICIAS

Una agencia de información o también conocida como agencia de noticias es una organización que recoge noticias de sus corresponsales en distintos lugares de su área de actividad y las transmiten inmediatamente a la central, donde, después de tratar la información, la envían, lo más rápido posible, a sus clientes (radios, diarios, revistas o televisoras), conocidos en el argot periodístico como abonados. Éstos pagan en función de los servicios recibidos, que pueden ser de muy distinta índole (una conferencia de prensa, una foto o imagen determinada), aunque habitualmente se paga mensualmente en forma de abono por los servicios pactados: información nacional, internacional, servicio gráfico.¹

El origen de las agencias de información proviene del ejercicio del periodismo y se remonta a la segunda mitad del siglo XIX por una serie de razones técnicas e históricas tan determinantes como la expansión del capitalismo, el auge de los estados-nación, el consumo creciente de prensa o la inclusión de las nuevas tecnologías en los campos comunicativos. También hay quien dice que el origen de las agencias de información está en la costumbre misma de las gacetas de copiarse las noticias entre sí como única posibilidad de información exterior. Las primeras agencias de información aparecieron en los países con intereses coloniales: Agence France-Presse en Francia, Reuters en Gran Bretaña, Wolff, fundada por Bernhard Wolff en Alemania, Agenzia Stefani en Italia y Associated Press en Estados Unidos.²

La sociedad tenía una mayor necesidad de conocer cosas y demandaba cada día más información; se producían más noticias y con mayor rapidez en lugares

¹ K. M. Shrivastava, News Agencies from pigeon to Internet, Ed. New Dawn PressGroup, India. 2007 Pag. 72 PP 324

² Ignacio Muro Benayas. Globalización de la información y agencias de noticias, Editorial Paidós, Barcelona, 2006.

cada vez más lejanos. Los medios de comunicación eran incapaces de cubrir tantos sucesos en lugares tan distantes por motivos económicos. No había periódico, televisión o radio que dispusiera de los medios humanos y técnicos para estar presente en todos aquellos focos mundiales que producían información.

Por este motivo, resultaba necesaria la creación de entidades que recopilasen las noticias que ocurrían en su área más cercana. Gracias a ellas, cualquier ciudadano podía conocer casi al instante, a través de la radio, la televisión o la prensa, un hecho noticioso que aconteciera en el planeta. Al principio se trataba de empresas familiares con pocos empleados y una actividad limitada, las cuales elaboraban la información a partir de noticias traducidas de los periódicos extranjeros. Pronto, debido a la imposibilidad de cubrir toda la información existente, se delimitaron en dos grupos: las que trabajaban a nivel nacional, y las más interesadas en el mercado extranjero. Con el auge del capitalismo llegó a las agencias la producción de alta rentabilidad, con una estructura empresarial encaminada a obtener los máximos beneficios.

El desarrollo tecnológico (Internet, fax, satélites, teléfonos, fibra óptica y ordenadores) ha contribuido a que el volumen de información que circula diariamente adquiera cuotas jamás alcanzadas. Esto se debe a la presencia de las agencias en los distintos puntos de interés informativo. Si no fuera así, muchos hechos noticiosos de primera magnitud podrían pasar desapercibidos.³

El francés Charles Havas y la empresa creada por él, estuvieron en el origen de todo el proceso. En 1826 Havas colaboraba con varios periódicos parisinos

³ www.jatha.com.bo Agencia de Noticias JATHA; www.unizar.es Universidad de Zaragoza; www.enlared.org Biblioteca Virtual FAM 08. AGOSTO 2010

mediante la traducción de artículos procedentes de prensa extranjera. Seis años más tarde estableció una oficina, que llevaba su nombre, situada en un lugar céntrico y cercano a dos puntos vitales para la información: el edificio de Correos y el de la Bolsa. Desde ella se encargaba de ofrecer noticias a los periódicos.

Al consolidarse el negocio, absorbió otras oficinas semejantes que existían entonces y estableció una red de corresponsales. Ya a fines de 1835 se dedicaba a exportar esas noticias y entonces decidió construir la agencia Havas. Esto supuso que desaparecieran las agencias dedicadas a la traducción de noticias que se tomaban de la prensa extranjera. Así mismo, se potenció el elemento informativo de los periódicos, al poder obtener estos con mayor facilidad un número creciente de noticias. Como consecuencia de lo anterior, el poder acumulado por el propietario de la agencia llegó a ser muy apreciado.

Para mejorar los servicios, y especialmente ganar en celeridad, Havas utilizó los medios más rápidos entonces: el telégrafo óptico y las palomas mensajeras. Gracias a ellos reducía el tiempo de recepción de las noticias en un quinto respecto al transporte terrestre habitual. Con la aparición y uso del telégrafo eléctrico, a partir de 1845, este proceso se mejoró aún más, no solo por ser más rápido, sino también por depender menos de imponderables.

En 1848 un gesto de compañerismo de Havas con unos emigrados alemanes judíos, hermanos de raza, tuvo enorme trascendencia. Efectivamente, por cuestiones políticas, Wolff y Reuter tuvieron que abandonar su país de origen y encontraron acogida en la agencia de noticias. Allí aprendieron cómo podían hacer negocios con las noticias y, a su vuelta, lanzaron sendas iniciativas que imitaban al

original visto en París. Wolff logró establecerse en Berlín en 1949; Reuter, tras un fracasado intento en Aquisgrán⁴, se convenció que tenía que marchar fuera de su país y montó su agencia en Londres en 1851.

Enorme importancia poseyó el acuerdo que en 1859 suscribieron las agencias Havas, Wolff y Reuter, por el cual cada una se asignaba una zona de influencia en la que no debían de entrar ninguna de las otras dos. Al mismo tiempo se comprometieron a pasarse información y prestarse ayuda a la hora de establecer oficinas en nuevos países. Con ello, sumaron su poder y adquirieron una posición de mayor fuerza aún frente a otros.

Al otro lado del Atlántico la evolución fue distinta. Desde 1811 empezó a utilizarse el sistema de recogida de noticias para el “Columbian Centinel”⁵ con un bote que se acercaba a los barcos antes de que entraran en el puerto, y de esa forma adelantarse a los demás periódicos. La necesidad de disponer de abundante información llevó a los directores de periódicos a ensayar nuevos sistemas. Así en mayo de 1848 nació un acuerdo entre los directores de seis diarios de Nueva York por el cual se prestaban mutuamente ayuda para obtener una información más barata. Al año siguiente, en enero de 1849, se formalizó ese acuerdo y así nació Associated Press (AP) como agencia fruto de un consorcio periodístico.⁶

El crecimiento, expansión y desarrollo de las Agencias de Noticias fue inmediato, colmado por acontecimientos bélicos, políticos y religiosos característicos del siglo XX, la mayoría de las agencias fueron creadas durante este siglo, la historia

⁴ Ciudad histórica ubicada en el distrito gubernamental de Colonia (Alemania)

⁵ Periódico establecido en la ciudad de Boston Massachusetts, USA, desde 1790 fundado por Benjamin Russell

⁶ Barrera, Carlos, Historia del Periodismo Universal, España, 2008, Ed. Ariel Pag. 88 PP 415

de cada uno da razón de su existencia y se creación, aquello que orillo a la realización de ese proyecto informativo.

Los sucesos más relevantes del siglo XX y que impactan el crecimiento de las agencias de noticias, tanto en lo tecnológico como eventos de importancia historia son:

En lo que corresponde a los sucesos más significativos, encontramos: La guerra de los bóxers en China, domingo rojo en ruso, estalla la primera revolución rusa, Japón anexiona a Corea, Primera guerra de los Balcanes, segunda guerra de los Balcanes, fin de la primera guerra mundial, fundación de la Unión soviética, creación de la ciudad del Vaticano, Japón invade China, guerra civil española, segunda guerra mundial, lanzamiento de la guerra atómica, inicio del a guerra fría, carrera espacial, revolución cubana, guerra de Vietnam, muerte de JFK, caída del comunismo y el muro de Berlín.

En el aspecto tecnológico, los avances apoyan de manera significativa el crecimiento e importancia de las agencias, estos avances son: Marconi une a Europa y América con ondas de radio, se inaugura el Canal de Panamá, primeras emisiones de radio entre la Gran Bretaña y Estados Unidos, mejoras en la transmisión de televisión, el departamento de defensa de los Estados Unidos crea el protocolo de internet, IBM lanza la primera computadora personal, nace el primer C.D., carrera de satélites.

Hoy en día se enfrentan a una nueva realidad internacional y al mercado del siglo XXI. Los cambios políticos, económicos, tecnológicos y sociales que ya ha

provocado y sigue produciendo la globalización obligan a estas empresas de comunicación a adaptarse a un nuevo entorno muy diferente del que han vivido en el último siglo. Cuestiones clave que deben resolver de un modo estratégico con su relación con los gobiernos; su independencia editorial, comercial y financiera; y la apertura a nuevos productos y clientes distintos de medios de comunicación tradicionales.⁷

1.1 PANORAMA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS EN MÉXICO

En México el desarrollo histórico de las agencias de noticias se caracteriza por la inicial actuación de las agencias extranjeras que, como ya se ha mencionado operaban desde la segunda mitad del siglo XIX en casi todo el mundo; no fue sino hasta 1968 cuando se funda Notimex: la primera agencia de noticias en México. Se puede señalar que la fundación de Notimex responde a la necesidad del estado mexicano por controlar el flujo informativo que se generó en esos años como resultado de dos sucesos importantes: las olimpiadas deportivas de 1968, cuya responsabilidad recayó en nuestro país y los sucesos estudiantiles confinados históricamente en la llamada “matanza de Tlatelolco”.

1.1.1 NOTIMEX, LA PRIMERA AGENCIA MEXICANA.

Cuarenta y dos años han transcurrido desde la creación de la primera agencia de noticias en México: Notimex, y su historia ha estado marcada por innumerables retos, avances y transformaciones. Hoy, su refundación como Agencia de Noticias

⁷ Artero, Juan Pablo y Moraes, Renata; Comunicación y Sociedad Vol. XXI No. 1 Universidad de Navarra, España, 2008 Pag. 53

del Estado Mexicano, suma la experiencia de cuatro décadas de trabajo continuo, fruto de los esfuerzos y dedicación de sus trabajadores.

Como ya se mencionó en párrafos anteriores, ante la celebración de la décimo novena olimpiada en nuestro país, y para generar una comunicación centralizada del evento hacia el mundo, surge Notimex, por iniciativa del gobierno federal.

La agencia nace en el marco de una década efervescente, no solo para México, sino para el mundo entero: el movimiento estudiantil del 68, la guerra fría, la invasión de Praga, la guerra de Vietnam, la carrera espacial, y las protestas expresadas en las calles y en la música por los jóvenes, fueron sellos de aquella época.

Las primeras instalaciones estaban ubicadas en Insurgentes Sur 1700 en México D.F., la agencia ofrecía servicios de texto, transmisión por cable y microondas, y producción televisiva y cinematográfica. Pronto, se puso a la cabeza en la producción de noticiarios televisivos y se colocó como punta de lanza en la grabación de imagen a color, con el noticiario “Notimex-El Día”, que se transmitió por el canal 8 del entonces Telesistema Mexicano (actualmente Televisa).

Para 1972, asume la responsabilidad del contenido informativo de los noticiarios de Canal 13, de reciente creación y para 1973, surte de información a Canal 11 y Telesistema Mexicano, con sus servicios “En Punto”, “Hoy Mismo” y “Notitrece”.

En 1974 el programa de Notimex ¿Qué pasa en México? es reconocido como el mejor informativo de la televisión mexicana.

El sistema de noticias por teléfono “Notifono” inicia operaciones en 1976: en 56 segundos es capaz de proporcionar información relevante a sus usuarios, con capacidad para atender hasta 40 llamadas simultáneas.

A finales de los setenta, fortalece su relación con el Pool de Agencias de Noticias de los Países No Alineados y firma un convenio con Inter Press Service, cooperativa internacional con sede en Italia, para transmitir en Europa despachos de la agencia.

En 1982, “Síntesis Informativa”, producción de Notimex, se difunde en tres emisiones diarias por las radioemisoras que hoy conforman el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

El 11 de julio de 1984, el presidente Miguel de la Madrid inaugura una nueva sede para la agencia, en Morena 110, colonia Del Valle. Para 1985, Notimex cuenta ya con 29 corresponsales en el mundo, y utiliza los servicios del satélite Morelos I. Durante la crisis ocasionada por el terremoto que azota a nuestro país, la labor de la agencia es fundamental, prestando enlace a radiodifusoras que tomaron su señal de Onda Corta, a través de Radio México Internacional.

Para finales de la década de los 80, Notimex cuenta ya con cerca de 200 suscriptores y con un nutrido número de corresponsales en las principales ciudades del país.

En 1990 la agencia integra su primer Consejo Editorial, y se enfrenta a nuevas necesidades de cobertura. Dos sucesos dan cuenta de la evolución de Notimex en la primera mitad de aquella década: el conflicto en el Golfo Pérsico, experiencia que quedó asentada en el libro “La guerra sin censura”, de 1994, y la incursión del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en Chiapas.

Para 1997 Notimex comienza a prestar servicios de fotografía digital y al año siguiente incursiona en la red de Internet, para atender a más de 800 suscriptores de texto, foto, radio y televisión.

En 1999 publica su Manual de Operación y Estilo Editorial. Para entonces, la agencia brinda servicio a más de 650 suscriptores (disminuyó el número de suscriptores en esos dos años), para el año de 2011 cuenta a fecha del 20 de mayo con 230 medios a nivel nacional y 128 medios a nivel internacional, sumando 358 suscriptores.

En el año 2000, la Sociedad Interamericana de Prensa se pronuncia públicamente por la disolución y venta de Notimex S.A. de C.V., tras la controversia entre editores de periódicos por un decreto del 31 de enero, publicado en el Diario Oficial de la Federación, que señala a la agencia como intermediaria en la colocación de publicidad del Gobierno Federal.

Los rezagos tecnológicos, presupuestales y de infraestructura golpean fuertemente a la estructura de la agencia. Más tarde, en el proyecto de presupuesto de ingresos para 2004 se propone la desincorporación y venta de Notimex como

parte de un proceso de modernización y adelgazamiento del Estado Mexicano. La protesta de los trabajadores de la agencia no se hace esperar.

En 2004, el Ejecutivo Federal anuncia que enviará al Legislativo una iniciativa de Ley que promueva cambios en la operación de Notimex para convertirla en una Agencia de Estado, con independencia editorial y autonomía económica.

El 26 de abril de 2006, el Congreso de la Unión aprueba la ley que crea la Agencia de Noticias del Estado Mexicano y en julio del mismo año, aprueba el dictamen por el que no se objeta la designación presidencial del primer director general de la nueva Notimex.

El 2 de junio de 2006 se promulga la ley que crea NOTIMEX Agencia de Noticias del Estado Mexicano como un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio así como de autonomía técnica y de gestión.⁸

Como se mencionó en párrafos anteriores, NOTIMEX es la primera agencia de noticias mexicana, creada dentro de un margen económico completamente proteccionista, donde la libertad de expresión se encontraba sumamente cuestionada. El detonante para la formación de esta agencia, fue principalmente, la necesidad de dar cobertura a nivel mundial de lo que serían las Olimpiadas de México de 1968.

⁸ http://notimex.net/notimex_grandmaster/HISTORIA.html 17 Agosto 2010



1.2 AGENCIAS DE NOTICIAS QUE MANEJAN INFORMACIÓN TELEVISIVA O DE OTRA ÍNDOLE Y RADICAN EN MÉXICO

Nos enfocamos exclusivamente a las agencias informativas que producen, manejan y difunden productos en video, ya que la parte escrita o iconográfica no es tema del presente trabajo.

1.2.1 AGENCIAS DE NOTICIAS NACIONALES PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN INCLUYENDO TELEVISIÓN

En México tienen presencia agencias de noticias como:

- NOTIMEX



El 2 de junio de 2006, se promulga la Ley que crea NOTIMEX, Agencia de Noticias del Estado Mexicano, como un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio; así como de autonomía técnica y de gestión..

- AGENCIA MEXICANA DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS QUADRATIN



Oficialmente se llama Quadratín, Agencia Mexicana de Información y Análisis, pero en los diversos sectores sociales la conocen llanamente como la agencia Quadratín.

Nació el 14 de febrero de 2002, en Morelia, Michoacán, con el propósito fundamental de abastecer de materiales noticiosos, de opinión y gráficos, a los medios de comunicación de la entidad y del Distrito Federal.

Hoy, Quadratín es una institución plenamente consolidada y en permanente proceso de expansión, debido a que es cien por ciento confiable, oportuna y profesional.

Quadratín también ha logrado una proyección mundial gracias a las alianzas estratégicas con las más poderosas agencias de noticias internacionales, como la estadounidense AP, la británica Reuters, la francesa AFP y la española EFE.

La tendencia evolutiva de Quadratín permite asimismo que hoy cuente con representaciones en los estados de Tabasco y Oaxaca, así como en el Distrito Federal, estrategia que a la vez le perfila para una mayor expansión en el concierto nacional.

La agencia Quadratín cuenta igualmente con cuatro portales de Internet:

www.quadratin.com

www.quadratinoaxaca.com.mx

www.quadratintabasco.com.mx

www.quadratindf.com.mx.⁹

- AGENCIA IRZA



Se ubica en el estado de Guerrero, México. Su despacho de novedades sobre el acontecer político, económico, social y cultural de la vida guerrerense, fue fundado el 6 de octubre de 1992 en la ciudad de Chilpancingo, capital de esta entidad del sur mexicano.

IRZA es la primera Agencia de Noticias regional de información del país. Desde sus despachos de redacción suministra de información a medios impresos cotidianos (periódicos), revistas semanales, noticieros de radiodifusoras y televisoras localizadas en distintas localidades del estado guerrerense, y despachos privados de análisis sobre la problemática que se vive en estas tierras.

Su información es eminentemente periodística. Con el valioso trabajo de sus corresponsales, cubre el diario acontecer en los cuatro puntos cardinales del estado de Guerrero. Procura siempre la noticia oportuna con un estilo ágil, así como también, en base a reportajes, entrevistas y análisis editorial, estando obligados a ir al fondo de los problemas.¹⁰

⁹ www.quadratin.com 14 agosto 2010

¹⁰ <http://www.agenciairza.com/> 22 octubre 2010

1.2.2 AGENCIAS DE NOTICIAS EXTRANJERAS CON OFICINAS EN MÉXICO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN INCLUYENDO TELEVISIÓN

- AGENCIA AFP (Francia)



AGENCE FRANCE-PRESSE

El precedente de la AFP fue la Agencia Havas, fundada por Charles-Louis Havas en 1835, fue la primera de la grandes agencias internacionales de noticias que se creó en el mundo y la primera implantada en América Latina.

En 1940, el Gobierno francés nacionalizó la agencia Havas, que pasó a denominarse Office Français d'Information (OFI). En 1944, los periodistas de la resistencia ocupan la agencia y la renombran como Agence France Presse (AFP).

En 1957, un nuevo estatuto de la AFP convierte a la agencia en un organismo autónomo dotado de personalidad jurídica propia.

En la actualidad, la AFP emplea a 1.100 periodistas y más de 2.000 colaboradores ocasionales repartidos en 165 países. Distribuye información en francés, inglés, español, alemán, árabe y portugués.¹¹

¹¹ <http://www.infoamerica.org/agencias/france.htm> 22 octubre 2010

- AGENCIA EFE (España)



En 1939 se funda la Agencia EFE como sociedad anónima. Celedonio Noriega, marqués de Torre-Hoyos, es nombrado presidente, y el periodista Vicente Gállego Burgos, director-gerente.

EFE se incorpora al grupo de Agencias Aliadas. Se decide que los servicios informativos se firmen con nombres distintos: EFE, el internacional; CIFRA, el nacional; CIFRA Gráfica, el gráfico y ALFIL, el deportivo.¹²

- AGENCIA ASSOCIATED PRESS (AP)



Nació en Nueva York en 1848 a través de la colaboración ente seis diarios norteamericanos que buscaban reducir costes en la cobertura de la guerra entre los Estados Unidos y México. Se organizó como una cooperativa y aprovechando el impulso de Estados Unidos como país y los cambios tecnológicos que se han aplicado a los medios de comunicación se ha convertido en la principal agencia de noticias en el mundo.¹³

AP comenzó a reportar en español el 1 de Octubre de 1941, con el inicio de un servicio multinacional nuevo conocido como La Prensa Asociada (LPA). LPA fue la designación para la operación de AP en español, no un paquete de contenido

¹² <http://www.efe.com/> 22 octubre 2010

¹³ Sábés Turmo Fernando, La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo, España, 2009, Ed. Comunicación Social Pag 88 PP 225

separado. LPA entregó una combinación de texto en español e inglés para periódicos en Sudamérica y el Caribe.

Ya en los años 50, LPA de AP y United Press International eran las agencias líderes para noticias en español y fotos en América Latina, seguidas por Agence France Press. Reuters y la Agencia EFE también cubrieron noticias en español ya en los años 60.¹⁴

- AGENCIA BLOOMBERG (EE.UU.)

The logo for Bloomberg, featuring the word "Bloomberg" in white, bold, sans-serif font, centered within a dark green rectangular background.

En 1981 Bloomberg comenzó con una creencia fundamental: que llevar transparencia a los mercados de capitales a través del acceso a la información podría aumentar los flujos de capital, producir crecimiento económico y el empleo, y reducir significativamente el costo de hacer negocios. Bloomberg hoy se basa en ese fundamento - todo lo que hacemos conecta a los tomadores de decisiones en los negocios, las finanzas y el gobierno a una red amplia y dinámica de la información, noticias, personas e ideas que permite decisiones más rápidas y eficaces -.

Compañía multimedia que desarrolla una amplia línea de contenidos, fundamentalmente especializados en información económica, que emplea a más de 1.600 periodistas y editores en todo el mundo. Diariamente distribuye por encima de

¹⁴ http://www.ap.org/espanol/history_esp.html 22 octubre 2010

las 4.000 noticias, que son fuente de más de 350 diarios. También genera información para radio, televisión e internet, con canales y emisoras propias.¹⁵

- AGENCIA DPA (ALEMANIA)



La Agencia Alemana de Prensa fue fundada en la ciudad de Goslar, en 1949, tres meses después de la proclamación de la República Federal de Alemania y cuatro días después de las primeras elecciones parlamentarias. Fue un comienzo difícil para dpa porque le faltaba casi todo: dinero, equipo de comunicaciones, papel y oficinas. Incluso no había suficientes sillas en la mesa central de redacción en Hamburgo.

Hoy día, dpa es una de las agencias internacionales de noticias líderes en el mundo, que depende enteramente de sus propios recursos para proveer noticias en todo el globo. Los servicios de dpa cuentan con más de 2.500 clientes en unos 100 países, incluidas 75 agencias nacionales de noticias.

A través de su historia, la Agencia Alemana de Prensa ha tenido que enfrentarse a una fuerte competencia, sin protección de fronteras nacionales ni barreras idiomáticas. Necesitó ganar clientes y también socios dispuestos a efectuar campañas conjuntas para el interés mutuo de la industria de noticias. dpa lo ha hecho así en varios niveles, por ejemplo, tomando parte activa en la Alianza de Agencias Europeas, un importante foro para el intercambio de experiencia y conocimiento en la recolección de noticias y del sector de distribución.¹⁶

¹⁵ <http://www.bloomberg.com/about/> 22 octubre 2010

¹⁶ <http://www.dpa.de/Historia.503.0.html> 22 octubre 2010

- AGENCIA VIETNAMITA DE NOTICIAS (VNA) (VIETNAM)



El 15 de septiembre de 1945 circularon por todo el mundo boletines acreditados a una agencia de noticias del nuevo Viet Nam, con las siglas VNNTX en lengua vietnamita, VNA, en inglés y AVI, en francés; en ellos se difundía la Declaración de Independencia leída por el Presidente Ho Chi Minh el día 2 de ese mismo mes para dejar establecida la República Democrática de Viet Nam. En lo sucesivo en esa fecha se conmemoraría la fundación de la Agencia de Noticias de Viet Nam.

Tras la reunificación del país en 1975, la VNA se fusionó con la Agencia de Noticias Liberación (creada en 1960), portavoz del Frente de Liberación Nacional de del Sur de Viet Nam y del Gobierno Revolucionario Provisional. El 12 de mayo de 1977 la agencia cambió su nombre por el de Thong tan xa Viet Nam (TTXVN).

La Agencia de Noticias de Viet Nam funciona como canal de información oficial del país y difunde información y documentos oficiales del Partido Comunista y el Estado. Cubre todos los aspectos de la vida y presenta al mundo un cuadro real de Viet Nam, al tiempo que traslada la información de otras partes del mundo al pueblo y al resto de los medios informativos en el país.

Además de la sede central en Ha Noi con diversos Departamentos de Servicios de Informaciones, diarios, semanarios, Centros de Tecnología, Datos y Audiovisuales, Editoras, entre otras dependencias, la VNA cuenta también con

representaciones en Ciudad Ho Chi Minh y Da Nang, así como una red de corresponsalías en 63 ciudades y provincias y 27 países de los cinco continentes.¹⁷

- AGENCIA XINHUA (CHINA)



La agencia de noticias china Xinhua fue fundada en 1931 con la denominación de Agencia de Noticias China Roja, cambiando al actual en 1937. En 1949, pasó a ser estatal con la fundación de la República Popular de China. Ofrece sus contenidos en Chino, inglés, español, portugués, ruso y árabe.¹⁸

Xinhuanet fue lanzado en 1997 como el servicio de noticias online de Xinhua. Libera noticias importantes acerca de China y el mundo durante todo el día sin parar, apoyándose en la red mundial de la agencia de recopilación de información.

Xinhuanet tiene tres nombres de dominio: xinhuanet.com, xinhua.org y spanish.news.cn. Su versión en Inglés tiene un nombre de dominio propio: chinaview.cn.

ORBE ofrece servicios de noticias en seis idiomas - chino, Inglés, Español, Francés, Ruso y Árabe - para ciudadanos de la red en más de 200 países y regiones, obteniendo 800 millones de accesos y 80 millones de páginas vistas por día.¹⁹

¹⁷ <http://es.vietnamplus.vn/staticpages/about.html#products> 22 octubre 2010

¹⁸ Sábés Turmo Fernando, *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*, España, 2009, Ed. Comunicación Social. Pag. 90 PP225

¹⁹ http://news.xinhuanet.com/english/2007-08/31/content_6637522.htm 22 octubre 2010

- EUROPA PRESS



Europa Press es la agencia privada líder en España, fundada en 1957. Es un grupo de capital privado que basa su actuación en la profesionalidad y la independencia.

Opera el principal servicio de Noticias en Soporte Vídeo de España, que suministra a todas las televisiones públicas y privadas, a los canales digitales 24 horas y a las televisiones locales.

Produce piezas informativas, editadas o en bruto, que cubren todos los ámbitos de la información: Política Nacional y Autonómica, Economía y Empresa, Cultura y Sociedad, Deportes, Sucesos, reportajes de curiosidades, etc...

Junto a los Servicios Informativos, Europa Press Televisión proporciona noticias, reportajes, o incluso producciones completas al área de programas de las televisiones.²⁰

- AGENCIA UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI) (EE.UU.)



Comenzó su andadura en 1907 con el nombre de United Press Assosiations. Es la competencia directa de Associated Press y sobre todo cuando se fusiona con

²⁰ <http://www.europapress.es/Productos.aspx?p=television> 22 octubre 2010

International News Service, lo que le permite adquirir todavía mayor peso en el flujo internacional de la comunicación. Tras la unión en 1958, la agencia pasó a denominarse United Press International, nombre con el que se conoce actualmente.

Es una de las grandes agencias mundiales, junto con Reuter y Associated Press.²¹

- AGENCIA REUTERS (REINO UNIDO)



Desde 1851, la agencia de noticias británica Reuters se ha forjado como una de las más prestigiosas del mundo. Hoy, además de mantener una posición de liderazgo, opera en el campo de las noticias televisivas y cuenta con una plantilla de unos 2.500 periodistas, fotógrafos y cámaras, que operan en 198 oficinas y delegaciones de 150 naciones. Cada día, transmite más de ocho millones de palabras en 26 idiomas.²²

- AGENCIA ITARR – TASS (RUSIA)



La Agencia Telegráfica de San Petersburgo (SPTA) fue la primera agencia rusa, creada en 1904 por el zar Nicolás II y es el primer antecedente de la TASS. En 1914 pasó a denominarse Agencia Telegráfica de Petrogrado (PTA). Tras el triunfo de la revolución soviética, pasó a llamarse Agencia Telegráfica Rusa (ROSTA), título

²¹ Sábés Turmo, Fernando, La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo, España, 2009, Ed. Comunicación Social, Pag. 88 PP 225

²² <http://www.infoamerica.org/agencias/france.htm> 22 octubre 2010

que se mantuvo hasta 1925 y fue cambiado por el de Agencia telegráfica de la Unión Soviética (TASS), que llegó a contar con 2.000 periodistas en 94 delegaciones de todo el mundo.

En 1992 fue rebautizada como Agencia Telegráfica de Información de Rusia (ITAR-TASS).²³

1.3 FORMAS DE ORGANIZACIÓN

A grandes rasgos hay dos modalidades de propiedad en las agencias de noticias: privada y estatal. El tipo de propiedad es determinante para el desarrollo, estabilidad y futuro de las agencias de noticias.

Dentro de la propiedad privada se destacan las empresas cooperativas y las típicamente comerciales con ánimo de lucro. Las agencias de prensa, por su peculiar posición en el sistema industrial de la comunicación, tienen como única fuente de ingresos, por lo general, la contratación de sus servicios ya que, excepto en los websites de algunas de ellas, no hay cabida para la publicidad, como en los medios de comunicación tradicionales.

1.3.1 ESTADÍSTICAS GENERALES

Relevante resulta el saber la cobertura que realizan estas agencias de noticias en el mundo, para comprender su relevancia, importancia y necesidad de su existencia para los medios de comunicación.

²³ <http://www.ifoamerica.org/agencias/tass.htm> 22 octubre 2010

Un estudio realizado por la Universidad Central de Venezuela²⁴, el 71,9 por ciento de la información internacional publicada en Iberoamérica provenía de las siete grandes agencias.

- AP, 26,85 %
- UPI, 15,12 %
- EFE, 12,32 %
- AFP, 7,91%
- ANSA, 5,62 %
- DPA, 3,74%
- Reuters 0,61 por ciento.

Los estudios de 1992 y 1993 corresponden al chileno Fernando Reyes Matta, profesor de Periodismo Internacional de la Universidad Andrés Bello y directivo del Instituto Iberoamericano de Estudios Transnacionales²⁵. En este año, fundamental para España por coincidir la Exposición de Sevilla y los Juegos Olímpicos de Barcelona, Efe pasa a ocupar el primer lugar en presencia en la prensa iberoamericana:

- EFE, 30,27 % de las noticias y el 27,69 del espacio ocupado por agencias
- AP, 16,16 % de las noticias y el 13,88 % de la extensión
- AFP, 14,74 % de las noticias y 11,83 % de la extensión
- Reuters, 11,42% de las noticias y 11,29% del espacio.
- 1993. La Agencia EFE revalida su liderazgo

²⁴ José Martínez de Sousa, Diccionario general de periodismo Madrid, 1981, Paraninfo,

²⁵ José Martínez de Sousa, Op. Cit.

- EFE, 28,76 % de noticias y 26,87 % de espacio
- AP, 18,37 % de noticias y 15,98 % de espacio
- Reuters, 12,85 % de noticias y 11,12 % de espacio
- AFP, 13,22% de noticias y 10,69 % de espacio
- UPI, 3,77 % de noticias y 4,14 % de espacio
- ANSA, 5,81% de noticias y 8,19 % de espacio
- DPA, 1,4 % de noticias y 1,92 % del espacio ocupado por agencias

Un estudio del Centro Universitario San Pablo de Valencia²⁶ confirma el primer puesto de la agencia española en la prensa Iberoamericana con los siguientes datos sobre presencia en diarios:

- EFE, 28 %
- AFP, 20 %
- AP, 20 %
- Reuters, 17 %
- Otros, 15 %

1.3.2 DATOS ESPECÍFICOS DE CADA AGENCIA

- AGENCIA EFE

Desde 170 ciudades en más de 100 países, la red de oficinas y corresponsales de EFE cuenta los principales hechos noticiosos de actualidad. Tres mil personas, en su mayoría españoles y latinoamericanos, trabajan para captar,

²⁶ José Martínez de Sousa, Op. Cit.

procesar, editar y difundir las noticias. Se trata de 1.000 periodistas con plena dedicación y 2.000 corresponsales y colaboradores en todo el mundo.

Clientes

- Prensa: 115 diarios en España, y otros 246 en América.
- Revistas: 100 revistas en España y América.
- Radio: A todas las grandes cadenas de España y América y a más de 250 emisoras independientes.
- Televisión: A todos los canales en España y a 86 en América.

Además de aquellos medios e instituciones de todo el mundo interesados en lo hispano.

Según la agencia, una de cada dos noticias publicadas en España procede de EFE. Casi el 30% de la información internacional publicada en América procede de EFE.

En España: 13 millones de lectores de periódicos 18 millones de radioyentes y 34 millones de televidentes y 8 millones de internautas, están informados, día a día por la Agencia EFE.

En América: Más de 100 millones de personas leen, escuchan o ven, todos los días, informaciones de la Agencia EFE.

El organigrama profesional de la Agencia EFE lo componen cerca de 2.000 corresponsales, colaboradores y “stringers” en todo el mundo. Cada año la agencia produce:

- 1 millón de noticias en formato texto.
- 100.000 fotografías de actualidad.
- 3.000 reportajes.
- 25.000 crónicas de radio y cortes de voz
- 4.000 noticias en vídeo.

Al tiempo, dispone permanentemente de una base de datos actualizada que hasta el momento contiene:

Cinco millones de documentos de los últimos trece años con acceso en línea.

Trece millones de instantáneas activadas y 500.000 con acceso en línea.

En la actualidad, la Agencia EFE se configura como un gigante y según sus detractores, como un dinosaurio que pide a gritos una renovación. Sus servicios están ampliamente diversificados, desde servicios electrónicos continuos a servicios a la carta, con información generalista o contenidos especializados (deportes, economía, motor, agroalimentación...) y en todos los soportes (Anuarios, CD-ROM, Internet).

Su ámbito de cobertura se estructura del siguiente modo:

Servicios internacionales en español, inglés y árabe.

Servicios regionales de carácter específico (Unión Europea, Centroamérica) y con contenidos singularizados para cada continente.

Servicios nacionales para países latinoamericanos (Puerto Rico, Bolivia), o con fuerte presencia hispana (EE.UU.).

Servicio Nacional para España.

Servicios de actualidad de las 17 comunidades autónomas existentes en España.

Servicios provinciales (España).²⁷

AGENCIA EUROPA PRESS

Da empleo directo a más de 200 trabajadores en plantilla e, indirectamente, como corresponsales y colaboradores, a otras 200 personas.

CARACTERÍSTICAS

Agencia privada e independiente

-Profesional

-Sin ideología política

-Sin apoyo externo

Tipología de clientes por facturación:

- Diarios..... 18 %
- Televisiones..... 24 %
- Revistas..... 23 %

²⁷ José Martínez de Sousa, Op Cit

- Entidades privadas..... 15 %
- Emisoras de radio.....6 %
- Otros..... 14

Número de clientes por tipologías

- Entidades privadas 351
- Periódicos..... 104
- Revistas 54
- Televisiones..... 31
- Emisoras de radio 20
- Otros 156
- TOTAL..... 756

La única fuente de ingresos es la venta de sus servicios, que se estructuran del siguiente modo:

- Noticias. Servicio estructurado en 11 secciones, a su vez su autonomía se divide en 12 servicios
- Delegaciones (OTR/PRESS)
- Televisión (con cobertura nacional)
- Reportajes (contando entre sus clientes a todas las revistas de ámbito nacional)
- Ediciones (coleccionables, suplementos, seriales, etc.)
- Gráfica (fotografía e infografía)
- Servicio Internacional, desde 1997. En 2000 incorpora el servicio

Iberoamérica

- Internet (noticias, servicios, ocio)

El Grupo Europa Press reúne, por lo tanto, las siguientes divisiones:

- Europa Press Noticias
- Europa Press Internet
- Europa Press Televisión (Informativos)
- Europa Press Televisión y Reportajes
- Europa Press Comunicación
- Europa Press Ediciones
- Europa Press Internacional
- OTR Press
- Europa Press Salud
- Europa Press Deportes
- Europa Press Turismo
- Europa Press Tecnología e Internet
- Europa Press Catalunya, Andalucía, Euskadi, Comunidad Valenciana, Galicia, Madrid, Cantabria, Murcia, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón, Navarra, Extremadura y La Rioja
- Europa Press Iberoamérica
- Oficina Regional de Miami
- Corresponsalías: Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, México, Perú, Lisboa, Nueva York y Venezuela²⁸

²⁸ José Martínez de Sousa, Op Cit

- AGENCIA REUTERS

El mayor proveedor de información financiera del mundo. Hasta los años ochenta, el oligopolio de las agencias que controlaban la información internacional estaba encabezado por la norteamericana AP. En aquella fecha esta agencia producía 17 millones de palabras. En el ranking, la británica Reuters ocupaba el tercer lugar con una producción de 3.000.000 de palabras.

Para superar esta desigualdad, la dirección de la agencia Reuters decide encaminar sus esfuerzos hacia la especialización, convirtiéndose en el principal proveedor mundial de contenidos económicos. En 1970 comenzó a ofrecer información electrónica para los mercados financieros mundiales, una actividad que en la actualidad supone el setenta por ciento de sus ingresos. Así, con 145 años de historia, la Reuters se ha convertido en la compañía líder de su sector en el mundo.

En la actualidad, Reuters asegura ser la mayor agencia mundial de noticias que cuenta con más de 2.000 periodistas y fotógrafos, capaces de cubrir 157 países.

En su página web para España, www.reuters.es, asegura que Reuters ha reforzado su posición de liderazgo ya que ahora dispone dentro de su misma estructura de los tres elementos claves que requiere el mercado:

- .Oferta de productos y contenidos informativos
- Tecnología de última generación
- Servicios de consultoría de soluciones complejas

Además de cómo agencia de información, Reuters es también conocida por diseñar e instalar sistemas de gestión de información, control de riesgos y de transacción comercial para el mundo financiero.

Dentro del campo de la información financiera se esfuerza por la innovación de productos para un campo muy concreto. Introduce así en 1995 la serie 3.000 en el negocio de la información financiera: un servicio a través del que el usuario podrá recibir información financiera sobre 27.000 compañías y el historial de precio de 90.000 acciones y de 300.000 emisiones de bonos diferentes. Un invento con el que Reuters se encaminó a conquistar el liderazgo en el mercado estadounidense y nipón.

SERVICIOS DE REUTERS:

Servicio de Noticias

- Reuters World News Service (RWNS). Producto líder para los medios de comunicación, ofrece durante las 24 horas del día una cobertura global de noticias que se han convertido en principal fuente de información para la prensa escrita y audiovisual de todo el mundo. El RWNS transmite diariamente en inglés unos 600 artículos, sobre temas políticos, sociales, desastres, ciencia, deportes y negocios.
- El Spanish Language Service, distribuye por satélite y en tiempo real unas 250-300 noticias al día en castellano, que provienen del Reuters World News Service y de una red de corresponsales de habla castellana en España y en Latinoamérica.

Servicio de fotos

- Reuters News Picture Service. Es la fuente de imágenes para medios de comunicación de todo el mundo. Los clientes reciben por satélite un flujo continuo de varios centenares de fotos al día, siempre en color.

Servicio de Infografía

- Reuters News Graphics Service. Permite la distribución por satélite de ilustraciones infográficas sobre temas de actualidad diaria y general en todo el mundo. Cada día, el RNGS transmite ocho o nueve infografías de interés, disponibles en color y blanco y negro, con textos en inglés y en castellano. El servicio ha distribuido desde su lanzamiento en 1990, más de 6.500 infografías.²⁹
- AGENCIA AP

Organización de más de 1.700 periódicos y 6.000 cadenas de televisión y radio en los Estados Unidos. Fuera de sus fronteras, AP distribuye noticias impresas e imágenes en 112 países y sirve a más de 15.000 empresas de información en todo el mundo.

En 1900 adquiere su actual estatus legal declarándose cooperativa sin ánimo de lucro bajo la Ley de Corporaciones del Estado de Nueva York. En la actualidad, cuenta en su palmarés con 43 premios Pulitzer y su servicio mundial da trabajo a

²⁹ José Martínez de Sousa, Op. Cit

3.500 empleados repartidos en 144 oficinas en Estados Unidos y 93 en otros 71 países.

Además de contar entre sus clientes con 1.700 periódicos y 6.000 cadenas de radio y televisión, el servicio AP Network News es recibido por 750 cadenas de USA mientras que 55 usan el servicio de noticias de radio, AP All News. A éstas se une el sistema global de noticias de vídeo APTN y SNTV (Servicio de vídeo deportivo) que reciben 330 cadenas internacionales. Sus cifras de negocio se completan con un total de 8.500 suscriptores en 112 países de todo el mundo y la traducción de sus reportajes a seis idiomas: inglés, alemán, sueco, holandés, francés y español. La empresa envía noticias las 24 horas del día, con 20.000.0000 palabras y 1.000 fotos diarias.

SERVICIOS DE ASSOCIATED PRESS:

- AdSEND. Transmisión de anuncios digital
- AP Grand Central Stocks. Información financiera
- AP Graphics Bank. Archivo en línea de gráficos de vídeo e imágenes
- AP NewsCenter. Sistema informático de noticias para cadenas de TV
- AP Online. Servicio de texto de alta velocidad que no precisa edición
- AP Telecommunications. Servicio de envío de datos para las empresas e industrias
- AP wire service. Servicio de comunicación por cable que proporciona texto, gráficos, fotos y noticias audiovisuales.
- APTN. Servicio de noticias de televisión internacional
- DataScream. Servicio de entrega de noticias a los periódicos

- MegaSports. Servicio multimedia de noticias y fotos deportivas
- PhotoStream. Servicio de envío de fotos a los periódicos
- The WIRE. Servicio 24 horas de noticias en Internet³⁰
- AGENCIA AFP

La primera de las grandes agencias internacionales de noticias que se creó en el mundo y la primera implantada en América Latina.

En la actualidad, difunde sus informaciones en seis idiomas: francés, inglés, español, alemán, árabe y portugués. Lidera la información en Asia, es la primera agencia en lengua árabe y la de mayor presencia en África. Sus servicios son revisados y distribuidos a los clientes desde cinco polos: París, Washington, Hong-Kong, Nicosia y Montevideo.

Edita 100.000 páginas por día con informaciones de América Latina (50 %), Europa (20%), América del Norte (10-15 %) y el resto del mundo. Cuenta con oficinas en 165 países y su plantel está integrado por 1.100 periodistas y 200 fotógrafos, a los que se suman 2.000 colaboradores y 2.000 `stringers`

La misión de AFP

AFP cubre toda la actualidad del mundo. Su producción es transmitida bajo forma de despachos, de fotos y de infografías. Para los sitios web ofrece una información multimedia de texto, fotos, infografías, gráficos animados y video. La producción de la Agencia France-Presse cubre todos los aspectos de la actualidad

³⁰ José Martínez de Sousa, Op. Cit

internacional: política, relaciones internacionales, economía, actualidad social, deportes, ciencias, sucesos, etc.

AFP trabaja en seis idiomas: francés, inglés, alemán, español, portugués y árabe pero es traducida en un número mayor de idiomas (chino, japonés, ruso, italiano, etc.)

Los servicios distribuidos por AFP están listos para su utilización. AFP ofrece su producción a los medios de prensa de todo el mundo pero también a las empresas, organismos oficiales o privados, etc.

La marca AFP garantiza a sus suscriptores una calidad de información que hace su fama desde 1835.

AFP es independiente de cualquier poder político, económico, filosófico o religioso. Garantiza la objetividad de su información y ofrece una producción jerarquizada, especializada y personalizada. Los servicios de información escrita cubren todos los campos de la actualidad internacional: política, relaciones internacionales, economía, actualidad social, deportes, ciencias, farándula, sucesos, etc. Bajo forma de flash, boletines urgentes, factuales, notas ampliadas, síntesis, reacciones, análisis... toda la actualidad mundial se cubre según categorías que corresponden a la urgencia, importancia y naturaleza de los acontecimientos. Cualquier información enviada por un periodista desde el lugar del acontecimiento es seleccionada, revisada y editada por las diferentes mesas de la agencia antes de ser transmitida a los suscriptores.

Los despachos son ofrecidos bajo distintas formas:

En flujo continuo los servicios de información general o económica, especialmente para los medios de prensa o instituciones.

A la carta, cualquier selección de las informaciones deseada por el suscriptor es enviada de manera automática e inmediata por correo electrónico.

"AFP Directo", por medio de un servidor permite el acceso a una base de datos de información en tiempo real. Especialmente concebido para responder a las necesidades de las empresas, organismos oficiales y corresponsales de prensa, AFP directo permite consultar la totalidad de los servicios de información escrita.

Los diarios por internet para los sitios web permiten recibir las principales noticias del momento con fotos e infografías reactualizadas permanentemente, con rúbricas especiales a elección del suscriptor. En español, francés, inglés, alemán, portugués, árabe y chino. (AFPYA ! y GolesYa ! en español).

Servicios para celulares, las noticias AFP listas para celulares y palm pilots en formato WAP. Los principales titulares de la actualidad internacional, deportiva, económica en forma breve y por temas. La navegación por medio de lazos hipertexto permite al usuario conectarse en cualquier momento para conocer las últimas noticias.

Servicios de fotos e infografías

Image Forum, el banco de imágenes de AFP, permite el acceso las 24 horas del día a las fotos de actualidad y archivo de AFP, con 500 fotos más todos los días. En este mismo servidor se puede encontrar la producción y archivo de otras agencias (Roger Viollet, PPCM, Pictor, Rex, Velocity, Suproleague de basket, etc.) con fotos históricas, fotos sobre cine, farándula, deporte, etc. Un servicio dirigido a todos los profesionales ya sea en la prensa diaria, las revistas, la televisión, la edición, los sitios web, etc.

Infografías estáticas o dinámicas realizadas en estrecha colaboración con la redacción, que cubren el conjunto de la información mundial - actualidad política, economía, deportes, ciencia - en francés, inglés, español, alemán, árabe.

El personal de AFP

Más de 2000 empleados de 81 nacionalidades distintas, de los cuales 900 fuera de Francia

Aproximadamente:

1.250 periodistas (de los cuales 150 fotógrafos con estatuto de sede)

300 técnicos

100 responsables administrativos

350 empleados de redacción ³¹

³¹ José Martínez de Sousa, Op Cit

- AGENCIA BLOOMBERG

Bloomberg, que antiguamente perteneciera a la Agencia EFE, se ha hecho, por sí misma, con un lugar privilegiado dentro de la industria de servicios financieros, siguiendo el ejemplo de Reuters. Esto lo logra por medio de un servicio que se hace eco de la demanda de inversiones rentables y eficaces, logrando una clientela internacional compuesta de corporaciones, emisores, intermediarios financieros e inversores institucionales. Además, Bloomberg ofrece productos multimedia en Estados Unidos, Canadá, Europa, Oriente Medio, Latinoamérica, Australia y Asia. Bloomberg se configura como un ejemplo del gran negocio que supone la información económica en la actualidad. La agencia tiene un flujo diario de 10.000 noticias y resulta de gran rentabilidad ya que tiene 136.000 usuarios, generalmente entidades financieras, dispuestos a pagar grandes sumas (hasta 1.200 dólares mensuales) a cambio de un servicio útil y que supone una valiosa herramienta de trabajo.

Los servicios de Bloomberg, totalmente operativos y adaptados al mercado español, son los siguientes:

Información escrita:

- El servicio Bloomberg, núcleo de las prestaciones de Bloomberg, es una red de información financiera internacional en tiempo real, las 24 horas del día. La información incluye noticias, datos y análisis de mercados financieros y del mundo de los negocios.
- Bloomberg News. Galardonada agencia de noticias sindicada con más de 850

periódicos del mundo, que ofrece cobertura completa sobre mercados, compañías, economía, política, deportes y espectáculos, entre otras.

- Bloomberg Data License. Proporciona acceso a todas las bases de datos financieras de Bloomberg, en la que se compilan 3,2 millones de instrumentos de los mercados internacionales y se mantiene la base de datos financiera más completa que existe actualmente.
- Bloomberg Tradebook. Bolsa electrónica patentada que permite a los inversores profesionales negociar acciones directamente a través de sus terminales Bloomberg.
- Bloomberg Portfolio Trading System `PTS'. Plataforma única desde la que el usuario puede gestionar sus activos según el Proceso de Ordenes Directo. Es la única fuente para administradores de carteras y agentes operadores en el mundo.
- Bloomberg Trading System `TS'. Sistema de negociación que integra descripciones analíticas, noticias, ofertas, ejecuciones e indicaciones de interés en una plataforma para proporcionar a su personal de ventas toda la información necesaria.
- Archivo de documentos públicos. Bloomberg Financial Markets ha sido designado por la SEC (Comisión de Valores y Cambios, EE.UU.) como el receptáculo nacional reconocido de información sobre valores municipales. Junto a las declaraciones oficiales, este servicio ofrece balances trimestrales y anuales y todo tipo de documento sobre bienes materiales.

Servicios audiovisuales

- Bloomberg News Radio. Sindicada con 100 filiales en todo el mundo, ofrece a

los oyentes noticias de última hora sobre negocios, nacionales e internacionales. Su estación pionera es Bloomberg News Radio 1130 Am en Nueva York.

- Bloomberg Television. Retransmitida internacionalemnte en siete idiomas, ofrece las 50 noticias más importantes cada media hora las 24 horas del día. Produce tres programas: `Bloomberg Morning News', `Bloomberg Personal' y `Loomber Small Business'.
- Bloomber Televisión España. Todos los días, las últimas noticias en español sobre el mundo de los negocios y las finanzas. Actualizaciones continuas del mercado, boletines de noticias y entrevistas.
- Igualmente, existe Bloomberg Televisión EE.UU., Asia-Pacífico, Gran Bretaña, Francia, Italia, Alemania y Japón.

The Bloomberg Forum. Es una plataforma para los líderes financieros, corporativos y gubernamentales, así como empresarios y figuras del espectáculo para discutir sus negocios, ideas y noticias. Los forums se transmiten a través de varios de los medios de comunicación Bloomberg y del servicio de noticias.³²

- AGENCIA DPA

La Agencia de Prensa Alemana (dpa) es la agencia de noticias líder del mercado alemán y una de las mayores del mundo. Sus corresponsales cubren los acontecimientos de todo el globo durante las 24 horas, produciendo noticias escritas y grabadas, imágenes y gráficas. Los servicios y productos de las subsidiarias de dpa complementan la oferta de la agencia. Por otra parte, dpa tiene participación en diversas firmas que operan en el ámbito de los medios de comunicación. Por lo

³² José Martínez de Sousa, Op Cit

tanto, el logotipo dpa representa un grupo empresarial con actividades a nivel mundial.

dpa es una de las cuatro agencias líderes de noticias internacionales con cobertura mundial basada en fuentes propias, con excepción del material fotográfico. La red global de información incluye oficinas y redactores en más de cien países.

Los servicios internacionales de dpa en alemán, inglés, español y árabe son producidos en la central de dpa en Hamburgo y en las redacciones regionales de Washington, Buenos Aires, Madrid, Nicosia y Bangkok. Un gran número de editoriales, emisoras de radio y televisión, medios electrónicos, portales, empresas de telefonía móvil, Intranets y agencias de noticias nacionales conforman la cartera de clientes de dpa.

Al margen de la suscripción de servicios, el éxito registrado en los últimos años dentro del mercado internacional responde a la variedad de la oferta de servicios, al alto grado de flexibilidad y a la proximidad al cliente que caracterizan a dpa

dpa es una sociedad de responsabilidad limitada formada por cerca de 200 socios (editoriales de periódicos y revistas, editoras y emisoras de radio y televisión). Los socios pueden adquirir solamente un máximo del 1,5% respectivamente, y las emisoras de radio y televisión pueden poseer un máximo de hasta 25% del fondo capital. La facturación de la Deutsche Presse-Agentur GmbH sin subsidiarias ni participaciones, fue de 106,6 millones de euros en el año 2001.

Los socios actuales de dpa determinan los lineamientos básicos de la agencia en la Junta General de Socios.

Las redacciones de dpa producen servicios a la medida para todos los mercados de información a nivel mundial. Periódicos, revistas, canales de televisión, emisoras de radio, empresas de servicios online, agencias de noticias nacionales, parlamentos, gobiernos, partidos políticos, asociaciones y otras entidades aprovechan la oferta multimedia de dpa, que incluye textos, fotografías, gráficas y noticias radiales. La fiabilidad es prioridad número uno para dpa. Casi 800 de las 900 personas que forman parte de la plantilla de dpa en todo el mundo se dedican a la cobertura periodística. A ellas se suman varios millares de reporteros gráficos y redactores freelance.

Servicios internacionales

dpa cuenta con oficinas y corresponsalías en más de cien países, además de las redacciones para el servicio internacional en español con base en Madrid y Buenos Aires, las redacciones para el servicio internacional en inglés en Cork, Washington y Bangkok y una redacción para el servicio internacional en árabe con sede en Nicosia³³

- AGENCIA ITAR-TASS

Itar-Tass, mantiene una amplia red de corresponsales. Posee 74 oficinas en Rusia y otros países del CIS y 65 oficinas en 62 países extranjeros. Itar-Tass coopera además con otras 80 agencias de noticias del mundo. La editorial de Itar-

³³ José Martínez de Sousa, Diccionario general de periodismo, Madrid, 1981, Paraninfo

Tass y otros centros de procesos de información desde las corresponsalías, analizan las noticias y las traducen a 5 idiomas.

CAPITULO II

IJS NEWS

*La gente cree que es libre en ausencia de controles externos.
pero sin embargo
es prisionera de una forma de dominación más profunda e insidiosa:
tiene una sola manera de mirar el mundo.
(Bill O'Brian)*

*Quienes son capaces de renunciar a la libertad esencial
a cambio de una pequeña seguridad transitoria,
no son merecedores ni de la libertad ni de la seguridad.
(Benjamin Franklin)*

2. IJS NEWS DESCRIPCIÓN

2.1 HISTORIA DE LA EMPRESA

Fundada en el año de 2006, International Journalism Service S.A. de C.V. es una agencia internacional de noticias, enfocada a dar cobertura a cadenas de televisión y páginas de internet en habla hispana, dando soporte en los acontecimientos en el área de política, deportes y espectáculos, brindar soluciones periodísticas, técnicas y de producción a sus suscriptores, contando con un amplio catálogo de productos enfocados a brindar la mejor cobertura y bajar sustancialmente los costos de operación de las áreas de noticias, entre los cuales están:

Servicio diario de cobertura nacional

Servicio de cobertura deportiva

Servicio de cobertura de entretenimiento

Servicio de reportajes especiales

Servicio de nota especial

Servicio de cobertura especial

Corte informativo de noticias nacionales

Corte informativo de deportes

Corte informativo de entretenimiento

Producción dedicada

News on demand

Enlaces en vivo³⁴

³⁴ <http://www.noticiasijsnews.com> 02 noviembre 2010

Cuenta con una cartera de clientes a nivel nacional entre los que destacan:

Mexicanal

Megacable

Teleformula

Telenoticias

RTV Veracruz

Telesur

Prodigy MSN

Uno TV

2.2 FUNCIONAMIENTO

Se fundó por iniciativa del periodista Carlos del Valle del Río, con amplia experiencia en los medios de comunicación, laborando en Sistema de Radiodifusoras RASA, Radio trece, TV Azteca, entre otros, ganador del premio nacional de periodismo.

La estructura de esta agencia desde sus inicios fue precaria e incipiente, teniendo la oportunidad de desarrollo y crecimiento, en el área administrativa y organizacional.

El personal y los puestos que ocupan dentro de la estructura corresponden con los que generalmente se requieren para que cualquier agencia de noticias funcione correctamente, independientemente del tamaño de la misma. En IJS hasta la fecha, dichos puestos, siempre han sido designados de manera práctica, es decir el Director General los nombra considerando su criterio personal. Se reconoce la

imagen de la Dirección General, el cual a su vez es el dueño mayoritario, donde los nombramientos se realizan de manera oral, notando la ausencia de un perfil de puestos como el que se muestra a continuación (el puesto existe pero no se elaboró el perfil):

Puesto y perfiles.

1. Dirección General

Objetivos y cualidades:

- Conseguir nuevos clientes.
- Conservarlos.
- Satisfacerlos
- Crecer.
- Tener vitalidad.
- Generar el mayor número de beneficios posibles.
- Dar continuidad a la empresa en el espacio y en el tiempo.
- Hacerlo con responsabilidad social.
- Habilidad para atraer y mantener el talento creativo.
- Habilidad para generar constantemente nuevas estrategias.
- Talento para aplicar el talento creativo y estratégico.
- Espíritu de innovación.
- Espíritu emprendedor.
- Frescura constante y constante frescura.
- Detectores y detentadores de tendencias de todos los ámbitos.
- Anticipación.³⁵

³⁵ Castellblanque, Mariano. Perfiles profesionales de publicidad y ámbitos afines. Ed. UOC, España, 2006

2. Asistente de Dirección

Objetivos y cualidades:

- Apoyo a la dirección general
- Típo de documentos internos y externos
- Mantenimiento de los archivos de la empresa
- Programación de las citas para la dirección general
- Coordinación con proveedores
- Atención de llamadas de dirección
- Rapidez de desición
- Coordinación tacto visual
- Salud
- Capacidad de juicio
- Atención
- Actitud para el trabajo
- Toma de decisiones
- Calidad coordinadora
- Conocimiento del puesto
- Honradez
- Disciplina
- Capacidad para adaptarse a los cambios, sin morir en el intento
- Privilegiar las relaciones interpersonales y el conocimiento justo a tiempo de técnicas y principios de gestión
- Estudiosa y lectora de todo tipo de libros y material sobre el cambio y mejoramiento organizacional.
- Tolerante a la incertidumbre con que se mueven los negocios.
- Con capacidad de crear, innovar e implementar

- Con visión global del negocio de la empresa
- Hablar a lo menos inglés
- Manejar la tecnología informática moderna para obtener información y conocimiento de valor agregado
- Carácter, personalidad, hábitos y estilos proactivos y de alto estándar profesional.
- De secretaria de un ejecutivo a un área o gerencia, a una administradora de procesos en estructuras desmontables, descartables, desechables, transportables o virtuales.³⁶

3. Director de Producción (Ejecutivo)

Objetivos y cualidades:

- Controlar el óptimo uso de los recursos humanos, financieros, técnicos y materiales.
- Hacer propuestas al Consejo Directivo sobre modificaciones del funcionamiento institucional orientadas a mejorar su desempeño.
- Presentar al Consejo Directivo la propuesta de organigrama institucional así como el flujo de relaciones entre sus dependencias, los procesos y procedimientos así como de cualquier normativa a aplicar en las operaciones.
- Establecer comunicación y coordinación con otras entidades vinculadas a la producción de noticias y participar en reuniones relacionadas al desarrollo y administración de la infraestructura.
- Velar por el desarrollo y mantenimiento de una buena imagen de la empresa.

³⁶ <http://www.gestiopolis.com>

- Mantener una comunicación directa y coordinación con instituciones de apoyo institucional.
- Seleccionar, contratar, y destituir al personal de la empresa, previa consulta con el Consejo Directivo, y de acuerdo a lo estipulado en la política de recursos humanos.
- Presentar al Consejo Directivo el programa anual de mantenimiento de la infraestructura de competencia institucional y monitorear su ejecución.
- Proponer al Consejo Directivo los términos de referencia para las auditorías externa e integrales así como de cualquier otro servicio a contratar.
- Dirigir y consolidar la preparación de la memoria anual de la entidad.
- Autorizar permisos con o sin goce de salarios, así como aplicar medidas de estímulo y disciplinarias al personal.
- Evaluar los informes de las unidades operativas y de asesoría.
- Realizar conjuntamente con las demás unidades administrativas, un Plan de Desarrollo Institucional a corto, mediano y largo plazo.
- Establecer conjuntamente con el Comité Operativo las metas para cada una de las unidades y velar por el cumplimiento de las mismas.
- Establecer conjuntamente con el Comité Operativo los indicadores de gestión institucional.
- Desarrollar y coordinar la Planificación Estratégica Institucional.
- Velar por el cumplimiento de la Misión, Visión y Valores de la empresa.
- Llevar las estadísticas generales y particulares de la empresa y sobre la base de las mismas, realizar las proyecciones necesarias para el adecuado funcionamiento de la empresa y de los servicios que presta.

- Las demás inherentes a su cargo y que le sean asignadas por el Consejo Directivo o el Presidente de la empresa.
- Asegurarse de que se lleven a cabo las auditorias y sus resultados, y que se den a conocer donde corresponda de manera oportuna.
- Alta capacidad de análisis y de síntesis
- Excelente comunicación oral y escrita
- Excelentes relaciones interpersonales
- Capacidad para desarrollar y orientar equipos de trabajo
- Poseer cualidades de Liderazgo y Motivación
- Capacidad para gerenciar
- Capacidad de Negociación
- Eficiente administración del tiempo
- Capaz de asumir riesgos
- Tener Iniciativa, creatividad e innovación.³⁷
- Realizar y evaluar las ideas para proyectos audiovisuales. Realiza la gestión administrativa de la producción.
- Integra todo el equipo de producción para una serie o programa unitario.
- Supervisa las series o programas desde el punto de vista artístico y financiero.
- Revisar las cuestiones inherentes a derechos de transmisión de los programas, condiciones de las diferentes contrataciones, mecanismos de comercialización y distribución de los programas a su cargo.
- Monitorear sus producciones, elabora el plan de promoción y difusión de los diferentes medios de comunicación y evalúa los resultados de impacto en la audiencia ya sean educativos o comerciales para desarrollar nuevas

³⁷ Manual de descripción de puestos y funciones. <http://www.zietlow.com/docs/ESmanualpuestos.pdf>

estrategias de comunicación con el público para lograr el éxito de sus productos.³⁸

4. Director de Logística (Operativo)

Objetivos y cualidades:

- Tiene la visión del proceso logístico completo y posee información de la importancia logística, procesos a realizar, lugares donde opera, empresas colaboradoras, metas a alcanzar, etc.
- Describe los procesos, información, personal y tecnología necesaria para desarrollar la logística a lo largo de la cadena de suministro y sus relaciones.
- Detalla las actividades logísticas a realizar y bajo que modelo se ejecutarán.
- Determina la ubicación de las acciones logísticas de la Cadena de Suministro.
- Define el organigrama, personal y equipos para cada actividad.
- Especifica cuando sucederá cada etapa de la Cadena de Suministro.
- Describe la funcionalidad de cada componente.
- Describe el funcionamiento de ejecución de los componentes.
- Crea la arquitectura de distribución logística de los componentes.
- Define las características del personal y equipos inteligentes.
- Define los eventos logísticos que causan transformación y cambio.
- Describe la ejecución puntual de las tareas de los componentes.
- Define la distribución puntual utilizada para cada componente.

³⁸ <http://productiontv.pbworks.com/>

- Determina puntualmente la ubicación geográfica y funciones de cada puesto.
- Define como se implementa cada tarea de los componentes.
- Describe operativamente la realización de tareas de cada uno de los componentes.
- Define las especificaciones de ubicación de cada tarea de componentes.
- Asigna personal a cada tarea funcional.
- Define el momento puntual de realización de cada tarea.
- Describe la visión, misión y objetivos logísticos.³⁹

5. Asistente de Dirección Operativa.

Objetivos y cualidades:

- Apoyar al Director previendo las actividades que deben sucederse para que se logre el producto final ya sea una grabación o emisión en directo.

Algunas de estas actividades son:

- La previsión de que todos los equipos estén listos para el momento del evento.
- Que todo el staff técnico, de servicio a la producción y el elenco estén en sus puestos al momento de los ensayos, grabaciones y transmisiones.
- Elabora la bitácora de registro de los tiempos de grabación, duración de los planos, número y clave de las cintas utilizadas para la grabación y/o emisión; staff y ponentes que participaron en las diferentes grabaciones y las incidencias sobre el trabajo cotidiano; bitácoras de grabación, continuidad.

³⁹ Carmen de Nieves Nieto, Lorenzo Ros McDonnell II Conferencia de Ingeniería de Organización Vigo, 5-6 Septiembre 2002. <http://io.us.es/cio2002/comunicaciones/8-%20Recursos%20Humanos/C111.pdf>

- Apoyo en la edición y post-producción del programa facilitándole toda la información al editor o al director de cámaras según sea el caso.

6. Director Administrativo

Objetivos y cualidades:

- Elaborar, en conjunto con las otras unidades que conforman la empresa, para cada ejercicio fiscal el presupuesto de ingresos y egresos, así como el plan operacional de la empresa.
- Responsable de dirigir, coordinar, gestionar y supervisar, las actividades del Proceso Administrativo Financiero correspondientes a la empresa, en forma integrada e interrelacionada, velando por el cumplimiento de la normativa definida por la Secretaria de Hacienda.
- Llevar los registros y realizar las operaciones contables derivadas de la ejecución del presupuesto institucional.
- Mantener una información actualizada referente a las disponibilidades y compromisos financieros.
- Mantener actualizados todos los registros contables, así como la documentación de soporte de los mismos, para la consolidación de los estados financieros.
- Aplicar procedimientos e instrumentos pertinentes para el manejo transparente de los recursos.
- Informar a la Dirección Ejecutiva de los ingresos percibidos por la empresa y de los gastos realizados.
- Dirigir lo relacionado con la elaboración de normas, procedimientos, manuales de organización, y demás instrumentos de uso financiero y administrativo.

- Administrar el recurso humano de acuerdo a lo establecido por el Consejo Directivo.
- Proponer e implementar la política de capacitación y desarrollo del recurso humano aprobada por el Consejo Directivo.
- Velar por el adecuado control y funcionamiento de los equipos de la empresa.
- Tramitar los pagos a contratistas, supervisores, proveedores, personal y pago de dietas, así como de cualquier otra obligación financiera de la empresa.
- Preparar la información que de acuerdo a su competencia debe presentar a las autoridades internas o agentes externos.
- Coordinar y desarrollar actividades que por su naturaleza debe realizar con agentes internos o externos.
- Elaborar los indicadores de gestión correspondientes al área administrativa financiera.
- Realizar cualquier otra función que requiera la Dirección Ejecutiva en el ámbito de su competencia.
- Alta capacidad de análisis y de síntesis
- Excelente comunicación oral y escrita
- Excelentes relaciones interpersonales
- Capacidad para desarrollar y orientar equipos de trabajo
- Poseer cualidades de Liderazgo y Motivación
- Capacidad para gerenciar
- Capacidad de Negociación

- Eficiente administración del tiempo⁴⁰

7. Reporteros

Objetivos y cualidades:

- Verosimilitud
- Percepción del interés del público
- Oportunidad
- Uso de la verdad en todo momento
- Objetividad
- Rapidez

8. Camarógrafos

Objetivos y cualidades:

- Se encarga del registro de imágenes en movimiento mediante la cámara de o video, Para tal efecto, está familiarizado con su operación bajo diversas circunstancias: ya sea soportada en los propios hombros o en otros instrumentos mecánicos (como un trípode o una grúa), ya sea en locación o en estudio.
- El camarógrafo debe tener conocimientos técnicos precisos como lo son la operación de cámara, óptica, iluminación, audio básico, composición de la señal de TV y colorimetría entre otros.
- También debe tener conocimientos estéticos para la acertada composición de la imagen y utilización adecuada del equipo y accesorios a utilizar para cumplir con la intencionalidad de la toma y la transmisión de emociones y/o conocimiento a través de las emociones televisivas.

⁴⁰ Manual de descripción de puestos y funciones. <http://www.zietlow.com/docs/ESmanualpuestos.pdf>

- Participar en la selección de escenas para verificar las condiciones en las que se realizará su trabajo e intercambia puntos de vista con el realizador sobre las tomas, encuadres y equipos que utilizarán en la grabación.⁴¹

9. Asistente de cámara

Objetivos y cualidades:

- Auxiliar al camarógrafo con los materiales y equipo necesarios para la grabación.
- Transportar los materiales y equipo necesario para grabación; como puede ser el cinturón de baterías o sistema de alimentación, tripié, dolly, luces, cables, micrófonos y grabadora portátil.
- Revisar el equipo portátil de grabación y demás aditamentos.
- Indicar al auxiliar técnico las fallas en el equipo de grabación.
- Ejecutar las indicaciones del camarógrafo y/o jefe inmediato en las grabaciones.
- Coordinarse con el personal para apoyar las producciones, así como las necesidades técnicas de la estación televisora.⁴²

10. Editor

Objetivos y cualidades:

- El trabajo de edición consiste en operar el editor electrónico y coordinado con el realizador o con el asistente de realización seleccionar el material videográfico que construirá el discurso audiovisual por lo que debe contar

⁴¹ <http://productiontv.pbworks.com/>

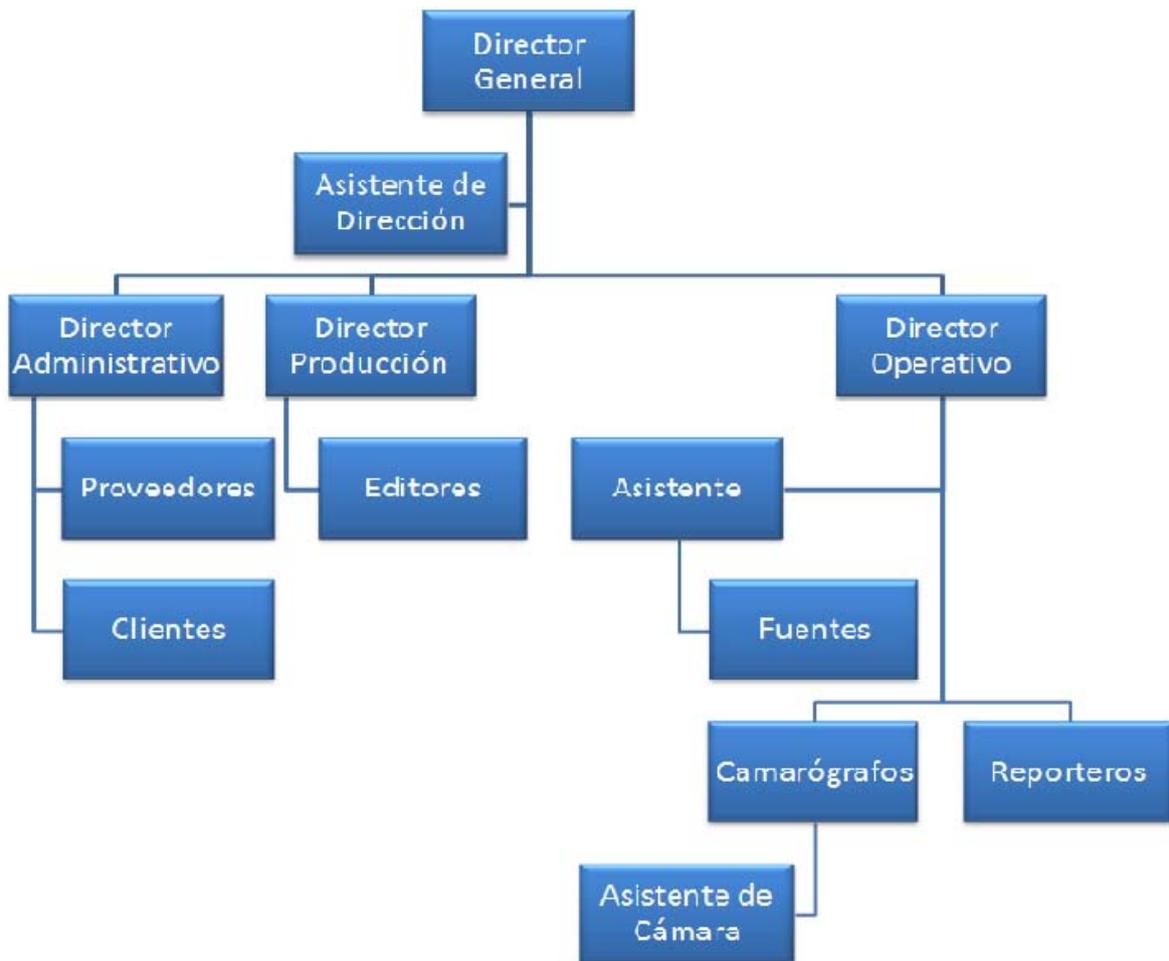
⁴² <http://www.recursohumanos.uson.mx>

con conocimientos estéticos necesarios que eleven la calidad de su trabajo.

- Antes de iniciar la edición debe enterarse de los objetivos del guión, su intención y el plan general de la obra para que mientras se edita se prepare el material que será post-producido.
- Reordenar y seleccionar las mejores secuencias y planos que se encuentran dispersas en varias cintas atendiendo el montaje sugerido en el guión y coordinado por el realizador o su asistente.
- En la edición lineal su labor termina al dejar editadas las pistas o el programa que no requiera post-producción.
- Al término del servicio realiza un reporte del funcionamiento y tiempo de uso del equipo utilizado en la elaboración de cada programa.
- En la edición no lineal, el trabajo del editor trasciende esta etapa y se encarga de las mezclas finales de audio y video, así como los efectos de transición entre imágenes o sonido.⁴³

⁴³ <http://productiontv.pbworks.com/>

A continuación se muestra gráficamente el organigrama de la agencia:



Como ya se mencionó la designación de funciones se realiza exclusivamente de manera práctica y esta se realiza, en su gran mayoría, conforme a las circunstancias, ya que en su modo de organización, la mayoría de las actividades van surgiendo durante el desarrollo del día y de manera imprevista.

La jornada laboral no cuenta con un estándar establecido, los horarios son abiertos, sin existir la certeza de entrada o salida.

Las remuneraciones están establecidas de manera arbitraria y dependiendo del pago de los clientes.

La dirección administrativa recae en el mismo director general.

Las inversiones se realizan de manera arbitraria, cubriendo necesidades de manera emergente o inclusive observando cierto grado de capricho en la adquisición de insumos e infraestructura.

2.2.1 PRINCIPALES PROBLEMAS

Se estructuró como una empresa de Sociedad Anónima, donde la sociedad se compone del Maestro Carlos del Valle del Rio (mayoritario) Luis Batiz Rochí (menor), su cuñado, y Víctor Blázquez de los Ángeles (menor), amigo. Esto provoca en la estructura de la empresa, no sólo un compromiso laboral, sino una relación personal, que a la larga no permite un buen desarrollo en el crecimiento de la empresa.

El hecho de que la empresa se fundamente en relaciones personales, no permite una visión empresarial efectiva, las decisiones son más emocionales que racionales y el compromiso personal se sobrepone a los intereses de crecimiento de la empresa, provocando la pérdida constante de clientes, aunque al mismo tiempo, ingresan clientes nuevos que aún no conocen el servicio ni la calidad del mismo.

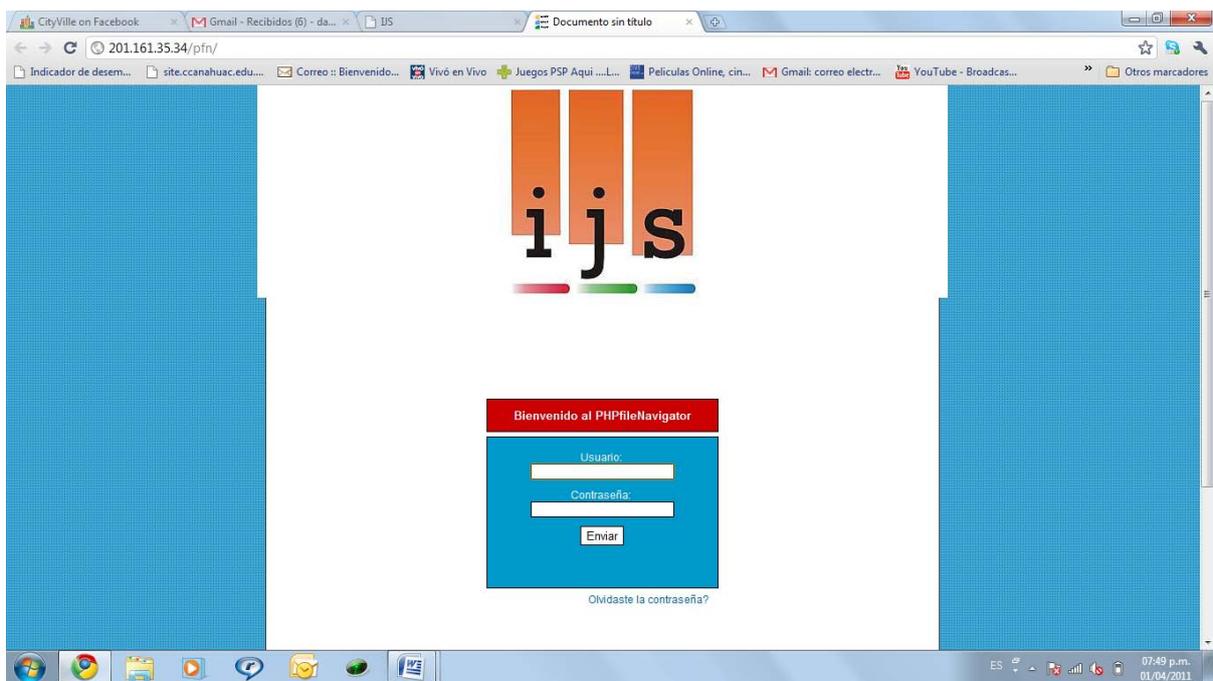
Cabe resaltar que para efectos del presente trabajo de tesis se mencionarán los problemas organizativos, pero no se estudiarán de manera profunda, ni se propondrán soluciones a los mismos por no ser el tema del trabajo de investigación.

El interés principal se centra en una de las consecuencias de la ineficiente organización de esta agencia y que es la deficiente calidad en la producción de noticias en video.

2.3. LA DEFICIENTE CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS EN VIDEO

2.3.1 PROCESO DE DETENCIÓN DE PROBLEMAS DE CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN DE NOTICIAS VIDEOS

El servicio inicia desde el momento de la contratación por parte del suscriptor, al mismo se le otorga un nombre de acceso y clave para que pueda obtener el producto final (video) que reside en el servidor de la empresa.



Este nombre de usuario y clave es exclusivo y no puede ser utilizado por más de 1 computadora, ya que el sistema está diseñado para darle acceso sólo a esa dirección de IP, esto le da acceso a la agenda del día, donde se enterará de las

coberturas que se realizan en ese momento, además de poder acceder a toda la videoteca que se encuentra en el servidor que es de 3 meses de información en video.

El suscriptor también puede solicitar coberturas especiales con un costo extra.

La agenda se realiza de manera diaria y sufre modificaciones dependiendo de cómo se vaya generando los llamados de cobertura, se manda un equipo de cobertura y, realizada esta, se lleva a la oficina central para realizar todo el proceso de producción, esto se detallará en la propuesta del presente trabajo.

2.3.2. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS POR RUBRO

El puesto de director de producción, se relaciona y realiza las siguientes funciones:

- **Recepción del material en video para captura de material:**
 - Una vez realizada la cobertura de la nota, el camarógrafo entrega el material calificado en el área de producción en cinta miniDV, esta es colocada en una computadora de ingestión, conectada a un reproductor miniDV y esta es digitalizada según calificación del reportero o camarógrafo.

PROBLEMA DETECTADO

NO SE CUENTA CON UN ESTÁNDAR DE CALIDAD EN LA IMAGEN Y EN EL AUDIO ORIGEN, LO QUE OCASIONA FALTA DE PROFESIONALISMO EN EL MATERIAL QUE SE ENTREGA AL CLIENTE FINAL, LLEGANDO HASTA TENER QUE CANCELAR COBERTURAS REALIZADAS POR LA POCA FIDELIDAD DEL MATERIAL, NO SE CUENTA CON CAPACITACIÓN SUFICIENTE PARA EL BUEN DESEMPEÑO DEL PERSONAL EN CAMPO.

- **Organización de material en videoteca:**
 - El material que es digitalizado, se coloca en carpetas organizadas por año, mes y día.

PROBLEMA DETECTADO

NO SE COLOCA DE MANERA OPORTUNA EN DISCOS DE VIDEOTECA, YA QUE INDEPENDIENTEMENTE DE CONTAR CON UNA ORGANIZACIÓN POR AÑO, MES Y DÍA, LAS COBERTURAS QUE SE REALIZAN SON DE DIVERSOS ACTORES Y SECTORES DE LA VIDA POLÍTICA, DEPORTIVA O DE ENTRETENIMIENTO, POR LO QUE ES NECESARIO, AMPLIAR LA CAPACIDAD Y OPTIMIZAR LA METODOLOGÍA DE ORGANIZACIÓN Y CATALOGACIÓN EN LOS DISCOS DE VIDEOTECA Y CLASIFICARLOS POR DEPENDENCIAS, ACTOS, ACTORES, ETC...

- **Redacción de nota:**
 - Se observa el material en su conjunto y se inicia la redacción de la nota buscando un foco periodístico, hecho esto, se le entrega al director general para su aprobación.

PROBLEMA DETECTADO

SOLO EXISTE UNA PERSONA AUTORIZADA PARA LA CALIFICACIÓN Y AUTORIZACIÓN DE NOTAS, POR LO QUE EL FLUJO EN LA REALIZACIÓN DE LA NOTA SE VE AMPLIAMENTE AFECTADA.

- **Grabación en off:**

- Con nota aprobada por la dirección, se realiza la grabación del off de la nota (se lee la nota en computadora conectada a consola de audio, para poder tener la pista de voz), esta se manipula por medio de un programa para poder ser guardada en la carpeta que le corresponde a la nota.

- **PROBLEMA DETECTADO**

NO SE CUENTA CON LA INFRAESTRUCTURA NECESARIA PARA UNA GRBACIÓN EN OFF DE CALIDAD, YA QUE PARA ELLO NO SE CUENTA CON CABINA DE GRABACIÓN Y SE REALIZA SIN MUROS ENTRE EL MICRÓNONO Y TODO EL PERSONAL DE LA AGENCIA, PRODUCIENDOCE RUIDOS INCIDENTALES.

- **Colocar el material para la descarga de clientes:**

- La información que se tiene tanto en audio (off) y video (bites y pedacería, (entendiendo esto como aspectos y partes de la conferencia que no se utilizarán en la nota), se coloca en portal de la empresa en el año, mes y día correspondiente, para que el cliente las baje por medio de internet.

- EN ESTE PUNTO NO SE DETECTÓ PROBLEMA EN EL PROCESO.

- **Edición de nota:**

- Se extrae la información de audio y video del disco servidor a una computadora de edición y se inicia el trabajo de armado de nota, extrayendo imagen de apoyo para que en las partes donde está la voz en off, pueda ser ilustrada con dicho material.

- **PROBLEMA DETECTADO**

DERIVADO DEL PROBLEMA DE LA MALA IMAGEN Y AUDIO EN LA REALIZACIÓN DE LA COBERTURA, EL TRABAJO DE EDICIÓN SE VE OBSTACULIZADO AL TRATAR DE MEJORAR LA IMAGEN Y EL AUDIO DEL MATERIAL DIGITALIZADO, ESTO AUNADO A LA GRABACIÓN DEFICIENTE EN EL OFF.

ADEMÁS, LA MALA ORGANIZACIÓN DE LA VIDEOTECA OBSTACULIZA EL ENCONTRAR RÁPIDO Y OPORTUNAMENTE EL MATERIAL NECESARIO.

- **Realización de versiones:**

- Cada cliente requiere que la nota sea personalizada, esto es, que contenga su firma de salida con el nombre de su canal o noticiario, por lo que es necesario, una vez armada la nota, cambiar el final de la misma en la zona del off y mandar a render, (entendiendo este como el proceso que realiza el procesador, donde realiza la unión de todas las partes del video editado y el audio de estas junto con el off), cada versión con la firma de cada cliente.

PROBLEMA DETECTADO

SE REALIZAN VERSIONES DE MANERA INECESARIA, YA QUE NO TODOS LOS CLIENTES UTILIZAN TODAS LAS NOTAS POR LO QUE EL TRABAJO DE ARMADO Y RENDER DE TODAS LAS NOTAS SE REALIZA DE MANERA INECESARIA.

- **Colocación de material en sistema.**

- Acabadas las notas y las versiones, se colocan en la carpeta del año, mes y día correspondientes, en una carpeta que se llamará Fulltracks, (entendiendo este como la pieza terminada de edición), este nombre recibe el producto una vez que el procesador ha terminado el render, para que el cliente de ahí pueda bajarlas por internet.

• EN ESTE PUNTO NO SE DETECTÓ PROBLEMA EN EL PROCESO.

- **Contacto con clientes para seguimiento de servicio**

- Se comprueba con los clientes que el envío y recepción de material hayan sido los correctos.

• EN ESTE PUNTO NO SE DETECTÓ PROBLEMA EN EL PROCESO.

- **Coberturas internacionales.**

- Se han llegado a realizar coberturas internacionales como lo fue, el terremoto en Haití en el mes de enero de 2010, donde se envió un cuerpo de cobertura de dos integrantes, los cuales tienen que

garantizar el envío de material de video y la nota al servidor de la empresa.

- EN ESTE PUNTO NO SE DETECTÓ PROBLEMA EN EL PROCESO.

CAPITULO III

ESTANDARES DE CALIDAD EN EL VIDEO: BROADCAST

*La comunicación no conlleva comprensión.
La información, si es bien transmitida y comprendida,
conlleva inteligibilidad,
primera condición necesaria para la comprensión,
pero no suficiente.
(Edgar Morín)*

*En la era industrial el cambio era más lento.
Aquello que usted aprendió en la escuela era valioso por un periodo más largo. En la
era de la información,
lo que usted aprende se vuelve obsoleto muy rápidamente.
Lo que usted aprendió es importante,
pero no tanto la rapidez con la que puede usted aprender,
cambiar y adaptarse a la nueva información.
(Robert Kiyosaki)*

3. ESTANDARES DE CALIDAD EN EL VIDEO BROADCAST

3.1 ORIGEN DEL VIDEO

Miremos hacia atrás, Los orígenes del video provienen de la familia de los grandes medios de creación audiovisual como son la fotografía, el cine y la televisión. Podríamos decir que es el menor de esta cadena.

A la cabeza de esta familia se encuentra la fotografía, que comienza a adquirir relevancia en las masas a mediados del siglo XIX con la reproducción de fotografías en las revistas y periódicos de la época. Le sigue en esta revolución tecnológica de la imagen el cine, gracias a los hermanos Lumière y su cinematógrafo; es el medio audiovisual por excelencia. Llega la televisión a mediados de los años veinte, cuando se desarrolla toda la tecnología de los medios de comunicación a distancia; John Logie Baird, considerado el padre de la televisión, le da al mundo uno de los medios preferidos por todos los públicos. Así, el cine y la televisión se convierten en los más populares del siglo XX.

Nace el video mucho tiempo después, a mediados de los años sesenta: en su origen, el video fue tan solo un auxiliar de la televisión. La tecnología del video liberó a la televisión de la tiranía del cine. Vendría a generar el pregrabado, dándole oportunidad a la televisión de tener más tiempo para la producción de sus programas.

Pero otros miraron más allá de este simple hecho; el video tendría otras connotaciones en especial para los artistas gracias a este avance de la imagen que

consistía en hacer más asequible la tecnología. Las cámaras portátiles se desarrollaron en los años 64-65; eran más pequeñas, involucraban sonido e imagen y su precio era aún más económico que el del cine y la televisión.

Lo anterior permitió poner el video a disposición de los que se habían transformado en consumidores de mensajes audiovisuales para convertirse en realizadores de sus propios contenidos.⁴⁴

3.1.1 CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE VÍDEO

Durante 1965 las televisiones ya utilizaban de forma habitual el vídeo. Las primeras grabaciones que se efectuaron sobre soporte magnético de películas se produjeron hacia 1970.

La grabación en vídeo el cual se podía borrar con facilidad, volver a grabar, se tradujo en un formato de grabación de bajo coste comparándolo con otros procedimientos de laboratorio, esto condujo a que el vídeo fuese una herramienta auxiliar excelente para la realización de películas.⁴⁵

Señal del video

La señal de vídeo se origina a partir de la conversión de variaciones de intensidad de luz por cambios de intensidad eléctrica. Todo esto se produce cuando existen materiales fotosensibles.

⁴⁴ Alfonso Velasco Rojas, No. 1 Intertextos, Cuaderno de la Facultad de Comunicación Social, Universidad de Bogotá, 2005, Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

⁴⁵ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/videoanalogico.htm> 12 de noviembre de 2010

La imagen de vídeo se forma partiendo de la reproducción de una serie de imágenes por segundo. Con esta sucesión de imágenes a una determinada frecuencia, se logra la sensación de movimiento (framerate). La velocidad a través el cual se visualizan las imágenes se denomina framerate, y es equivalente al número total de imágenes (frames) mostradas en un segundo.⁴⁶



Imagen de vídeo

La información que se encuentra en la señal de vídeo en cada uno de sus frames es de dos tipos, por un lado existe el nivel de luz representando cada punto de imagen y por otro los tonos de color.

Luminancia y Crominancia

Luminancia: Es la que recibe la información con toda la intensidad luminosa y se representa la imagen en blanco y negro con todos los tonos mediante la escala de grises. No contiene información sobre los colores de la imagen.

Crominancia: Comprende los canales RGB, es decir rojo, verde y azul, representa la combinación de los tres colores primarios.⁴⁷

⁴⁶ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/senalvideo.htm> 13 de diciembre de 2010

⁴⁷ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/imagenvideo.htm> 13 de diciembre de 2010

Sistema de vídeo compuesto

Este estándar es el que se utiliza en distintos sistemas de vídeo, por ejemplo el VHS. Éste tiene dos señales independientes, en una existe la información de luminancia, mientras que en la otra contiene la crominancia.

El vídeo compuesto tiene una calidad inferior a otros sistemas debido a la facilidad con la que se pierde o deteriora la señal, al mezclarse las señales de crominancia y luminancia.

La resolución con la que emite este sistema de vídeo en el televisor es de 625 líneas horizontales x 220 líneas verticales.⁴⁸

- Sistema de vídeo RGB o S -Vídeo
Sistema RGB o denominado también Y-C, Y (luminancia) y C (crominancia).
Este formato de vídeo se caracteriza porque codifica la información por separado, es decir tiene un canal para la luminancia y otro para la crominancia.
- También se denomina S-Vídeo, sistema de vídeo por separado.
Una excelente ventaja de este formato es la alta calidad que muestra el mismo, debido a la separación de ambos canales.
El vídeo se emite a una resolución de 625 líneas horizontales x 420 líneas verticales.⁴⁹
- Sistema de vídeo por componentes

⁴⁸ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/sistemasvideo.htm> 13 de diciembre de 2010

⁴⁹ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/sistemargb.htm> 13 de diciembre de 2010

Este formato codifica el canal de luminancia y crominancia, además de separar los colores primarios RGB. Las tres señales de vídeo se registran de forma independiente a través de la cinta de video durante el proceso de grabación, para ello se precisan tres cables, cada uno de ellos transporta una señal

Este sistema hace que la imagen tenga una excelente calidad.

La resolución de este sistema es de 625 líneas horizontales por 700 líneas verticales.⁵⁰

- Sistemas de transmisión televisivos: NTFS, PAL y SECAM

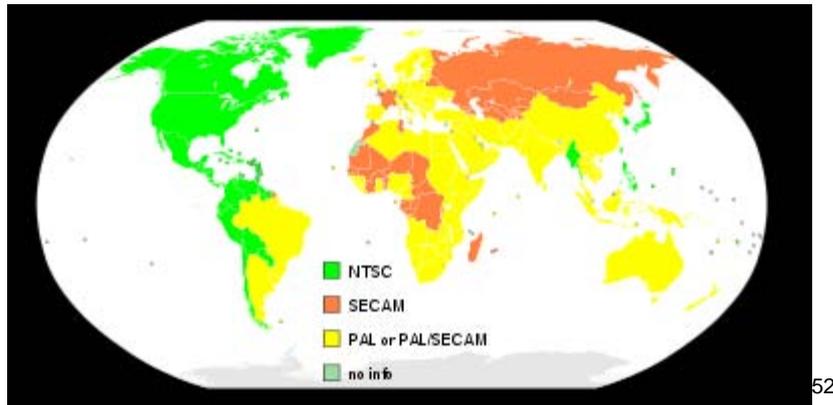
Actualmente existen tres estándares televisivos a nivel mundial, el NTFS, PAL y SECAM. La diferencia entre ellos estriba en la velocidad en la que se emiten los fotogramas y su resolución.

Cada país tiene uno de los tres sistemas de transmisión televisiva. Con ello queremos indicar que si utilizamos algún estándar o tipo de transmisión que se utilice en otro país que no sea el nuestro, deberemos realizar la conversión correspondiente al estándar que utiliza nuestro país, para que podamos visualizar la producción filmada correctamente.

Todos los aparatos utilizados, cámaras de filmación de vídeo, televisiones, etc., se encuentran acordes con el sistema de transmisión estándar propio de cada

⁵⁰ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/sistemacomponentes.htm> 13 de diciembre de 2010

país. En el caso de PC u ordenadores, se encuentran preparados para visualizar varios sistemas.⁵¹



- Como se forman los sistemas de televisión analógica

El televisor consta de un tubo catódico, este emite una serie de rayos de electrones que barren la pantalla, de arriba hacia abajo y de izquierda a la derecha. Estos rayos de electrones van formando una serie de líneas en el televisor horizontales y verticales, escaneando toda la pantalla, a un número determinada frecuencia por segundo.

Todo este trazado de líneas es lo que forman los distintos sistemas de transmisión televisivos, PAL, NTFS y SECAM.

Dependerá del número de líneas trazadas y fotogramas por segundo para determinar un sistema u otro.

⁵¹ <http://www.digitalfotored.com/vidiodigital/sistemantfs.htm> 13 de diciembre de 2010

⁵² http://www.google.com/imgres?imgurl=http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/2/22/NTSC-PAL-SECAM.svg/400px-NTSC-PAL-SECAM.svg.png&imgrefurl=http://es.wikipedia.org/wiki/PAL&usq=__ttWbh-0xOtwKfjT1ath5zSqWOTo=&h=203&w=400&sz=35&hl=es&start=0&zoom=1&tbnid=52mAC8E3XrP55M:&tbnh=117&tbnw=230&ei=yr8LTs_HCYKosQOUq5GcCQ&prev=/search%3Fq%3Dntsc,%2Bpal,%2Bsecam%26um%3D1%26hl%3Des%26biw%3D1680%26bih%3D848%26tm%3Disch&um=1&itbs=1&iact=hc&vpx=406&vpy=120&dur=6091&hovh=160&hovw=315&tx=189&ty=96&page=1&ndsp=27&ved=1t:429,r:1,s:0

El tubo de la imagen en color, lleva incorporados tres cañones de electrones, uno para cada color primario, rojo, verde y azul. La ráfaga emitida por cada cañón, pasa por un soporte perforado que lo dirige a cada punto luminiscente de su correspondiente color y hacerlo activo con su distinto nivel de brillo.⁵³

- Sistema televisivo NTSC

El estándar NTFS, o más bien traducido como: National Televisión Systems Committee, es el que se utiliza los países de Japón y Estados Unidos.

La forma de transmisión en NTFS, es de 525 líneas en la pantalla a una velocidad de unos 30 fotogramas por segundo o imágenes mostradas por segundo (fps), también se denomina (frame rate), velocidad de los fotogramas.

En lo referente a maquinas informáticas ordenadores, encontraremos vídeos en el sistema NTFS da 29,97 fps, no de 30.⁵⁴

- Sistema PAL

El sistema PAL es el estándar utilizado en Europa, Australia, China y Suramérica, con lo cual España utiliza este sistema de transmisión. El sistema PAL responde a las siglas Phase Alternating Line.

El sistema PAL emite 625 líneas a través de una serie de ráfagas producidas por electrones sobre la pantalla del televisor a una velocidad o frecuencia de 25

⁵³ <http://www.digitalfotored.com/vidiodigital/formacionsistemastelevision.htm> 13 de diciembre de 2010

⁵⁴ <http://www.digitalfotored.com/vidiodigital/ntfs.htm> 13 de diciembre de 2010

fotogramas o imágenes por segundo o fps, entendiendo este como los cuadros que se reproducen por segundo (frame per second).

- Sistema SECAM

El sistema SECAM es el que se utiliza en los países de FRANCIA y JAPÓN. SECAM viene de las siglas "Séquentiel Couleur avec Mémoire" en francés o "Color secuencial con memoria".

La transmisión televisiva en SECAM, se forma escaneando la pantalla del televisor a 625 líneas y a una frecuencia de 25 frames por segundo.

Este sistema es compatible con el sistema PAL, ya que utilizan los mismos formatos de escaneo y velocidades en los frames, la diferencia es la forma de cómo se codifica el color. Con esto queremos decir que podemos reproducir filmaciones en aparatos de sistema SECAM o a la inversa.⁵⁵

3.1.2. EDICIÓN

Existen varias formas para editar el video, la edición lineal y la no lineal.

La edición lineal es la que se ha utilizado tanto en cine como en el vídeo analógico.

Esta forma de edición no permite cortar un fotograma de forma libre sin ningún orden, se sigue de forma secuencial la filmación. Por ejemplo si queremos

⁵⁵ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/pal.htm> 13 de diciembre de 2010

retocar o eliminar un fotograma que se encuentra en el intervalo 200, debemos pasar del 1 al 199 y cortarlo y luego volver a juntarlo. Esto conlleva una pérdida de tiempo a la hora de editar un vídeo.

- Edición no Lineal

La forma no lineal es la utilizada por la tecnología digital. Esta forma de edición permite ordenar los frames en el orden que deseemos. Podemos tratar cualquier fotograma o cuadro de imagen de forma directa sin necesidad de seguir toda la secuencia, independiente de la forma y orden de cómo hemos grabado el vídeo.

Si deseemos eliminar el fotograma 200 no precisamos pasar antes del 1 al 199, sino que directamente accedemos al 200 y lo cortamos o eliminamos no necesitamos enlazar con el próximo fotograma, como el sistema lineal.⁵⁶

- Diferencias entre Vídeo digital y el analógico

Existen una serie de diferencias y ventajas notables entre el vídeo digital y analógico, entre ellas definimos algunas de ellas:

Primera: En el sistema de vídeo digital la calidad de imagen se encuentra totalmente independiente, solamente se ve afectada durante el proceso de digitalización de la misma. En el sistema analógico depende de la calidad de la cinta de vídeo, el reproductor, etc.

⁵⁶ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/tiposedicionvideo.htm> 13 de diciembre de 2010

Segunda: El sistema digital permite el sistema de edición no lineal, podemos editar las imágenes y el sonido de forma más rápida sin seguir ningún orden. En cambio en el sistema de video analógico la edición sigue el criterio lineal, ya que depende de un soporte de cinta magnética y conlleva seguir un orden en la secuencia de filmación.

Tercera: Los colores en la edición de vídeo analógico se encuentran limitados a la hora de reproducir una imagen en los niveles de contraste y brillo. En el video digital utiliza los tres colores primarios, haciendo que los colores de la imagen se definan de forma más exacta.

Cuarta: En el sistema de vídeo digital, la realización de copias no presentan ninguna clase de pérdida en calidad, pudiéndose realizar tantas copias como queramos, en cambio en el sistema analógico la calidad depende del número de copias y grabaciones además de otros componentes externos.⁵⁷

- Tratamiento vídeo digital: Digitalización

Para digitalizar un vídeo, precisamos partir de una señal o bien analógica o bien digital y directa.

Digitalizar, quiere decir convertir nuestro vídeo a lenguaje máquina, es decir capturarlo (pasarle de nuestra cámara al ordenador) y colocarlo dentro de nuestro ordenador o PC partiendo de una señal u otra.

⁵⁷ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/fasesvideodigital.htm> 13 de diciembre de 2010

- Edición del vídeo digital

El proceso de edición del vídeo digital no es ni más ni menos que el tratamiento de este vídeo que hemos capturado a nuestro ordenador. Durante este proceso, realizaremos corte a los fotogramas que deseemos presentar a nuestra filmación al igual que la incorporación del sonido que deseemos.

Los formatos de video con los que podemos editar son los siguientes:

AVI, MJPEG, MPEG2, DVD, QUICKTIME, entre otros.

- Difusión del vídeo digital

Difusión: El último proceso que se realiza en el tratamiento del vídeo digital, es la difusión, publicación o grabación ya sea en soporte CD, DVD o a través de Internet por la Red.

Los formatos de difusión que nos podemos encontrar: MPEG, MPEG-2, MPEG-4 con sus diferentes códecs (concepto que ampliaremos más adelante) DivX, Xvid, etc.⁵⁸

- Editar un vídeo digitalmente

El proceso de digitalización mencionado anteriormente es el proceso en el cual se procesa la información de nuestra cámara de vídeo al ordenador. Esta información se registra en forma de dígitos, 0 y 1, sistema binario que comprende el ordenador.

⁵⁸ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/fasesvideodigital.htm> 13 de diciembre de 2010

Podemos digitalizar de dos formas, una desde una señal analógica y otra desde una señal digital.

- Digitalizar desde medios analógicos

Cuando trabajamos con tecnología basada en señales electromagnéticas, la señal de vídeo analógico se transforma a un formato digital, para que nuestro PC pueda guardar y procesar la información de forma adecuada.

Para ello precisamos de una tarjeta capturadora analógica que disponga de una entrada de video compuesto, o vídeo separado o por componentes

- Digitalizar desde señal analógica

Cuando queremos digitalizar información desde una tecnología digital una miniDV u otra cámara digital, la información ya está procesada en forma de dígitos binarios (lenguaje máquina), con lo cual se traslada directamente al ordenador sin necesidad de ser traducida a lenguaje digital, ya que se encuentra en el mismo lenguaje que entiende la máquina.

Esta captura se realiza mediante una tarjeta capturadora con entrada (Firewire) o denominado también cable de fuego. A esta entrada se denomina I.LINK, un sistema de comunicación de alta velocidad basado en el estándar

IEE1394, el cual permite transmitir a tiempo real sonido e imagen sin ningún tipo de pérdida.⁵⁹

- Método de compresión vídeo digital

Una vez que hemos digitalizado un vídeo, nos implica un proceso de compresión, ya que de lo contrario nos ocuparía mucho espacio en el disco duro de nuestro ordenador. Debemos tener presente que cada fotograma de un vídeo digital sin comprimir puede alcanzar 1 megabyte (MB) de espacio de nuestro disco. Y a una velocidad de 25 fps, cada segundo de nuestro video ocuparía 25 MB/segundo con lo cual necesitaríamos mucho espacio en nuestro pc tan sólo para pocos segundos.

Normalmente cuando el vídeo se ha de editar, la digitalización se realiza a máxima calidad, para evitar pérdidas en la calidad.

- Existen dos tipos de compresión de vídeo intra-frame o inter-frame
 - Tipo de compresión por intra-frame

El intra-frame o compresión espacial, comprime cada fotograma por separado. El intra-Frame son las imágenes completas (Keyframes). Este método es de mayor calidad, lo que hace que ocupe más espacio.

Un ejemplo de tipo de compresión de este método es el AVI

⁵⁹ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/digitalizacion.htm> 13 de diciembre de 2010

- Tipo de compresión por inter-frame

El inter-frame, es aquel método que comprime a partir de similitudes entre los fotogramas. Este método tiene menor calidad.

En este método de compresión podemos citar del tipo MPEG⁶⁰

- MPEG, Formato de compresión de vídeo digital

Este estándar de compresión fue desarrollado por Moving Picture Experts Group, o dicho de otra forma, expertos en imágenes en movimiento.

El método de compresión que utiliza es el de similitud de contenidos, si percibe una parte común a todo guarda un ejemplar eliminando el resto. De esta manera se consigue una reducción de espacio.

Este formato se clasifica en: MPEG-1, MPEG-2, MPEG-3 Y MPEG-4

- MPEG1

Este formato de compresión de vídeo digital, surgió durante el año 1991. Su calidad se parece al del sistema VHS.

La principal finalidad de este tipo de formato de compresión fue el de poder colocar el vídeo digital en un soporte muy conocido para todos nosotros, el CD-ROM. Su tamaño es de 1,5 mega bits por segundo y se presentaba a una resolución

⁶⁰ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/tiposcompresionvideo.htm> 13 de diciembre de 2010

de 352 x 240 píxeles NTFS o 352 x 288 en PAL. Actualmente este formato se utiliza bastante para visualizar vídeos por internet.⁶¹

- MPEG2, utilizado por la televisión digital y el DVD

El MPEG2 aparece en 1994 y es uno de los formatos de compresión que ofrece mayor calidad de imagen, alcanza a su vez una velocidad en la transmisión de datos de 3 a 10 Mbits de ancho de banda

Este formato ofrece la transmisión de ficheros de vídeo digital a pantalla completa o broadcast.

El MPEG2, es el utilizado por la televisión digital y para la codificación del DVD de vídeo.

Trabaja con resoluciones desde 352 x 480 y 1920 x 1080 píxeles o 720x576 (PAL) y 720x480 (NTSC).

- MPEG3

El MPEG3, se desarrolló para la televisión digital de alta calidad aunque el formato MPEG2 también cumplía perfectamente esta función. El formato MPEG3 tiene mayor ancho de banda que el MPEG2 y se optó por la utilización finalmente del formato MPEG2. Por este motivo el proyecto orientado en el MPEG3 se abandonó.⁶²

⁶¹ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/compresionmpg.htm> 13 de diciembre de 2010

⁶² <http://www.digitalfotored.com/videodigital/mpeg4mpeg7.htm> 28 diciembre 2010

- MPEG4, formato para DivX y Xvid

Uno de los codecs utilizados en este formato son los famosos, DivX y XviD. Una de las grandes ventajas que ofrece este formato es una muy buena calidad, muy parecida al del formato DVD, a cambio de un factor de compresión mucho más elevado que otros formatos, dando como resultado archivos o ficheros más comprimidos que otros e ideales para poder transmitir los datos a través de Internet.

Utiliza una resolución de 176 x 144 píxeles.

- MPEG7

MPEG7, este formato está en proyecto, cómo el estándar que más se utilizará en Internet y televisiones interactivas.

Este formato codificará además de la imagen y sonido datos en lenguaje XML.

MPEG7 será de gran ayuda para el avance de la nueva televisión interactiva con introducción de buscadores de contenidos, búsquedas de audiovisuales etc.

- Formato AVI

AVI, de las siglas (Audio video Interleave) que quiere decir audio y vídeo entrelazado, es el formato de Windows desarrollado por Microsoft. Las pistas de audio y vídeo se encuentran grabadas de forma consecutiva en varias capas. Se ha

ido alternando la grabación entre imagen y sonido, pero de una forma tan rápida que nuestros sentidos, tanto el oído como vista lo perciben de forma paralela.

AVI un formato de archivo que puede guardar datos en su interior codificados de diversas maneras y que utiliza diferentes codecs que aplican diferentes factores de compresión.

- AVI DV tipo-1 y DV Tipo-2 o formato DV (Digital Video)

AVI DV tipo-1 y AVI DV tipo-2, son dos versiones de Microsoft, en que cada una de ellas tiene un tipo de codec (codificador o decodificador) que han utilizado para almacenar los datos.

Las videocámaras digitales hacen sus grabaciones en formato DV directamente en formato digital, para después ser editadas en nuestro ordenador.

El formato AVI es el formato que encontraremos guardado en nuestro ordenador tras captura de datos de nuestro video cámara digital DV.⁶³

- DV (Digital Vídeo)

El formato DV responde a las siglas de "Digital vídeo", este formato es el que utilizan las videocámaras digitales para la grabación y transferencia de datos.

Toda la información que graba nuestra cámara en formato DV, es en lenguaje binario, unos y ceros. La transferencia de los datos a nuestro ordenador no necesita

⁶³ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/avi.htm> 28 diciembre 2010

traducirse de ninguna forma, porque la videocámara ya los tiene digitales tal como los entiende el ordenador.

El DV contiene vídeo y sonido y a través de él, podemos almacenar más de 60 minutos de vídeo. El sonido se encuentra en formato de 16 bits PCM muy parecido a la calidad de una Compact Disc y el vídeo se encuentra con un factor de compresión muy elevado con lo que ocupa poco espacio y guardando la calidad de la imagen.

Utiliza un sistema entrelazado.⁶⁴

Transferencia datos en formato DV al ordenador

Para conectar nuestra cámara al ordenador y realizar la transferencia de datos citados anteriormente en formato DV necesitamos:

Un puerto FireWire o Cable de fuego, por la velocidad en la tasa de transferencia de datos que puede llegar a alcanzar. Este puerto fue desarrollado por Apple. Más tarde se estandarizó al formato DV y con el nombre IEEE 1394 o i.Link, mini-DV.

Existen diferentes tipos de cable FireWire.

Si no disponemos de este puerto en nuestro ordenador, podemos instalarlo, mediante una tarjeta controladora PCI.⁶⁵

⁶⁴ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/dv.htm> 28 diciembre 2010

⁶⁵ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/transferenciavideodv.htm> 28 diciembre 2010

- Formatos de grabación vídeo miniDV

Es uno de los formatos más populares. Las cámaras de vídeo digitales ofrecen las imágenes con excelente calidad, además el sonido es estéreo PCM y de calidad CD. En el sonido se puede realizar un doblaje.

- Las secuencias se pueden pasar a través del televisor o la cámara de distintas formas:

Una a través de señal analógica con un cable AV, o otra como señal, analógica S-Vídeo. Ya hemos mencionado en formato AV, lo realizaremos con el cable i.link, o FireWire.⁶⁶

- HDV, formato grabación vídeo de alta definición

HDV, es el formato de alta definición para grabadoras de vídeo de uso doméstico. A diferencia de la grabación estándar que graba en frame y frame-rate, el HDV utiliza dos resoluciones.

Una emitida por las grabadoras de JVC a 720 x 1280 px de resolución, en sistema progresivo y la segunda impulsado por sony reproduce 1080 líneas con un frame de 1440 x 1080 píxeles de resolución en pantalla formado por dos campos entrelazados. El frame rate va variando en función de la zona geográfica, situándose 25 fps en versión PAL Europa y aumenta hasta 30 fps en EE UU y Japón.

⁶⁶ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/formatosgrabacion.htm> 28 diciembre 2010

Otra gran ventaja de este formato de grabación es que utiliza el formato de compresión MPEG-2, el mismo que utiliza el DVD, con lo cual mantiene el mismo bit rate que las filmaciones en DV, permitiéndonos grabar imágenes de alta calidad.

El HDV ofrece imágenes en pantalla panorámica. Algunas cámaras que utilizan este formato de grabación la Canon XLH1.

Se dice que este formato será el sucesor del DV.⁶⁷

- Los codecs, ¿qué son y para qué sirven?

Actualmente y debido a la enorme abanico de softwares, programas que vamos conociendo y poniendo en práctica sobre todo a través de internet, nos encontramos con una gran cantidad de formatos a la hora de reproducir un vídeo digital, o clip musical, etc.

Para todo ello y ante toda esta revolución de transferencia de datos en diferentes soportes, archivos, contenedores, cds, dvd domésticos, nos encontramos formatos que no conocemos y que nos dificulta el poder visualizar correctamente aquel vídeo o imagen.

La palabra codec se traduce de las palabras codificador y decodificador. Un codec no es ni más ni menos que una serie de funciones algorítmicas necesarias para comprimir un archivo, a este proceso de compresión se le denomina "codificación" y descomprimir o decodificar los datos de audio y vídeo.

⁶⁷ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/grabacionhdv.htm> 28 diciembre 2010

Esto quiere decir que si queremos reproducir un vídeo digital y no tenemos instalado el códec con el que se han codificado los datos no podremos visualizarlo correctamente en nuestro PC, deberemos buscar los codecs y tenerlos instalados.

No ocurre lo mismo si reproducimos un vídeo a través de un reproductor DVD doméstico, dependerá de los formatos que reconozca el DVD para poder reproducirlos con sus respectivos codecs.

Los codecs utilizan diferentes algoritmos, algunos son muy rápidos a la hora de codificar, en cambio otros son muy lentos.

- Algunos de los algoritmos más conocidos de los codecs:

Microsoft, Indeo, Cinepack, M-JPEG, DivX, Xvid. Cada unos de ellos se diferencia por su forma de codificación.⁶⁸

- Clases de codecs: Vídeo y audio

Los codecs que utiliza el Vídeo y que ya hemos hecho referencia en el capítulo anterior, el MPEG-1 y MPEG-2, y los de formato contenedor AVI. Los de la clase MPEG-4 con los codecs Xvid i DivX.

⁶⁸ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/denicioncodec.htm> 28 diciembre 2010

- Codecs utilizados para su reproducción en internet en formato DV (digital video), los de los reproductores Windows Media de Microsoft, Real Media y QuickTime.
- Los codecs que utilizan en el Audio, uno de los más conocidos es el MP3 o Layer3. Es uno de los codecs de audio más utilizado por el MPEG-1. Otro codec el que responde a las siglas AAC, Advanced Audio Coding, se dice que será el futuro formato que más se utilizará.
- WMA, de Windows Media Audio o el AC3, sonido Dolby Digital utilizado en las películas.

Existen muchos más codecs, sólo hemos mencionados algunos de ellos.⁶⁹

3.2 CALIDAD DEL VIDEO

La complejidad en el suministro de televisión digital obliga a teledifusoras, proveedores de servicio en banda ancha y operadores de red de IPTV a enfrentar un número de retos en la entrega de contenidos de alta calidad a sus televidentes. Los problemas de red, de codificación y transmisión dan lugar a temas como errores de sincronismo de doblaje del audio, bloqueo o pantallas en negro, lo cual a su vez ocasiona que los televidentes busquen otra fuente de contenidos. Como resultado, al proveedor le puede resultar difícil identificar, evaluar y resolver problemas en el caudal de transporte.

⁶⁹ <http://www.digitalfotored.com/videodigital/clasescodecs.htm> 28 diciembre 2010

Una arquitectura completa de monitoreo, acoplada con herramientas robustas de análisis y de solución de problemas, permite un cambio en la estrategia de control de la calidad, para pasar de reactiva a proactiva. En lugar de responder a una queja de un suscriptor acerca del servicio, el proveedor del servicio puede emplear esta herramienta de monitoreo a fin de realizar reparaciones de manera proactiva, minimizando las interrupciones o la degradación de la señal recibida y vista en casa.

3.3 STREAMING Y EMPRESAS DE INTERNET QUE UTILIZAN VIDEO

3.3.1 STREAMING

El Streaming en los medios de comunicación es una interesante adición a las herramientas multimedia para los productores. Así como el cine y la radio fueron desplazadas por la televisión como los medios masivos de comunicación principales, el Streaming está destinada a transformar la internet. Los estándares originales basados en textos de la web se han modificado y transformado mucho más allá de la función original de los protocolos básicos para incorporar imágenes y animaciones, sin embargo, el video y el audio se aceptan como la forma más natural de comunicarse. A través de la experiencia de la televisión, que ahora ha llegado a esperar del video para ser el principal vehículo para la difusión del conocimiento y el entretenimiento, lo cual ha llevado a la evolución continua del video que ahora permite que se entreguen a través de internet como una transmisión en vivo.

El Streaming ha sido anunciado por muchos como un canal de distribución alternativo a la radio y la televisión convencionales. Pero eso es una visión estrecha, ya que es más convincente cuando se explora sus puntos fuertes, como parte de

una presentación interactiva, multimedia, se convierte en un canal de comunicación de toda una nueva experiencia y que puede competir en su propia impresión, con la radio, la televisión y la misma web.⁷⁰

3.3.2 EMPRESAS DE INTERNET QUE UTILIZAN STREAMING

Hablar del desarrollo de las empresas que han utilizado el streaming nos permite conocer los orígenes de esta tecnología que ahora dan acceso también a las agencias de noticias utilizarla para brindar un servicio actualizado.

Las empresas que se mencionan a continuación son el ejemplo más común de los dos tipos de streaming, el primero lo hace en tiempo real, donde el usuario puede realizar transmisiones en vivo y dejarlas en el servidor de la empresa, el segundo, es un servicio de subida de videos pero estos no se transmiten en tiempo real, son almacenados en los servidores de la empresa.

3.3.3 USTREAM

Entendamos streaming como la distribución de audio o video por internet, se trata de una corriente continua sin interrupción. El usuario puede escuchar o ver en el momento que quiera. Este tipo de tecnología permite que se almacene lo que se escucha o ve. El streaming hace posible escuchar música o ver videos sin necesidad de ser descargado previamente.

Ustream fue fundada en el verano de 2006 por John Ham, Hunstable Brad, y el Dr. Gyula Feher como una forma de ayudar a los soldados en el extranjero a

⁷⁰ Austerberry, David, The technology of video and audio streaming, EE.UU., 2005, Ed. ELSEVIER,

conectar más eficazmente con sus familias. John y Brad se conocieron como cadetes en West Point. Enlistados en el Ejército de los EE.UU. como oficiales en un ambiente de guerra, John y Brad vieron una oportunidad para revolucionar la comunicación. Los soldados estaban limitados por el teléfono o la mensajería instantánea para comunicarse con tu familia y amigos en casa. Sólo podían hablar con una persona a la vez. John y Brad quería encontrar una manera de permitir que los soldados se comunicaran con todos sus seres queridos al mismo tiempo. El objetivo era crear una manera para ellos para escuchar con los miembros de la familia en las ciudades en todo los EE.UU. y el mundo.

Después de unos meses de la última noche, una lluvia de ideas, Juan, Brad, y Gyula decidieron tomar un riesgo en nombre de una visión mejor. Como dicen, el resto es historia. Hoy en día, Ustream permite a todos, desde los aficionados al deporte a los candidatos presidenciales y las estrellas de rock de forma rápida y fácil dar difusión a una audiencia global de tamaño ilimitado.

Ustream es una compañía privada. Los inversionistas son personas destacadas y los fondos que permiten la existencia y funcionamiento de dicha empresa son:

Softbank Group SOFTBANK GROUP ofrece a sus clientes una gama de servicios que incluyen las comunicaciones móviles, infraestructura de banda ancha, telecomunicaciones de línea fija, la cultura de Internet, comercio electrónico, entre otros.

DCM es una empresa en fase inicial firma de capital de apoyo a los empresarios la construcción de empresas de tecnología de clase mundial. Los socios de la empresa gestionan en dólares EE.UU. 1.6 mil millones y han financiado empresas líderes en tecnología como 2Wire, 51job (Nasdaq: EMPLEO), @ Motion (Openwave), About.com (The New York Times Co.), Acerca de Todos (Jasdaq: 2454), Arroyo (Cisco), Bittorrent, Clearwire (Nasdaq: CLWR), Dang Dang, eDreams (TA), Foundry Networks (Nasdaq: FDRY), HireRight (Nasdaq: ALQUILER), Internap (Nasdaq: INAP), IPivot (Intel), la JCI (Nasdaq Japón - Hercules: 9424), Neopath Redes (Cisco), Neutral tandem (Nasdaq: TNDM), nQuire (Siebel), PGP Corporation, Recurso de Tecnologías (Symantec), Sigmatel (Nasdaq: SGTG), SMIC (NYSE: SMI), Sling Media (EchoStar), VancelInfo (NYSE: VIT) y Vimicro (Nasdaq: VIMC). DCM ofrece una guía práctica operativa y el acceso a una amplia red de recursos, incluyendo una estrecha relación con muchos de los líderes de la Cuenca del Pacífico y las empresas inversionistas.

Los inversores occidentales Tecnología Fundada en 1980, la tecnología occidental de Inversiones (WTI) es un proveedor líder de financiación de la deuda a la puesta en marcha y compañías de crecimiento emergente. WTI cerró recientemente fondo de 12 se basa en el éxito de la historia de la empresa de 27 años, que incluyó empresas de la cartera, como Juniper Networks, Brocade Communications Systems, Google, Cerent, Infoseek, el IDEC Pharmaceuticals, Facebook, IronPort Systems Corporation, Volcán, y muchos otros.⁷¹

La banda de los Ángeles es la más antigua de Silicon Valley organización financiación inicial que consta de más de 120 ejecutivos y fundadores de muchas de las empresas de alta tecnología que han hecho famoso Silicon Valley. El grupo se

⁷¹ <http://www.westerntech.com> 12 enero 2011

reúne mensualmente para evaluar las actividades iniciales seleccionados de los más de 60 empresas que buscan esta oportunidad cada mes. La banda de los Ángeles, invirtiendo, junto a los miembros individuales de la banda en las empresas de selección.⁷²

Infinito Venture Partners PIV Incubadora Fondo es de un millón de fondos de venture se centra en las semillas y la etapa de las primeras inversiones en el sector de los medios digitales. El gerente del Fondo organiza el infinito Empresas Cumbre dos veces al año en Japón, que se describe mejor como Web 2.0, DEMO, Mobile 2.0 y conferencias, todo en uno.⁷³

Ustream es la plataforma líder en transmisión en vivo interactivo que permite a cualquier persona con conexión a Internet y una cámara para dedicarse a su público de una manera significativa e inmediata. A diferencia de la tecnología de difusión por Internet anterior, Ustream utiliza un modelo uno-a-muchos, lo que significa que el usuario puede transmitir a un público de tamaño ilimitado. La plataforma de Ustream ha sido utilizada para transmitir todo, desde eventos deportivos de la escuela a estrenos de cine de Hollywood, y la gente está encontrando innovadores nuevos usos para todos los días. Cuando vea los exclusivos eventos en vivo como Ustream todos los accesos con Snoop Dogg o la exploración de las redes de Ustream para grabado en directo contenidos que van desde la música a los talk shows a los deportes y la política, Ustream es todo el contenido sobre la prima. Se abre un nuevo mundo de posibilidades y experiencias de los organismos de radiodifusión y los espectadores, que el vídeo estática pre-

⁷² [Http://www.bandangels.com](http://www.bandangels.com) 12 enero 2011

⁷³ [Http://www.infinityventures.com](http://www.infinityventures.com)

grabados que predominó la Internet hasta la fecha no puede proporcionar. Hoy en día, la gente está Ustreaming todo, incluyendo:

- Principales acontecimientos políticos, tales como debates, discursos, reuniones
- Conciertos
- Personal hitos tales como reuniones navideñas, bodas, graduaciones, fiestas, incluso los nacimientos
- Hablar muestra
- Película estrenos y 'eventos de alfombra roja'
- Escuela y eventos de negocios y capacitación
- Eventos deportivos
- juegos interactivos para los espectadores ver o regístrate.⁷⁴

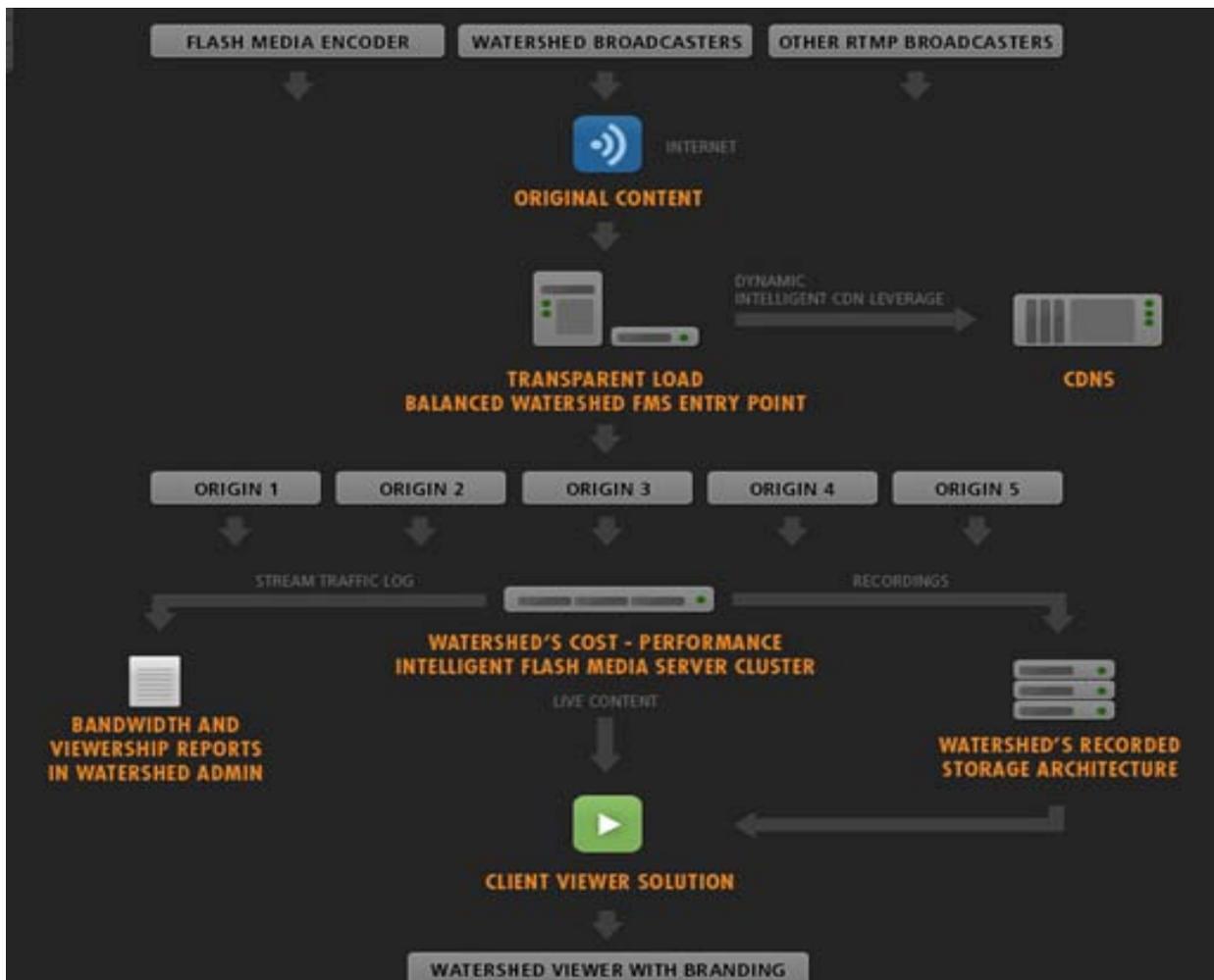
El Ustream Producer es una aplicación de escritorio para que los radiodifusores puedan escuchar en alta calidad, al igual que lo haría desde el sitio web de Ustream: adicional. Características incluyen la capacidad de:

- Fácil gestión de vídeo y audio de fuentes
- Navegación, arrastre y audio gota y archivos de vídeo
- Inicio y dejar de grabaciones
- Pop-una sala de chat o sociales corriente
- Muestra tu escritorio a través de screencasting
- la capacidad de actualización de su estado y el sindicato a Twitter, Facebook, MySpace y AIM difusión utilizando Picture in Picture
- Crear múltiples transiciones optimizado para el iPhone y Android Visualización.

⁷⁴ <http://www.ustream.tv/about>

El Ustream Productor Duo El Ustream productor está disponible como una aplicación gratuita. Las características adicionales tales como cámaras múltiples, transparencias, capas, títulos y transiciones están disponibles a través de productores Pro.

En la siguiente ilustración se indica gráficamente el proceso antes descrito:



3.3.4 YOU TUBE

Fundado en febrero de 2005, YouTube es la comunidad de vídeo online más popular del mundo y permite que millones de usuarios encuentren, vean y compartan vídeos creados de forma original. YouTube ofrece un foro para comunicarse con los usuarios de todo el mundo, para informarles y para inspirarlos,

y sirve como plataforma de difusión para creadores de contenido original y anunciantes de cualquier tamaño.

Fundado en Febrero de 2005 por 3 ex-empleados de PayPal: (Chad Hurley, Steve Chen y Jaweb Karim), la compañía de pagos online perteneciente al grupo eBay. Inmediatamente, la joven compañía atraía el interés de inversores como la firma de capital-riesgo Sequoira.

Todo empezó con una fiesta. La de Chad Hurley y Steve Chen en febrero de 2005. Su vídeo de la farra era demasiado largo para enviarlo por correo electrónico a sus amigos.

De su frustración surgió la idea: un sitio muy grande donde cualquiera pudiera enviar y ver cualquier vídeo. Eso era en 2005; hoy se cuelgan 65,000 vídeos nuevos al día.

YouTube es fácil de usar y, además, gratuito. Para ver los vídeos o enviarlos a otras personas no es necesario registrarse, aunque sí para colocarlos en la página.

YouTube también sirve de escaparate promocional.

Una prueba de ello es el episodio piloto de la serie Nobody's watching, que fue cancelado por la NBC antes de su estreno. Año y medio después el piloto apareció en YouTube y recibió 300,000 visitas en 15 días. Ahora se la disputan varias cadenas, incluida la NBC

La tecnología utilizada por el site es el Flash de Macromedia (ahora parte de Adobe), pero los usuarios no tendrán que ocuparnos en convertir sus creaciones a dicho formato. Los servidores de YouTube se encargan de eso en el proceso de "subida" (upload) del vídeo.

Los formatos en los que se envía el vídeo son: MPEG, AVI, MOV y los utilizados por videocámaras y cámaras integrada en los teléfonos móviles.

Otro aspecto práctico de YouTube es la posibilidad de insertar una película en una página web externa a sus servidores, pese a que el fichero resida físicamente en ellos.

Eso permite a bloggers y creadores de websites disponer del vídeo empotrado en sus páginas.

YouTube aloja una variedad de video clips de películas y programas de televisión, videos musicales, y vídeos caseros (a pesar de las reglas de YouTube contra subir videos con copyright, este material existe en abundancia). Y en este sentido, YouTube ya ha tenido algunos encontronazos legales con productoras y cadenas de televisión.

La corta historia de YouTube registra el mayor crecimiento exponencial que se recuerde.

Chad Hurley pagó con su tarjeta de crédito la primera factura por la conexión de banda ancha que necesitaba para lanzar su web de vídeos online. Desde entonces, la demanda ha sido tan explosiva (100 millones de visitas mensuales) que el coste de infraestructura ha subido a dos millones de dólares por mes.

Este desembolso no podría continuar por mucho tiempo, a menos que se encontrara una forma de financiarlo con ingresos publicitarios. Aquí es donde entra en escena Google, quien compra el 10 de Octubre del 2006 YouTube por 1.650 millones de dólares.

Según se ha informado, YouTube mantendrá su independencia respecto del servicio de vídeo de Google.

Para medir la magnitud e influencia de este sitio mostramos algunos ejemplos:

El cantante americano Justin Kimberlake descubre a una joven talento gracias a YouTube.

El cantante, anunció el 6 de Junio del 2007 que ha contratado a la cantante holandesa Esmee Denters de 18 años, a la que vio en el portal de internet YouTube y será su primer fichaje de su nueva casa discográfica "Tenman Records".⁷⁵

Mejores formatos para las subidas

⁷⁵ http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm

YouTube puede aceptar casi cualquier formato de vídeo para las cargas y descargas de archivos de video, pero hemos comprobado que la configuración que ofrece mejores resultados para la mayoría de los usuarios es la que se indica a continuación.

- Formato de vídeo: H.264, MPEG-2 o MPEG-4 preferiblemente
- Formato de imagen: formato de imagen original sin formato apaisado (ejemplos: 4:3, 16:9).
- Resolución: se recomienda 640x360 (16:9) o 480x360 (4:3)
- Formato de audio: MP3 o AAC preferiblemente
- Fotogramas por segundo: 30
- Duración máxima: 10 minutos (recomendamos 2-3 minutos)
- Tamaño de archivo máximo: 1 GB⁷⁶

⁷⁶ http://www.youtube.com/handbook_popup_produce_upload?pcont=bestformats 13 febrero 2011

CAPITULO IV

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

ANALISIS DE CONTENIDO

*Existe un principio que se resiste a toda información,
que se resiste a toda investigación,
que nunca deja de mantener al hombre en una ignorancia perenne...
Es el principio de desestimar lo que no se ha investigado.
(Hebert Spencer)*

*"No hables sino cuando estés perfectamente instruido o cuando te veas obligado a
romper el silencio.
Sólo en este caso vale más hablar que callar;
fuera de éste, más vale callar que hablar."
(Isócrates)*

4. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

4.1 ANALISIS DE CONTENIDO

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas, a veces cualitativas, tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. El análisis de contenido, de hecho, se convirtió a finales del siglo XX en una de las técnicas de uso más frecuente en muchas ciencias sociales, adquiriendo una relevancia desconocida en el pasado a medida que se introdujeron procedimientos informáticos en el tratamiento de los datos.

El análisis de contenido es una técnica que se inicia a principios de siglo y el número de estudios que la utilizan se ha ido incrementando paulatinamente constituyendo distintas escuelas, corrientes, concepciones y técnicas. Un aspecto importante de su uso es el que se ha realizado con propósitos de interpretación de significados en distintas áreas de lo simbólico, particularmente en la interpretación de textos. En las corrientes europeas se le ha llamado Analisis del Discurso.

Las diferencias básicas se encuentran en que algunas corrientes ponen el énfasis en procedimientos analíticos de índole cuantitativo, otras, en análisis cualitativos y otras consideran lo cuantitativo y lo cualitativo al mismo tiempo. Algunas se ciñen a interpretar estrictamente lo manifiesto (lo explícito, lo expreso)

otras pretenden desentrañar lo implícito (lo oculto o latente) en un discurso comunicativo.

Su propia denominación de análisis de “contenido”, lleva a suponer que el “contenido” está encerrado, guardado dentro de un “continente” y que analizando “por dentro” ese “continente”, se puede develar su contenido (su significado, o su sentido), de forma que una nueva “interpretación” tomando en cuenta los datos del análisis, permitiría un *diagnóstico*, es decir, un nuevo conocimiento a través de su penetración intelectual. Pero una tal suposición, semejante, de hecho, a la acostumbrada cuando los análisis químicos y biológicos exploran componentes de la materia y facilitan diagnósticos, lleva a una visión falsa. El análisis de contenido, aplicado a “continentes” materiales, busca fuera, no dentro, pues las dimensiones de los datos extraídos del análisis sólo existen fuera de los “continentes”, es decir, en la mente de los sujetos productores o usuarios de los mensajes, textos, discursos, o documentos que se analizan, es decir, en la mente de los participantes de los procesos singulares de comunicación en los que se han producido los documentos analizados.⁷⁷

Para algunos autores, el análisis de contenido es una técnica investigación, mientras que para otros es un método de investigación, o inclusive, un conjunto de procedimientos, por ejemplo para:

⁷⁷ Piñuel Raigada, José Luis, Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido, Universidad Complutense de Madrid, 2002, Dpto. de Sociología IV, Pag. 2 PP 41

- Hernández et al. (1998), es una técnica muy útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos. El análisis de contenido puede ser aplicado virtualmente a cualquier forma de comunicación.⁷⁸
- Kerlinger (1988), se considera sobre todo como un método de observación y medición. En lugar de observar el comportamiento de las personas en forma directa, o aún de entrevistarlas, el investigador toma las comunicaciones que la gente ha producido y pregunta acerca de dichas comunicaciones.⁷⁹
- Díaz y Navarro (1998) puede concebirse como un conjunto de procedimientos que tiene como objetivo la producción de un meta-texto analítico en el que se representa el corpus textual de manera transformada. O, dicho de otro modo, a de concebirse como un procedimiento destinado a desestabilizar la inteligibilidad inmediata de la superficie textual, mostrando sus aspectos no directamente intuibles y, sin embargo, presentes.⁸⁰

Dando pauta a las características principales de esta técnica nos parece significativo utilizarla para la realización del presente estudio cuyo objetivo principal como ya se ha mencionado es el de analizar la calidad de las noticias en video realizadas y difundidas por la agencia de noticias IJS. No solo en cuanto a su calidad técnica respaldada en el estudio técnico, conceptual e histórico que ya se ha realizado; sino también con la intención de demostrar que cuando la calidad del mensaje y los problemas en la cadena de su producción fallan el significado del mensaje también.

⁷⁸ Hernández, Roberto et al, Metodología de la Investigación, México 1998, Mc Graw Hill, 2ª Edición,

⁷⁹ Kerlinger, Fred N., Investigación del comportamiento, , México, 1988, Mac Graw Hill, 3ª edición

⁸⁰ Díaz, Capitolina y Navarro, Pablo, Análisis de Contenido en Métodos y Técnicas Cualitativas de investigación en Ciencias Sociales, Madrid, 1998, Editorial Síntesis, 2ª reimpression,

Se ha comenzado por diseñar un instrumento acorde con las características de algunas noticias en video difundidas por la agencia en cuestión y con los rubros problemáticos detectados en el capítulo 2 de esta investigación. La idea de retomar el análisis de contenido desde un punto de vista cualitativo, reside precisamente en la posibilidad de construir un instrumento adecuado a las necesidades de nuestro objeto de estudio.

4.2 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE NOTAS

Para efectos de la presente investigación, se decidió, elaborar el siguiente cuadro que contiene todas las variables que permiten evaluar la calidad de un video en cuanto a los aspectos técnicos y periodísticos, los cuales se describen en el siguiente apartado.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título				
ASPECTOS TÉCNICOS				
RESOLUCIÓN				
LUMINANCIA				
CROMANCIA				
VOZ EN OFF				
MOVIMIENTOS DE CÁMARA				
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN				
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN				
ASPECTOS CONTENIDO				
REDACCIÓN CORRECTA				
LECTURA CORRECTA				
COMPRENSIÓN DE LA NOTA				
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA				
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN				
CONTINUIDAD DE AUDIO				
ASPECTOS ENCUADRE				
ENCUADRE CORRECTO				
USO CORRECTO DE LA TOMA				
INTENCIÓN DE LA TOMA				
VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA

En cada cuadro de evaluación, se ha incluido la liga electrónica para que se pueda observar el producto final que se entregó al cliente.

4.2.1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LAS VARIABLES A EVALUAR

- Resolución

Resolución: La resolución se refiere a la agudeza y claridad de una imagen.

Para monitores, la resolución de pantalla significa el número de puntos (pixels) en toda la pantalla. Esto se traduce a diferentes medidas de dpi dependiendo del tamaño de la pantalla. Por ejemplo, un monitor VGA de 15-pulgadas (640x480) muestra cerca de 50 puntos por pulgada.

Las impresoras, los monitores, los scanners, y otros dispositivos se clasifican como de alta resolución, de resolución media, o de resolución baja. Las gamas de resolución reales para cada uno de estos grados cambian constantemente a medida que la tecnología mejora.⁸¹

- Luminancia

En una transmisión de señal de vídeo, la luminancia es el componente que codifica la información de luminosidad de la imagen.⁸²

La luminancia es uno de los componentes de la señal de vídeo, y realmente es la medida fotométrica del brillo de una imagen de vídeo.

⁸¹ <http://www.masadelante.com/faqs/resolucion> 08 de enero de 2011

⁸² <http://es.wikipedia.org/wiki/Luminancia> 08 de enero de 2011

A una luminancia alta una imagen es más brillante y con una luminancia baja la imagen es más oscura.

Podríamos decir entonces que la luminancia representa la información de la parte blanca y negra que tiene la imagen.⁸³

- Cromancia.

La crominancia es el componente de la señal de vídeo que contiene las informaciones del color.

El color está definido por dos magnitudes: la saturación, que nos da la “cantidad” de color, y el tinte (en inglés hue) que nos indica “qué color es”. Dependiendo del sistema utilizado para la codificación de una imagen estas dos magnitudes toman diferentes formas.⁸⁴

Para medir y ver la señal de crominancia se emplea el Vectorscopio.

Dependiendo del espacio de color en el que estemos trabajando se combinará de distinta manera con la Luminancia, RGB, CMY, HSD, YUV, HSI, HSL, HSV, HCI, HVC, YIQ etc.⁸⁵

- Voz en Off.

⁸³ <http://www.desarrollomultimedia.es/faq/que-es-la-luminancia.html> 08 de enero de 2011

⁸⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Crominancia> 08 de enero de 2011

⁸⁵ <http://www.desarrollomultimedia.es/faq/que-es-la-crominancia.html> 08 de enero de 2011

Voz de fondo sin que se vea al hablante generalmente el narrador, o el pensamiento de alguien que sí está en la escena. Voz over , Voz de un relator que no es un personaje⁸⁶

- Tipos de toma.

EXTREME CLOSE UP. Es la toma más cerrada, se limita a un área de la cara, como podrían ser los ojos, la nariz, boca u oreja.

BIG CLOSE UP. Abarca la cara, desde la barba hasta la parte superior de la frente. Con este tipo de toma se da gran intimidad o se resalta alguna reacción.

CLOSE UP. Abarca desde la parte superior de los hombros hasta la parte superior de la cabeza.

MEDIUM CLOSE UP. La toma se extiende desde el tórax hasta la parte superior de la cabeza.

MEDIUM SHOT. Abarca desde la cintura hasta la parte superior de la cabeza.

FULL SHOT. Cubre el cuerpo completo desde los pies hasta la parte superior de la cabeza. Proporciona el espacio visual de ubicación de la persona en su lugar o contexto.

LONG SHOT. Abarca todo el escenario y se utiliza principalmente cuando hay mucho movimiento o varias personas en escena. Se recomienda tener pocos

⁸⁶ http://wikicine.elseptimoarte.net/Voz_en_off 08 de enero de 2011

elementos en la escenografía y evitar piezas pequeñas cuando se usa mucho este tipo de tomas.

EXTREME LONG SHOT. Esta toma es utilizada sólo para exteriores, para mostrar grandes panoramas.

TWO SHOT. (TOMA DE DOS). Es la toma de dos personas y puede ser en cualquier abertura, desde cerrada hasta abierta (two shot en close up, two shot en médium shot, etc.).

THREE SHOT. (TOMA DE TRES). Abarca tres personas, igualmente en cualquier abertura.

GROUP SHOT. (TOMA DE GRUPO). Es el encuadre de cuatro o más personas. Requiere de una toma abierta.

TIGHT SHOT. (TOMA ESTRECHA). Se usa esta terminología cuando se hacen tomas cerradas a objetos o al manejo de ellos como sería una flor o las manos ejecutando un instrumento musical.⁸⁷

- Redacción.
-

La redacción periodística es breve, concisa, sencilla y rápida. Para lograrlo, escriba párrafos cortos, vaya al punto de inmediato, utilice palabras activas; seleccione detalles, no los registre como una secretaria.

⁸⁷ <http://television1.blogspot.com/2006/11/tipos-de-movimientos-de-cmara-y-tipos.html> 08 de enero de 2011

Para redactar use el qué, quién, cómo, cuándo, dónde y porqué.

La mayoría de los nombres tienen sinónimos. Úselos generosamente.⁸⁸

⁸⁸ <http://www.rrppnet.com.ar/redaccionestilo.htm> 08 de enero de 2011

4.3 APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO Y ANÁLISIS DEL PRODUCTO (NOTAS)

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título México contra legalización de drogas				
http://video.mx.msn.com/watch/video/mexico-contra-legalizacion-de-drogas/8o5fpz58?from=sharepermalink				
03 de Septiembre de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN			XXXXX	
LUMINANCIA		XXXXX		
CROMANCIA		XXXXX		
VOZ EN OFF		XXXXX		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA		XXXXX		
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN			XXXXX	
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN				
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA				XXXXX
LECTURA CORRECTA		XXXXX		
COMPRESIÓN DE LA NOTA		XXXXX		
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA				XXXXX
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN				XXXXX
CONTINUIDAD DE AUDIO				XXXXX
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO				XXXXX
USO CORRECTO DE LA TOMA		XXXXX		
INTENCIÓN DE LA TOMA		XXXXX		

VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
				XXXXX

RESOLUCIÓN: Al aplicar pantalla completa la calidad de imagen se ve significativamente disminuida.

SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA: No se incluyo en la edición la cortinilla de identificación de la agencia.

REDACCIÓN CORRECTA: No tiene ningún elemento de entrada a la nota.

INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN: El primer bite es muy corto y no tiene lógica en la edición

ENCUADRE CORRECTO. La imagen se desenfoca en varios momentos de la nota.

CONTINUIDAD DE AUDIO: El nivel del audio no es el mismo entre bites y off.

CONTINUIDAD DE LA IMAGEN: Los aspectos utilizados son repetitivos y en momentos no ilustran lo que el reportero dice.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título Manifestación de Transportistas.				
http://video.mx.msn.com/watch/video/manifestacion-de-transportistas/8o189lzt				
03 de Septiembre de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN		XXXXX		
LUMINANCIA		XXXXX		
CROMANCIA		XXXXX		
VOZ EN OFF	XXXXX			
MOVIMIENTOS DE CÁMARA		XXXXX		
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN	XXXXX			
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN				
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA	XXXXX			
LECTURA CORRECTA	XXXXX			
COMPRESIÓN DE LA NOTA	XXXXX			
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA		XXXXX		
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN				XXXXX
CONTINUIDAD DE AUDIO				XXXXX
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO	XXXXX			
USO CORRECTO DE LA TOMA	XXXXX			
INTENCIÓN DE LA TOMA	XXXXX			

VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
			XXXXX	

INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN: No cuenta con cortinilla de identificación de la agencia.
Al inicio de la nota el off del reportero entra cortado.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título Entrega 4to informe de gobierno				
http://video.mx.msn.com/watch/video/entrega-4to-informe-de-gobierno/8ow2wwzl				
1ero de septiebre de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN		XXXXX		
LUMINANCIA		XXXXX		
CROMANCIA		XXXXX		
VOZ EN OFF		XXXXX		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA			XXXXX	
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN		XXXXX		
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN				
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA		XXXXX		
LECTURA CORRECTA		XXXXX		
COMPRENSIÓN DE LA NOTA				XXXXX
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA	XXXXX			
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN	XXXXX			
CONTINUIDAD DE AUDIO		XXXXX		
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO				XXXXX
USO CORRECTO DE LA TOMA			XXXXX	
INTENCIÓN DE LA TOMA		XXXXX		

VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
		XXXXX		

MOVIMIENTOS DE CÁMARA: La cámara tiene movimiento involuntarios en pleno bite del secretario de gobernación

ENCUADRE CORRECTO: El movimiento involuntario de la cámara, provoca un mal encuadre

USO CORRECTO DE LA TOMA: El movimiento involuntario de cámara, provoca una mala toma

COMPRENSIÓN DE LA NOTA: la nota no contiene cierre, queda sin entender el sentido de la noticia.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título La Barbie detenido				
http://video.mx.msn.com/watch/video/la-barbie-detenido/8o7j2jlb				
31 de Agosto de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN		XXXXX		
LUMINANCIA		XXXXX		
CROMANCIA		XXXXX		
VOZ EN OFF		XXXXX		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA				XXXXX
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN			XXXXX	
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN				
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA			XXXXX	
LECTURA CORRECTA		XXXXX		
COMPRESIÓN DE LA NOTA		XXXXX		
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA			XXXXX	
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN			XXXXX	
CONTINUIDAD DE AUDIO			XXXXX	
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENT	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO				XXXXX
USO CORRECTO DE LA TOMA		XXXXX		
INTENCIÓN DE LA TOMA		XXXXX		

VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
				XXXXX

MOVIMIENTOS DE CÁMARA. En conferencias de prensa, el uso del tripie es obligado, se registran movimientos de cámara que afectan la calidad de la nota

CONTINUIDAD DE LA IMAGEN: Se seleccionaron imágenes que no apoyan el off del reportero

REDACCIÓN CORRECTA: El reportero se limita a repetir lo que dice el bite

SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA: No apoyan lo que dice el reportero

INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN. Existen imágenes que visualmente brincan en la edición

CONTINUIDAD DE AUDIO: El audio que se captó en la conferencia es ambiental.

ENCUADRE CORRECTO: Se registran encuadres mal realizados.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título: La Fuerza Pública				
http://video.mx.msn.com/watch/video/fuerza-publica/8o0ew01w				
18 de Agosto de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN	XXXX			
LUMINANCIA			XXXX	
CROMANCIA			XXXX	
VOZ EN OFF	XXXX			
MOVIMIENTOS DE CÁMARA			XXXX	
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN	XXXX			
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN	XXXX			
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA	XXXX			
LECTURA CORRECTA			XXXX	
COMPRESIÓN DE LA NOTA	XXXX			
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA		XXXX		
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN		XXXX		
CONTINUIDAD DE AUDIO			XXXX	
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO			XXXX	
USO CORRECTO DE LA TOMA			XXXX	
INTENCIÓN DE LA TOMA	XXXX			
VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
		XXXX		

LUMINANCIA: Los aspectos utilizados se encuentran con demasiada luz, están quemadas

CROMANCIA: El exceso de iluminación en aspectos hace que se pierda la cromancia

MOVIMIENTOS DE CÁMARA: Movimientos continuo de la cámara durante los Bites

LECTURA CORRECTA. Existe un error de lectura al mencionar los Derechos “constitucionales”

SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA. No se incluyen imágenes de la CNDH cuando en videoteca se tienen.

INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN: Se cortan sin ritmo

CONTINUIDAD DE AUDIO: Se percibe un continuo “Home” (ruido de tierra) durante los bites.

ENCUADRE CORRECTO: El encuadre pretende ser un médium shot, pero se queda en el intento.

USO CORRECTO DE LA TOMA: Durante la toma no se toma de desición de eliminar el letrero de la PGR o abrir la toma para que se vea completo.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título: El PAN festeja a la mujer				
http://video.mx.msn.com/watch/video/el-pan-festeja-a-la-mujer/8oeqllxs				
09 de marzo de 2009				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN				XXXX
LUMINANCIA				XXXX
CROMANCIA				XXXX
VOZ EN OFF		XXXX		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA				XXXX
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN	XXXX			
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN	XXXX			
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA	XXXX			
LECTURA CORRECTA	XXXX			
COMPRENSIÓN DE LA NOTA	XXXX			
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA	XXXX			
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN	XXXX			
CONTINUIDAD DE AUDIO		XXXX		
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO				XXXX
USO CORRECTO DE LA TOMA				XXXX
INTENCIÓN DE LA TOMA				XXXX
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
VALORACIÓN GLOBAL			XXXX	

RESOLUCIÓN: La falta de luz provoca que la resolución sea baja.

LUMINANCIA: La luz resulta ser trasera, no se utilizó el Back Light para hacer la corrección de la imagen

CROMANCIA: Tanto en bites como en aspectos, no se realizó el balance de blancos

MOVIMIENTOS DE CÁMARA: La cámara se colocó mal al no cuidar la entrada de luz.

ENCUADRE CORRECTO: El encuadre no es el correcto por no cuidar la entrada de luz.

USO CORRECTO DE LA TOMA: Las tomas no cuentan con movimiento uniforme, están muy golpeadas y pausadas.

INTENCIÓN DE LA TOMA: Se presenta cuadro rojo, error en el programa de edición.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título: Prostitúa a su hija de 4 años				
http://video.mx.msn.com/watch/video/prostitua-a-su-hija-de-4-anos/8odmvdrc				
30 de Julio de 2009				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN	XXXX			
LUMINANCIA	XXXX			
CROMANCIA	XXXX			
VOZ EN OFF				XXXX
MOVIMIENTOS DE CÁMARA		XXXX		
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN				XXXX
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN	XXXX			
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA		XXXX		
LECTURA CORRECTA				XXXX
COMPRENSIÓN DE LA NOTA		XXXX		
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA				XXXX
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN				XXXX
CONTINUIDAD DE AUDIO				XXXX
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO			XXXX	
USO CORRECTO DE LA TOMA				XXXX
INTENCIÓN DE LA TOMA		XXXX		
VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
			XXXX	

INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN: La primera imagen dura una fracción de segundo.

LECTURA CORRECTA: Sin tono ni intención de noticiario.

CONTINUIDAD DE AUDIO: El audio no tiene el mismo nivel de volumen en los bites que en el off. El audio es ambiental no se utiliza audio de línea.

SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA: Se utiliza en dos ocasiones la misma toma.

USO CORRECTO DE LA TOMA: En el tercer bite se ve movimiento de cámara de manera tardía.

CONTINUIDAD DE LA IMAGEN: Se llega a observar un cuadro rojo, error de programa de edición.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título: Visita de jefes de estado por los festejos en México				
http://video.mx.msn.com/watch/video/visita-de-jefes-de-estado-por-los-festejos-en-mexico/8of49ewf				
14 de Septiembre de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN		XXXX		
LUMINANCIA			XXXX	
CROMANCIA			XXXX	
VOZ EN OFF		XXXX		
MOVIMIENTOS DE CÁMARA			XXXX	
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN	XXXX			
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN	XXXX			
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA	XXXX			
LECTURA CORRECTA	XXXX			
COMPRENSIÓN DE LA NOTA	XXXX			
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA	XXXX			
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN	XXXX			
CONTINUIDAD DE AUDIO				XXXX
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO	XXXX			
USO CORRECTO DE LA TOMA	XXXX			
INTENCIÓN DE LA TOMA	XXXX			
VALORACIÓN GLOBAL	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
		XXXX		

LUMINANCIA: Se encuentra saturación en la iluminación, no se cerro el iris de la cámara para poder controlar la entrada de luz en la imagen.

CROMANCIA: Se ve dañada por el exceso de luz.

MOVIMIENTOS DE CÁMARA: Los paneos no son uniformes, están pausados y lastima la calidad de la nota.

CONTINUIDAD DE AUDIO: Un corte de audio está mal realizado.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título: La seguridad en el bicentenario está lista				
http://video.mx.msn.com/watch/video/la-seguridad-en-el-bicentenario-esta-lista/8ogohoew				
15 de Septiembre de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN	XXXX			
LUMINANCIA	XXXX			
CROMANCIA	XXXX			
VOZ EN OFF			XXXX	
MOVIMIENTOS DE CÁMARA				XXXX
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN				XXXX
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN				XXXX
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA		XXXX		
LECTURA CORRECTA		XXXX		
COMPRESIÓN DE LA NOTA		XXXX		
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA	XXXX			
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN	XXXX			
CONTINUIDAD DE AUDIO				XXXX
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO	XXXX			
USO CORRECTO DE LA TOMA		XXXX		
INTENCIÓN DE LA TOMA		XXXX		
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
VALORACIÓN GLOBAL			XXXX	

VOZ EN OFF: Antes De iniciar la lectura de la nota, se percibe un golpe en el micrófono.

MOVIMIENTOS DE CÁMARA: Se colocan en la edición dos Zoom out continuos

CONTINUIDAD DE LA IMAGEN: Las imágenes insertadas son demasiado cortas.

ERRORES DE DIGITALIZACIÓN: La imagen se digitaliza en varias ocasiones del lado derecho de la imagen.

REDACCIÓN CORRECTA: Se menciona en la misma oración dos veces la palabra acceso

LECTURA CORRECTA: Falto de intención

COMPRESIÓN DE LA NOTA: Se realizó de manera confusa.

CONTINUIDAD DE AUDIO: Los sonidos ambientales están demasiado altos y se pierde la voz en off

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título: Ya es el momento contra la obesidad				
http://video.mx.msn.com/watch/video/ya-es-el-momento-contra-la-obesidad/8o8kh0ni				
24 de Agosto de 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN	XXXX			
LUMINANCIA		XXXX		
CROMANCIA		XXXX		
VOZ EN OFF				XXXX
MOVIMIENTOS DE CÁMARA	XXXX			
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN		XXXX		
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN	XXXX			
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA	XXXX			
LECTURA CORRECTA	XXXX			
COMPRESIÓN DE LA NOTA	XXXX			
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA	XXXX			
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN	XXXX			
CONTINUIDAD DE AUDIO				XXXX
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO			XXXX	
USO CORRECTO DE LA TOMA			XXXX	
INTENCIÓN DE LA TOMA		XXXX		
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
VALORACIÓN GLOBAL			XXXX	

VOZ EN OFF: Se llega a perder por el alto volumen en el ambiental de los aspectos.

CONTINUIDAD DE AUDIO: El sonido ambiental de los aspectos es demasiado alto y se pierde la voz en off. El sonido de los bites es ambiental, no por medio de línea.

ENCUADRE CORRECTO: El corte del primer aspecto no es adecuado, corta ritmo.

FICHA EVALUACIÓN DE VÍDEOS				
Título: Cruz Azul, listo para el regreso				
httpvideo.mx.msn.comwatchvideocruz-azul-listo-para-el-regreso8ojvmvly				
23 Agosto 2010				
ASPECTOS TÉCNICOS				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
RESOLUCIÓN	XXXX			
LUMINANCIA	XXXX			
CROMANCIA	XXXX			
VOZ EN OFF	XXXX			
MOVIMIENTOS DE CÁMARA				XXXX
CONTINUIDAD DE LA IMAGEN	XXXX			
ERRORES DE DIGITALIZACIÓN	XXXX			
ASPECTOS CONTENIDO				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
REDACCIÓN CORRECTA	XXXX			
LECTURA CORRECTA	XXXX			
COMPRESIÓN DE LA NOTA	XXXX			
EDICIÓN				
SELECCIÓN DE IMÁGENES PARA LA NOTA	XXXX			
INSERCIÓN DE IMÁGENES EN LA EDICIÓN	XXXX			
CONTINUIDAD DE AUDIO			XXXX	
ASPECTOS ENCUADRE				
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
ENCUADRE CORRECTO				XXXX
USO CORRECTO DE LA TOMA	XXXX			
INTENCIÓN DE LA TOMA	XXXX			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	BAJA
VALORACIÓN GLOBAL		XXXX		

MOVIMIENTOS DE CÁMARA: No se dan de manera continua, están pausadas y rompe la calidad de la nota.

ENCUADRE CORRECTO: no se presente el encuadre en ningún momento, ya que la cámara se mueve durante todos los bites.

CONTINUIDAD DE AUDIO. Se utilizó audio ambiental, no hay audio por medio de línea.

4.4 CODIFICACION DE RESULTADOS

- 01 México contra legalización de drogas
- 02 Manifestación de transportistas
- 03 Entrega 4° informe de gobierno
- 04 La Barbie detenido
- 05 Fuerza pública
- 06 El PAN festeja a la mujer
- 07 Visita de jefes de estado por los festejos en México
- 08 La seguridad en el bicentenario está lista
- 09 Ya es el momento contra la obesidad
- 10 Cruz Azul listo para el regreso

Numeración de variables a evaluar

- 01 Resolución
- 02 Luminancia
- 03 Cromancia
- 04 Voz en off
- 05 Movimiento de cámara
- 06 Continuidad de la imagen
- 07 Errores de digitalización
- 08 Redacción correcta
- 09 Lectura correcta
- 10 Comprensión de nota
- 11 Selección de imágenes para la nota
- 12 Inserción de imágenes en la edición

13 Continuidad de audio

14 Encuadre correcto

15 Uso correcto de la toma

16 Intención de la toma

Asignación de valor numérico a la valoración

Excelente = 4

Bueno = 3

Regular = 2

Baja = 1

CUADRO DE ERRORES EN NOTAS

Nota	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	T	C
1	2	3	3	3	3	2	4	1	3	3	1	3	1	1	2	3	37	R
2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	1	1	4	4	4	53	E
3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	4	4	3	1	2	3	3	46	B
4	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	1	3	3	3	39	R
5	4	2	2	4	2	4	4	4	2	4	3	3	2	2	2	4	50	B
6	1	1	1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	41	B
7	4	4	1	3	1	4	3	1	3	1	1	1	2	1	3	3	36	R
8	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	53	E
9	4	4	4	2	1	1	1	3	3	3	4	4	1	4	3	3	45	B
10	4	3	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	1	2	2	3	50	B
11	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	56	E
Total	35	32	29	33	21	35	37	35	35	37	34	33	16	25	31	35		
Cal.	B	B	B	B	R	B	E	B	B	E	B	B	A	R	B	B		

Escala de puntuación por nota

Puntuación máximo de nota 44 pts.

Puntuación mínima de nota 11 pts.

Puntos intermedios 33 pts.

Puntos que abarca cada valoración 08 pts.

Valoración Baja de 11 a 18

Valoración Regular de 19 a 27

Valoración Buena de 28 a 35

Valoración Excelente de 36 a 44

Escala de puntuación por punto a valorar

Puntuación máximo de valor 64 pts.

Puntuación mínima de valor 16 pts.

Puntos intermedios 49 pts.

Puntos que abarca cada valoración 12 pts.

Valoración Baja de 16 a 27

Valoración Regular de 28 a 39

Valoración Buena de 40 a 51

Valoración Excelente de 52 a 64

Análisis de resultados

Nota	T	C
01	37	R
02	53	E
03	46	B
04	39	R
05	50	B
06	41	B
07	36	R
08	53	E
09	45	B
10	50	B
11	56	E

Tecnica	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Total	35	32	29	33	21	35	37	35	35	37	34	33	16	25	31	35
Cal.	B	B	B	B	R	B	E	B	B	E	B	B	A	R	B	B

1. En cuanto a las nota, se observa que de las 11 notas tenemos la nota No. 01, 04 y 07 tienen una calidad regular representando el 27.3%
2. La notas No. 03, 05, 06, 09 y 10 tienen una buena calidad, representando el 45.4%
3. Solo las notas No. 02, 08 y 11 tienen una calidad excelente, representando el 27.3%, sin que esto signifique un pequeño margen de error en las mismas.

4. Técnicamente, el aspecto 13 (continuidad de audio), es el punto que muestra más carencia, por lo que los insumos, la infraestructura y capacitación en este rublo, debería de mejorarse de manera inmediata y atacarse de forma sólida.
5. Los aspectos técnicos 05 y 14 (movimiento de cámara y encuadre) presentan una calidad regular, esto es por la poca capacitación que recibe el personal en cuanto al manejo de cámara y el lenguaje que se debería de ocupar en la misma.
6. Los puntos técnicos 01, 02, 03, 04, 06, 08, 09, 11, 12, 15 y 16, muestran una buena calidad, sin ser excelente, los márgenes de error son significativos, ya que hablamos de una calidad que debe ser “broadcast”, no se tiene la plena convicción de que el trabajo que se está realizando debe de cubrir las expectativas y requerimientos de un canal profesional de televisión.
7. Las mediciones técnicas del rublo 07 y 10 (errores de digitalización y comprensión de nota) son las únicas que alcanzan una calificación de excelente, sin embargo, en algunas notas no cubren con esta expectativa.

La parte organizacional es de gran relevancia para el funcionamiento adecuado en la agencia, la falta de capacitación y la falta de infraestructura son en mucho consecuencia de la poca organización con la que se cuenta, ya que las decisiones relevantes como lo son inversiones, manejo administrativo, períodos de capacitación, búsqueda de capacitación, proceso de contratación entre otras son su reflejo.

CAPITULO V

PROPUESTA

5. PROPUESTA

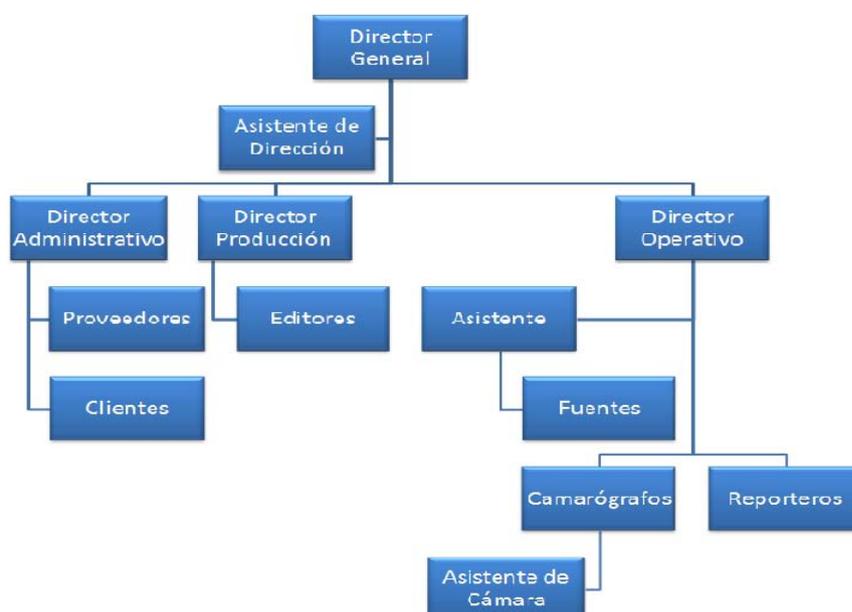
MANUAL TÉCNICO PARA LA ELABORACIÓN DE NOTAS INTERNATIONAL JOURNALISM SERVICE NEWS (IJS NEWS)

INTRODUCCIÓN

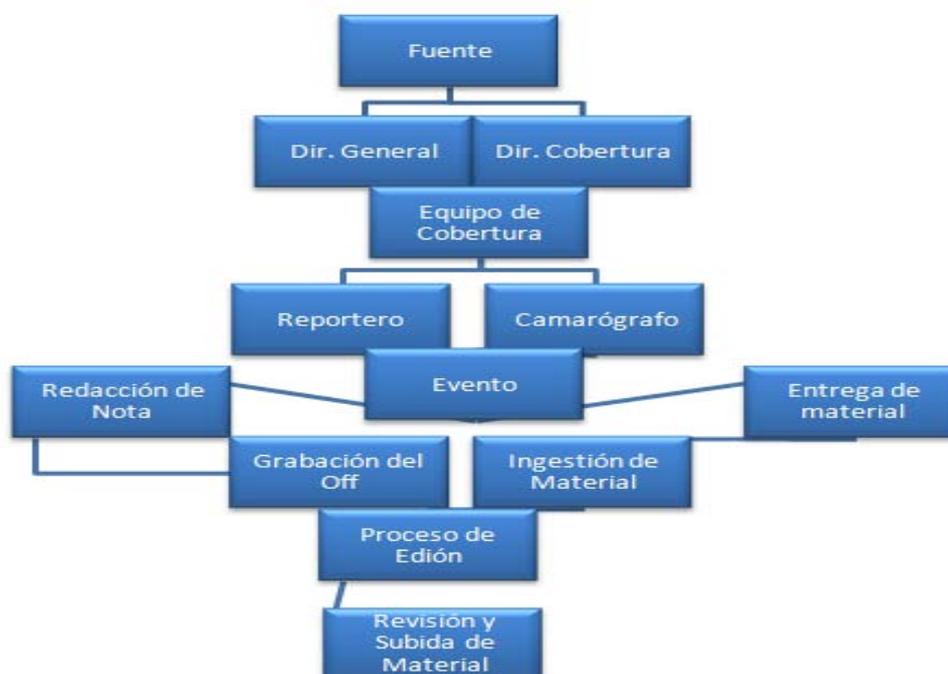
El presente manual, tiene por objetivo la elaboración concatenada de las notas en todas sus partes, el manejo de los clientes, relación con las fuentes, calidad del material, correcto flujo de la información interna y externa, procesos generales y particulares de cobertura, redacción, ingestión, producción, logística, envío y revisión de notas.

Será obligación de los colaboradores el seguir y hacer cumplir cada una de las partes del presente escrito para el buen funcionamiento de la empresa y la satisfacción completa del cliente.

5.1 ORGANIGRAMA



5.2 PROCESO GENERAL DE ELABORACIÓN DE NOTAS

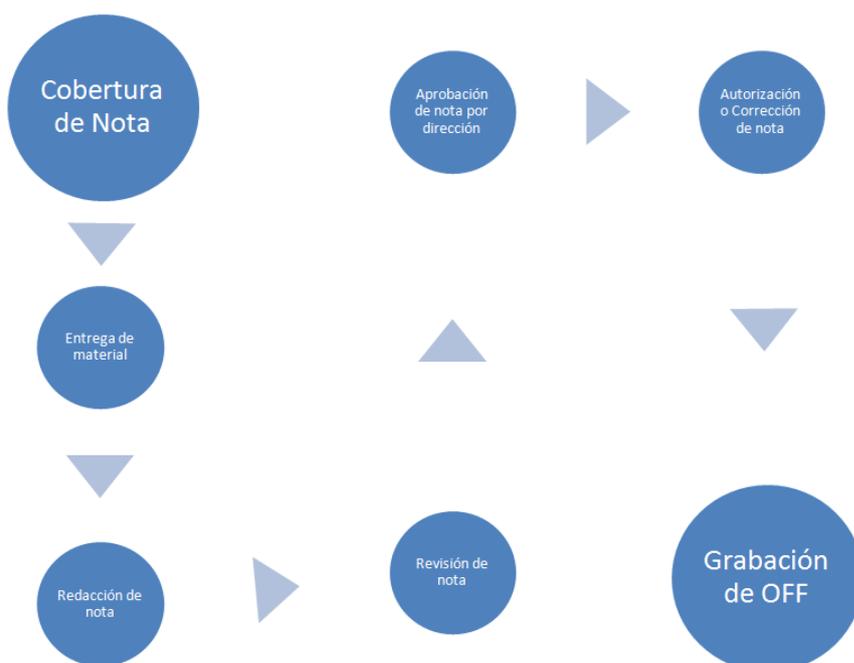


5.3 POLÍTICAS DE COBERTURA

- I. El equipo humano de cobertura (Camarógrafo, reportero y auxiliar), estarán bajo las ordenes e indicaciones del director de Logística.
- II. Los llamados a cobertura se realizarán la noche anterior al evento, cuando las agendas se encuentran en poder del área de logística, sin dejar de tomar en cuenta, los llamados que se presentan durante el día por parte de las diferentes dependencias que son la cartera de fuentes con la que cuenta la empresa.

- III. Los equipos de cobertura tienen la obligación de llegar a su punto de cobertura (fuente), con el tiempo suficiente para poder colocar su equipo en la mejor ubicación, la grabación del audio de manera directa a la consola (si se cuenta con ella en la conferencia), de lo contrario, deberá de colocar el micrófono delante del actor de dicha conferencia.
- IV. Durante el desarrollo del evento, se realiza la calificación del material y se califica por grado de importancia según la bitácora de la empresa.
- V. Terminado el evento, el equipo de cobertura se dirigirá de manera inmediata a las oficinas centrales para iniciar el proceso de captura y elaboración de nota.

5.4 POLÍTICAS DE REDACCIÓN



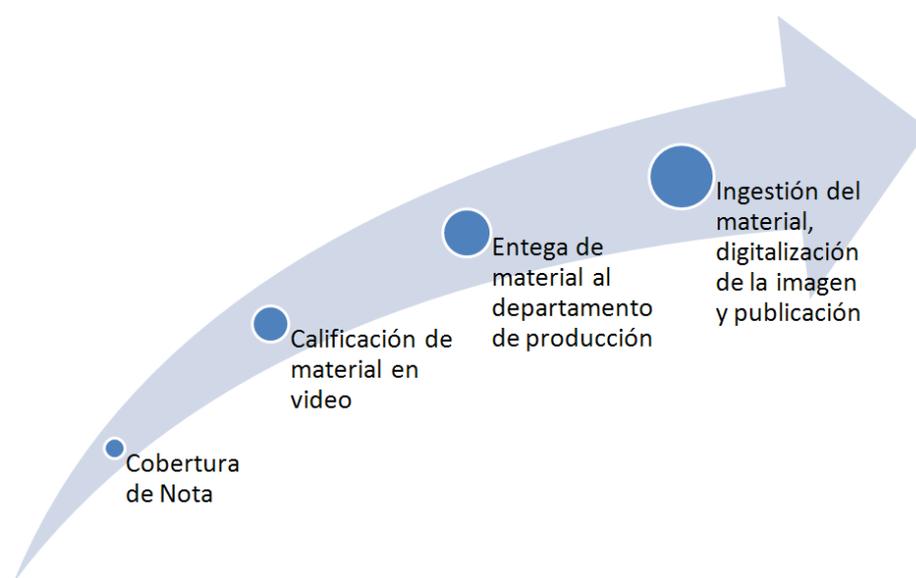
- I. Los reporteros estarán bajo las órdenes del Director General y del Director de Logística.

- II. El reportero deberá de realizar la cobertura de manera personal, tendrá que encontrarse en el lugar de los hechos y tiene la obligación de realizar por lo menos dos preguntas al personaje que otorga dicha conferencia (en su caso), para garantizar el foco (intención y línea editorial) de su nota.
- III. El reportero necesita realizar una lectura previa sobre el tema del cual se va a tratar la conferencia, para garantizar una buena relación de ideas y saber, a ciencia cierta, de que se está hablando
- IV. Toda redacción se debe realizar en tiempo pasado.
- V. La redacción debe ser coherente y entendible.
- VI. Para cumplir con el carácter de nota informática, el reportero no utilizara sólo elementos de liga entre bite y bite, debe de incluir información relacionada a los bites y resolver los tópicos básicos de la comunicación.
- VII. Las nota sólo pueden ser autorizadas por la Dirección General, o en su caso por el Director de Cobertura, está prohibida la grabación del Off sin contar con dicha autorización
- VIII. La nota debe ser redactada en el portal de la empresa, la cual estará autorizada hasta que el Director General o el Director de Cobertura coloque (((OK))) u ((OK)) respectivamente.
- IX. Una vez concluida la redacción de la nota, el reportero debe de actualiza el

Status de la nota en el sistema en la sección de seguimiento de nota del mismo portal.

- X. El reportero debe de cerciorarse de cumplir con todas las reglas ortográficas de la Real Academia de la Lengua Española.

5.5 POLÍTICAS DE INGESTIÓN

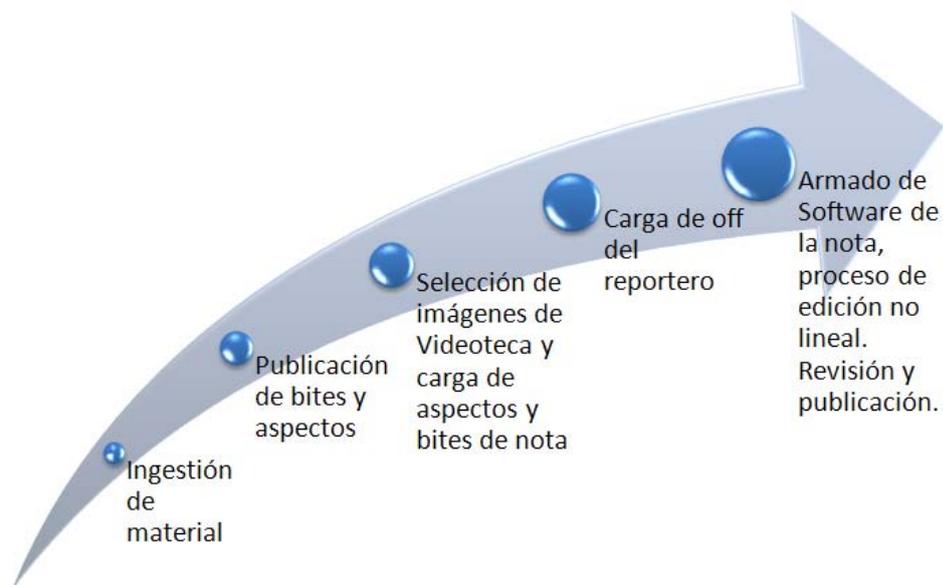


- I. Todo material que llegue al departamento de producción para ser capturado de manera digital, debe contar con su bitácora completamente requisitada.
- II. La captura del material se inicia por grado de importancia, donde se debe de ingestar primero los bites más importantes y que se han marcado por parte del reportero.
- III. Durante el proceso de captura, se realiza la supervisión en la calidad de la imagen y video, de presentarse alguna anomalía en la calidad, se reportará manera inmediata al director de producción, de logística y dirección general,

de manera verbal, y anotando en la parte posterior de la hoja de bitácora, las anomalías encontradas.

- IV. Una vez capturados los bites más importantes, estos se colocarán en el servidor de la empresa para su publicación.
- V. Terminada la captura de bites, se inicia la captura de aspectos (si no ha llegado otra nota), y de bites de soporte para los clientes.
- VI. Concluida la captura del material, se colocarán en el servidor de la empresa para su publicación.

5.6 POLÍTICAS DE PRODUCCIÓN (EDICIÓN)



I. RECEPCIÓN DE MATERIAL E INGESTIÓN

A) ESTÁNDAR MÍNIMO DE CALIDAD

a. AUDIO

- El audio debe de ser audible, entendible, sin saturación.
- No se acepta el audio de bites de manera ambiental, debe de estar en los dos canales de audio.
- Los aspectos deben de contener el sonido ambiente, sin inducciones.

b. VIDEO

- En balance de blancos.
- Con equilibrio de colores.

c. CALIFICACIÓN

- Todo casete debe venir acompañado de una bitácora de cobertura.
entendiendo bitácora como la oficial de IJS NEWS.
- Los elementos mínimos que debe tener la bitácora son:
 - Super que se va a utilizar en cada uno de los bites.
 - Tiempos de entrada y de salida por cada bites y por cada aspecto.
- Ningún bite podrá exceder de 40 segundos.
- Por cada nota deberá de haber un mínimo de 2 minutos de aspectos debidamente calificados y con la calidad de audio y video antes descrito.

- Se deberá indicar los 3 bites más importantes de la nota para priorizarlos.
- Letra legible.

d. MATERIAL EXTERNO

Entiéndase material externo aquel que no es generado por IJS NEWS, que puede ser entregado en minidv, dvd, dv, cd, usb, vhs, medios de almacenamiento diversos, excepto aquellos en los que no se tiene capacidad de reproducir dentro de IJS NEWS.

B) TIEMPO DE RESOLUCIÓN

a. REVISIÓN

Se realizará en el momento de hacer la captura

b. REPORTE

Se notificará a la dirección en el momento de encontrar anomalías en la calidad del material.

c. CAPTURA

Los tres bites prioritarios estarán ingestados y convertidos en MPEG y depositados en clientes en 10 minutos.

Posterior a los bites mas importantes, se ingestarán los aspectos, si no ha llegado otra nota, se proseguirá con la ingestión del material.

II. GRABACIÓN DE VOZ OFF

A) ESTÁNDAR MÍNIMO DE CALIDAD

a. La grabación debe de estar:

- i. Ecuilizada
- ii. Sin saturación
- iii. Sin eco
- iv. Sin sonidos ambientales

B) TIEMPO DE RESOLUCIÓN

a. La grabación del off se realizará en un lapso máximo de 10 minutos después de autorizada la nota por la Dirección.

III. EDICIÓN

B) ESTÁNDAR MÍNIMO DE CALIDAD

a. La edición se realizará exclusivamente en los equipos autorizados por la empresa.

- b. Se utilizará exclusivamente el software autorizado por la dirección en el momento de realizar el trabajo, cualquier software adiciones, deberá de ser estudiado, revisado y autorizado por la dirección
- c. La realización del material será en los formatos autorizados por la dirección y basado en las necesidades del cliente. (MPGII, WMV, JPG, FLV)

C) TIEMPO DE RESOLUCIÓN

- a. El personal de edición cuenta con 35 minutos para la elaboración de la nota, si se requiere un tiempo mayor, deberá de dar aviso al Director de producción y al Director de logística para dar aviso a la Dirección General y a los clientes.

IV. SUBIDA DE MATERIAL

A) ESTÁNDAR MÍNIMO DE CALIDAD

- a. Deberá de encontrarse en los formatos autorizados por la dirección, basado en las necesidades de nuestros clientes.
- b. Los archivos deberán de estar completos y con un tamaño máximo de 200 Mb, de ser necesario un tamaño mayor, se consultará con la Dirección de Producción y la Dirección General.
- c. La infraestructura deberá ser revisada para garantizar que el cliente tenga todas las posibilidades para obtener el archivo en su sistema.

B) TIEMPO DE RESOLUCIÓN

- a. Una vez elaborada la nota, esta será revisada por el mismo editor y de ser necesario, el Director de Producción, para su inmediata publicación en el Servidor de la empresa.
- b. El material ingestado, será colocado en el servidor de la empresa justo en el momento en que se termine la ingestión de cada bite o aspecto para tener un grado de inmediatez con el cliente.

5.7 PROCESO DE ENVÍO DE NOTAS



Con este manual, lo que se propone es una manera de organizar la función de cada puesto y las actividades a desarrollar, es un esbozo de un manual de funciones para la empresa, con la implementación de esta herramienta se lograría la concatenación de todas las funciones y la calidad en su producto, lleva el proceso en la generación de la información (el producto), de manera lineal y ordenada, sin tomar

en cuenta el ámbito administrativo propiamente dicho, ya que no es tema del presente trabajo, pero si en todos sus aspectos técnicos.

CONCLUSIONES

Socialmente, las agencias de noticias son poco conocidas y reconocidas, siendo estas un instrumento fundamental para la pronta, ágil y eficaz transmisión de noticias en el mundo. El nicho de negocio para este tipo de empresa es verdaderamente rico, particularmente en nuestro país, donde existe un número muy limitado de empresas que se dedican a esto, especialmente en la Ciudad de México, donde las cadenas del interior de la república, incluso las pequeñas de la misma capital, se encuentran al margen y casi forzadas a contratar o comprar las notas de las grandes transnacionales.

La creación de una nueva agencia de noticias resulta muy factible y bastante redituable y los avances tecnológicos aportan lo necesario para poder reducir la brecha en cuanto a las necesidades de inversión, ya que se encuentra cada vez mas al alcance de los usuario, esto combinado con ingenio y creatividad, da la oportunidad de competir con las grandes cadenas a un mismo nivel.

Después de haber estudiado la creación y formación de las agencias de noticias, estas se encuentran en constante y permanente movimiento y expansión, generando cada día más ofician en el mundo, las cuales garanticen su materia prima, la información, para sus clientes, este tipo de esta expansión no ha tenido presencia en México ya que no contamos con una agencia de noticias propia, exceptuando NOTIMEX, que tiene cobertura con corresponsales en EE.UU., Canada, Cuba, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá, Chile, Argentina, Perú, Ecuador, Paraguay, Colombia, Brasil y Venezuela. La agencia IJS NEWS tiene esa oportunidad y un gran número de potenciales

suscriptores, al ser una opción verdadera para poder abatir costos de cobertura para cadenas nacionales e internacionales, pero su poca difusión y la falta de calidad en su producto no le permiten ese crecimiento.

En México se encuentran 4 agencias de noticias, de las cuales solo 2 son a nivel nacional, NOTIMEX e IJS NEWS, las otras dos QUADRATIN e IRZA son locales.

LOCALES	NACIONALES
QUADRATIN	NOTIMEX
IRZA	IJS NEWS

Mientras que las agencias internacionales con oficinas y corresponsales en México son las siguientes:

1. AFP
2. EFE
3. AP
4. BLOOMBERG
5. DPA
6. VIETNAM
7. XINHUA
8. UPI
9. REUTERS
10. ITARR-TASS

El país no cuenta con una agencia de noticias que pueda ser medianamente robusta, pese a que contamos con uno de los gigantes en materia de mass media en nuestro país y que cuenta con toda la infraestructura necesaria para poderlo hacer, se limita a realizar sus coberturas y a contar con un número muy limitado de

corresponsales en el mundo, mientras que NOTIMEX, cuenta con cobertura en gran parte del continente, pero sin tener corresponsales en Europa, Asia o Medio Oriente, enfocando sus corresponsales en los Estados Unidos cubriendo varias ciudades de la Unión Americana. En el caso de IJS NEWS, sus coberturas internacionales se limitan a la realizada en Haití, donde mando a dos colaboradores a realizar la cobertura y no cuenta con corresponsales directos o indirectos en el extranjero.

México siempre se ha considerado como un país de suma importancia en América Latina, de ahí la cobertura que recibe de las más importantes agencias de noticias, ya que las agencias que tienen corresponsales y oficinas en nuestro país son de España, Francia, Estados Unidos, Alemania, Vietnam, China, Gran Bretaña y Rusia, lo que muestra el interés del mundo en nuestro territorio, además de utilizarlo como trampolín para poder cubrir gran parte de Centro América y Sud América.

Las agencias de noticias han ido creciendo en cuanto a impacto, gracias a las alianzas que van realizando a lo largo de su trayectoria, ese es el caso de varias agencias internacionales, donde se consiguen alianzas entre agencias o entre varios medios impresos para poder alcanzar un coste beneficio significativo para ellas, esto aunado a una buena planeación y estrategia de mercado, donde se respetan los espacio y las necesidades de cada agencia, además de la organización y estructura que las soportan, esto es principalmente lo que le ha hecho falta a agencias como IJS NEWS, la cual no se a conseguido su consolidación por falta de alianzas, sin las cuales la mayoría de las empresas hoy día no pueden sobrevivir, además de su nula o escasa organización interna, lo cual lleva a un caos permanente y la consecuente incertidumbre, por ello, en este trabajo de tesis, se propone para su mejora y crecimiento el presente manual, el cual no intenta ser una solución total a las

deficiencias organizacionales de la empresa, sino un inicio en las cuestiones técnicas que es lo que nos atañe en el presente trabajo, para elevar la calidad de su producto y por ende, mejorar el índice de confianza y la posible adhesión de más suscriptores.

REFERENCIAS

BIBLIOGRAFICAS

- K. M. Shrivastava, News Agencies from pigeon to Internet, Ed. New Dawn PressGroup, India.
- Ignacio Muro Benayas, Globalización de la información y agencias de noticias, Ed. Paidós, Barcelona, 2006
- Barrera, Carlos, Historia del Periodismo Universal, España, 2008, Ed. Ariel
- Sábés Turmo Fernando, La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo, España, 2009, Ed. Comunicación Social
- José Martínez de Sousa, Diccionario general de periodismo Madrid, 1981, Paraninfo
- Alfonso Velasco Rojas, No. 1 Intertextos, Cuaderno de la Facultad de Comunicación Social, Universidad de Bogotá, 2005, Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
- Austerberry, David, The technology of video and audio streaming, EE.UU., 2005, Ed. ELSEVIER,
- Piñuel Raigada, José Luis, Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido, Universidad Complutense de Madrid, 2002, Dpto. de Sociología IV,
- Hernández, Roberto et al, Metodología de la Investigación, México 1998, McGraw Hill, 2ª Edición,
- Kerlinger, Fred N., Investigación del comportamiento, , México, 1988, McGraw Hill, 3ª edición
- Díaz, Capitolina y Navarro, Pablo, Análisis de Contenido en Métodos y Técnicas Cualitativas de investigación en Ciencias Sociales, Madrid, 1998, Editorial Síntesis, 2ª reimpresión

- Artero, Juan Pablo y Moraes, Renata; Comunicación y Sociedad Vol. XXI No. 1 Universidad de Navarra, España, 2008, Pag. 53

CIBERGRÁFICAS

- www.unizar.es
- http://notimex.net/notimex_grandmaster/HISTORIA.html
- <http://www.notimex.com.mx/>
- www.quadratin.com
- <http://www.agenciairza.com/>
- <http://www.infoamerica.org/agencias/france.htm>
- <http://www.efe.com/>
- http://www.ap.org/espanol/history_esp.html
- <http://www.bloomberg.com/about/>
- <http://www.dpa.de/Historia.503.0.html>
- <http://es.vietnamplus.vn/staticpages/about.html#products>
- http://news.xinhuanet.com/english/2007-08/31/content_6637522.htm
- <http://www.europapress.es/Productos.aspx?p=television>
- <http://www.infoamerica.org/agencias/france.htm>
- <http://www.ifoamerica.org/agencias/tass.htm>
- <http://www.noticiasijnews.com>
- <http://www.digitalfotored.com/videodigital.htm>
- <http://www.westerntech.com>
- <Http://www.bandangels.com>
- <Http://www.infinityventures.com>
- <http://www.ustream.tv/about>
- http://www.cad.com.mx/historia_de_youtube.htm

- http://www.youtube.com/handbook_popup_produce_upload?pcont=bestformats
- <http://www.masadelante.com/faqs/resolucion>
- <http://es.kioskea.net/contents/video/affich.php3>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/>
- <http://www.desarrollomultimedia.es/faq.html>
- http://wikicine.elseptimoarte.net/Voz_en_off
- <http://television1.blogspot.com/2006/11/tipos-de-movimientos-de-cmara-y-tipos.html>
- <http://www.rppnet.com.ar/redaccionyestilo.htm>

ANEXO 1

DIRECTORIO DE AGENCIAS DE NOTICIAS EN MÉXICO

UBICACIÓN (DIRECCIÓN)

- **AGENCIA AFP**

DIRECTORIO

Director: Geerard Vandenberghe

Director Adjunto: Oscar Laski

Corresponsales: Jennifer González Covarrubias, Leticia Pineda, Sophie Nicholson,

Guillermo Barros, Sofía Miselem

Jefe de Fotógrafos: Omar José Torres Montagnino

Fotógrafos: Luis Cristóbal Acosta, Alfredo Estrella y Ronaldo Schemidt

Asistente: Silvia Barrera

Durango 183 , Col. Roma Norte

06700, México, DF

Tel(s). Conmutador: 5208.9071

Fax 5208.9071

- **AGENCIA EFE**

Jefe DIRECTORIO

Directora: Patricia Vázquez Orbegozo

Jefe de Redacción: Raúl Cortés

Corresponsales: Gerardo Tena, Alberto Cabezas Julián Rodríguez, Juan David Leal

Díaz, Gustavo Borges Espinosa, Edna Alcántara, Juan Ramón Peña Fernández

de Fotografía: Jorge Núñez González

Fotógrafos: Mario Guzmán, David Menes de la Paz

Asistente: Lenny Gutiérrez

Lafayette 69 esq. Gutenberg, Col. Anzures

11590, México, DF

Tel(s). 5255.4025, 5255.4085, 5545.8256

Fax 5254.1412

- **AGENCIA ASSOCIATED PRESS (AP)**

DIRECTORIO

Directora: Traci K. Carl

Jefa de Redacción: Teresa Carl

Director Editorial para Latinoamérica: Niko Price

Subdirectores para America Latina: Michael Warren, Luis Alonso

Corresponsales: Niko Price, John Rice, Lisa Adams, Mark Stevenson, Eduardo

Castillo, Morgan Lee, Ana Leonor Cabrera, Julie Watson, Olga Rodríguez, Alexandra Olson

Editor de Fotos: Darío Mathis López

Fotógrafos: Eduardo Verdugo, Gregory Bull, Marco Ugarte Atala, Claudio Cruz

Valderrama

Paseo de la Reforma 350, 9° piso, Col. Juárez

06600, México, DF

Tel(s). 5080.3400

Fax 5208.2684

- **AGENCIA BLOOMBERG**

DIRECTORIO

Jefe de Corresponsalía en México: Brendan Walsh

Corresponsal: Jens Gould, Valerie Rota, William Freebairn, Andrés R. Martínez,

Adriana López Caraveo

Corresponsal: Thomas Black

Paseo de la Reforma 265, 11° piso, Col. Cuauhtémoc

06500, México, DF

Tel(s). 5242.9200

Fax 5242.9225

5242.9235

- **AGENCIA DPA**

DIRECTORIO

Director, Servicio en alemán: Franz Johannes Smets

Servicio en español corresponsales: María Andrea Sosa Cabrios, Nelson Keiman

Paseo de la Reforma 382. Of. 601, Col. Juárez

06600, México, DF

Tel(s). 5207.4759 / 5207.4803

Fax 5207.5089

- **AGENCIA VIETNAMITA DE NOTICIAS (VNA)**

DIRECTORIO

Director: Phan Phoi

Corresponsal: Nghiem Xuan Luang

Augusto Comte 85, Col. Anzures

11590, México, DF

Tel(s). 5250.2639

Fax 5250.2619

- **AGENCIA XINHUA**

DIRECTORIO

Director General: Pan Guojun

Jefe de Redacción: Zheng Jiandong

Corresponsal en Jefe: Leng Tong

Corresponsal de la Oficina Regional para América Latina: Hu Jiaqi

Corresponsales; Lin Ruxuan, Liu Jian (Javier), Huang Yongxian, Xu Lei

Fotógrafo: Ma Guoqiang

Francisco I. Madero 17, Col. Tlacopac San Ángel

01440, México, DF

Tel(s). 5662.6532, 5631.3862, 5662.9588 Conmutador: 5662.8548

Fax 5662.9028

- **AGENCIA UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI)**

Corresponsal: Roberto Cienfuegos

Reforma 199, despacho 701, Col. Cuauhtémoc

06500, México, DF

Tel(s). 5566.2009

Fax 5566.2016, 5592.8519

- **AGENCIA REUTERS**

DIRECTORIO

Director de Editorial México y Centroamérica:: Alistar Bell

Servicio en inglés. Corresponsales: Catherine Bremer, Christopher Aspin, Cytia Barrera, Noel Patrick Randewich, Jason Lange

Servicio en español. Corresponsales: Adriana Barrera Espinosa, Anahía Rama Martínez, Luis Rojas Mena, Tomas Sarmiento, Miguel Ángel Gutiérrez, Pablo Garibian, Lizbeth Salazar González, Verónica Gómez Sparrowe, Armando Tovar, Michael Scott O'Boyle

Corresponsales en Monterrey: María Gabriela López, Robin Emmott

Fotógrafos: Daniel Aguilar Rodríguez, Henry Romero

Asistente Editorial: Susana López

Bld. Manuel Ávila Camacho 36, Edificio Torre Esmeralda II, piso 19º, Col. Lomas de Chapultepec

11000, México, DF

Tel(s). Redacción: 5282.7153, 5282.7152

Conmutador: 5282.7000

Guardia: 5282.7153

Monterrey, N.L. 01 (81) 8345.7553

Fax 5540.3001, 5282.7171

- **AGENCIA ITARR – TASS**

DIRECTORIO

Director para México: Igor Varlamov

Corresponsal: Maxim Baboshkin

Monte Líbano 965, Col. Lomas de Chapultepec

11000, México, DF

Tel(s). 5202.4831, 5520.9684

Fax 5202.4879

UBICACIÓN DE LA AGENCIA IJS NEWS

Dirección

Mazatlan 154 int.6

Col. Condesa

C.P. 06170

México D.F.

Tel. +52 (55) 52561023 | +52 (55) 52564421



Otras Agencias de Información nacionales que no se tomaron en cuenta por no contar con cobertura televisiva o venta de sus notas a los medios, se ocupan solo para su grupo editorial.

Agencia de Imagen Photon XIX

Directora: Susana Casarín

Apdo. Postal 21-081, Coyoacán

04021, México, DF

Tel(s). 5661.4212, 5662.9303

Fax 5661.4212, 5662.9303

Agencia de Información Integral Periodística

Director General: Miguel Herrera López

Tabasco 263, Col. Roma. Delegación Cuauhtémoc.

06700, México, DF

Tel(s). 8596.9643, 8596.9644

Fax 5235.3468

Sitio Web: <http://www.aiip.com.mx/>

Correo Electrónico: informes@aiip.com.mx aiipsa@axtel.net direccion@aiip.com.mx

Agencia de Noticias El Universal

Director General: Fernando Cantú

Editor: Jesús Guevara Morín

Iturbide 7, 4° piso, Col. Centro

06040, México, DF

Tel(s). 5709.1313 exts. 2401, 2402, 2404

Fax 5237.0883, 5709.1313 ext. 2404

Sitio Web: <http://www.sunagencia.com.mx>

Correo Electrónico: editor.agencia@eluniversal.com.mx

sunredac@eluniversal.com.mx

Agencia El Universal Radio

Director de Desarrollo: Fernando Cantú Jauckens

Bucareli 8, Col. Centro. Delegación Cuauhtémoc.

06040, México, Distrito FederalMé

Tel(s). 5709.1313 ext. 2425

Fax 5709.1313 ext. 2427

Sitio Web: <http://www.eluniversalradio.com.mx>

Correo Electrónico: radio@eluniversal.com.mx

Agencia Informativa de Radio y Televisión (ARTD)

Director: Fernando Rodríguez

Director General de Información: Gerardo Meixeuro

Patricio Sanz 205, Col. del Valle

03100, México, DF

Tel(s). 5536.3832

Fax 5669.2148

Agencia Mexicana de Información (AMI)

Director: José Luis Becerra López

Av. Cuauhtémoc 16, Col. Doctores. Delegación Cuauhtémoc.

06720, México, DF

Tel(s). 5761.9933, 5578.2773

Fax 5578.7043, 5588.0567

Sitio Web: <http://www.ami.com.mx/>

Correo Electrónico: info@red-ami.com publicidad@red-ami.com amiinf@red-ami.com

Apro. Agencia Proceso de Información

Jefe de Agencia: Salvador Corro

Editores: Jorge Pérez, Miguel Ángel

Fresas 13, Col. del Valle

03100, México, DF

Tel(s). 5629.2078, 5629.2087

Fax 5629.2006

Sitio Web: <http://www.proceso.com.mx>

Corporación de Noticias e Información, SA de CV

Montes Escandinavos 105, Col. Lomas de Chapultepec

11000, México, DF

Tel(s). 5520.0675, 5540.5444

Fax 5540.1797

Sitio Web: <http://www.cnienlinea.com.mx>

Correo Electrónico: preside2@cni.tv

Cuartoscuro. Agencia Fotográfica y Editora

Director: Pedro Valtierra Ruvalcaba

Coordinador y Editor: Germán Romero Pérez

Juan Escutia 55, Col. Condesa. Delegación Cuauhtémoc

06140, México, DF

Tel(s). 5211.2607, 5211.2913, 5211.3197

Fax 5211.2607, 5211.2913, 5211.3197

Sitio Web: <http://www.cuartoscuro.com>

Correo Electrónico: info@cuartoscuro.com

Excélsior. Agencia de Noticias

Jefe de la Agencia y de Corresponsales Nacionales: Ángel Soriano Carrasco

Editores: Rigoberto Robles, Álvaro González, Beatriz Pedroza

Bucareli 1, 3° piso, Col. Juárez

06600, México, DF

Tel(s). 5535.8219, 5705.4444 exts. 3183 a 3185, 3194

Fax 5546.5218, 5566.0223

Sitio Web: <http://www.excelsior.com.mx>

Correo Electrónico: ane1@excelsior.com.mx

Finsat. El Financiero

Coordinador: Antonio Sandoval Mendoza

Lago Bolsena 176, Col. Anáhuac

11320, México, DF

Tel(s). 5329.3529

Fax 5329.3505, 5329.3530

Sitio Web: <http://www.finsat.com.mx/>

Correo Electrónico: contacto@elfinanciero.com.mx antonios@elfinanciero.com.mx

Infored

Presidente: José Gutiérrez Vivó

Directora Editorial Corporativa : Yessica Miranda

La Presa 212, Col. San Jerónimo Lidice

10200, México, DF

Tel(s). 5329.1160, 5329.1169, 5329.1263, 5595.1122

Fax 5595.3023

Sitio Web: <http://www.monitor.com.mx>

Correo Electrónico: infored@monitor.com.mx ymiranda@monitor.com.mx

Synthesis Digital

Director General: Elías Solís Arroyo

Mariano Escobedo 748, 3º piso, Col. Nueva Anzures. Del. Miguel Hidalgo.

11590, México, DF

Tel(s). 5254.1328

Fax 5254.4947

Sitio Web: <http://www.synthesisdigital.com.mx>

Correo Electrónico: soluciones@synthesisdigital.com.mx
esolis@synthesisdigital.com.mx

Time Contact

Directora de Relaciones Públicas: Christine Brassart

Schiller 148, Col. Polanco

11560, México, D.F.

Tel(s). 5255.4000 ext. 117

Correo Electrónico: c.brassart@timecontact.com.mx

LATINOAMÉRICA

- DYN (Argentina)
- Telam (Argentina)
- Reuters Argentina (Argentina)
- Noticias Argentinas (Argentina)
- Total News (Argentina)
- Infosic (Argentina)
- IAR-Noticias (Argentina)
- Indymedia Argentina (Argentina)
- Foro de Medios Alternativos (Argentina)
- La Fogata Digital (Argentina)
- AnRed (Argentina)
- Agência Brasil (Brasil)
- Agência Estado (Brasil)
- Agência Folha (Brasil)
- Indymedia Brasil (Brasil)
- Chile Noticias (Chile)
- EcoNoticias (Chile)
- Indymedia Chile (Chile)
- Agencia Andina (Perú)
- Agencia Nacional de Noticias (Perú)
- 24horas Libre (Perú)
- Indymedia Perú (Perú)
- FIDES (Bolivia)
- Agencia Oficial (Bolivia)
- ABI (Bolivia)
- Indymedia Bolivia (Bolivia)
- Ultimas Noticias (Uruguay)
- Mercopress (Uruguay)
- Indymedia Uruguay (Uruguay)
- Yagua Noticias (Paraguay)

⁸⁹ http://www.iarnoticias.com/directorios/ultimo_momento/agencias_de_noticias.html

- Anncol (Colombia)
- Radio Caracol (Colombia)
- Indymedia Colombia (Colombia)
- Venpres Agencia (Venezuela)
- Cadena Global (Venezuela)
- Reuters Venezuela (Venezuela)
- ALAI (Ecuador)
- Indymedia Ecuador (Ecuador)
- Notimex (México)
- Cambio (México, Chiapas)
- Indymedia México (México)
- Indimedya Tijuana (México)
- Notifax (Nicaragua)
- Bolsa de Noticias (Nicaragua)
- Inside (Costa Rica) en inglés
- Mundo Noticias (Costa Rica)
- Telenoticias (Costa Rica)
- Prensa Latina (Cuba)
- Agencia Cubana de Noticias (Cuba)
- Cadena de Noticias (Rep.Dominicana)
- Caribbean Media Corporation (Barbados) en inglés
- Agence Haïtienne de Presse (Haití)
- Guyana Times (Guyana) en inglés
- Diario Online (Aruba)

ESPAÑA

- Google News
- Europa Press
- CNN España
- Agencia efe
- AFP
- Bloomberg -finanzas-
- Yahoo España
- Agencia Reuters
- EuroNews
- Colpisa
- Indymedia Barcelona -alternativa-

- Euskal Herria -alternativa vasca-
- Indymedia Galicia -alternativa-
- Plus.es
- VascoPress -agencia vasca-
- Periodista Digital -portal de noticias-
- Informativos.net
- Agència Catalana de Notícies
- AKN -Agencia Kanaria de Noticias
- Inter Press Service en Español
- Queen Agencia de Prensa

ESTADOS UNIDOS

- Associated Press
- UPI
- Reuters
- ABC News
- CBC News
- CNN en inglés
- MCNBC News
- Fox News
- IPS - Inter Press Service
- Yahoo EEUU
- Bloomberg -finanzas-
- CNNmoney -finanzas-
- Copley News Service (San Diego)
- Environment News Service (Pittsburgh)
- Independent Media Group (Philadelphia)
- Headwaters News (Missoula)
- Disaster News Network (Ellicott City)
- JTA - Jewish Telegraphic Agency (New York)
- Newhouse News Service (Washington DC)
- Pacific News Service (San Francisco)
- PR Newswire Inc. (New York)
- Starks News Service (Chicago)

EUROPA

- AFP - Agence France Presse Deutschland (Alemania)
- Reuters Deutschland (Alemania)
- Bloomberg (Alemania)
- AFP - Agence France Presse (Francia)
- Reuters France (Francia)
- News Press (Francia)
- Bloomberg (Francia)
- ANSA - Agenzia Nazionale Stampa Associata (Italia)
- AGI - Agenzia Giornalistica (Italia)
- ASCA - Agenzia Stampa Quotidiana Nazionale (Italia)
- DWPress (Italia)
- Ananova (Inglaterra)
- Reuters (Inglaterra)
- BBC News (Inglaterra)
- Irish-American Information Service (Inglaterra)
- ITAR-TASS (Rusia) en inglés
- AK&M (Rusia) en inglés
- Interfax (Rusia) en inglés
- FNS - Federal News Service (Rusia) en inglés
- Reuters Nordic (Suecia) en inglés
- SDA (Suiza) en francés
- BTA (Bulgaria) en inglés
- APA-Austria Presse Agentur (Austria) en alemán
- Europe Information Service (Bélgica) inglés-francés
- EINnews (Holanda) en inglés
- ATA (Albania) inglés-francés
- ARKA (Armenia) en inglés
- Belarusnews (Belorrusia) en inglés
- Herceg Press (Bosnia)
- HINA (Croacia) en inglés
- CYNA (Chipre) en inglés
- CTK (República Checa) en inglés
- BNS (Estonia) en inglés
- STT (Finlandia) finlandés-inglés
- PNA (Georgia) en inglés
- ANA (Grecia) inglés-francés

- Reuters Hungary (Hungría) en inglés
- BBC News (Irlanda) en inglés
- LETA (Latvia) en inglés
- ELTA (Lithuania) en inglés
- Makfax (Macedonia)
- API (Moldova)
- ANP (Países Bajos) en inglés
- Newswire (Noruega) en noruego
- PAP (Polonia) en polaco
- LUSA (Portugal) en portugués
- Mediafax (Rumania) en inglés
- Beta (Serbia) en inglés
- TASR (Slovakia) en inglés
- Anadolu Ajansi (Turquía) en inglés
- AIP (Ucrania) en ruso
- Fides (El Vaticano) en español

ASIA

- Xinhua (China) inglés-español-francés
- CNA (China) inglés-español
- CNS (China, Hong Kong)
- Kyodo (Japón) en inglés
- Nippon News Press-Agency (Japón) inglés-francés
- Reuters Japan (Japón) en japonés
- Bloomberg (Japón) en japonés
- Jiji Press (Japón) en japonés
- PTI - Press Trust of India (India) en inglés
- Antara (Indonesia) en inglés
- Sabawoon (Afganistan) en inglés
- AKP (Camboya) en inglés
- Kazakhstan Press (Kazajstán) en ruso
- KCNA (Corea del Norte) en inglés
- Yonhâp News Agency (Corea del Sur) en inglés
- Interkorean (Corea del Sur)
- Akipress (Kyrgyzia) en inglés
- KPL (Laos) en inglés
- Bernama (Malasia) en inglés

- Montsame (Mongolia) en inglés
- Himalayan Online News Service (Nepal) en inglés
- Pakistan News Service (Pakistán) en inglés
- ABS-CBN News (Filipinas) en inglés
- RCS Newsradio (Singapur) en inglés
- Asia Plus (Tadjikistán) en inglés
- TNA-Thai News Agency (Tailandia) en inglés
- Turkmen Press (Turkmenistan) en inglés
- Muslim Uzbekistan (Uzbekistan) en inglés
- VNA (Vietnam) español-inglés-francés
- SABA (Yemen) en inglés

MEDIO ORIENTE

- Isranews (Israel) español, inglés, francés
- EINNews-Israel (Israel) en inglés
- Virtual Jerusalem News (Israel) en inglés
- SANA-Syrian Arab News Agency (Siria)
- EINNews-Siria (Siria) en inglés
- IRNA (Irán) en inglés
- ISNA (Irán)
- IINA (Arabia Saudita) en inglés
- Iraq Press (Irak) en inglés
- EINNews-Irak (Irak) en inglés
- Petra (Jordania) en inglés
- BNA (Bahrain) en inglés
- NNA (Líbano) inglés-francés
- EINNews-Libano (Líbano) en inglés
- KUNA (Kuwait) en inglés
- Oman News Agency (Omán) en inglés
- JMCC (Palestina) en inglés
- EINNews (Palestina) en inglés
- QNA-Qatar News Agency (Qatar)
- WAM-Emirates News Agency (Emiratos Arabes Unidos) en inglés

ÁFRICA

- MENA-Middle East News Agency (Egipto) en inglés
- allAfrica-Egipto (Egipto) inglés-francés

- allAfrica-Sudáfrica (Sudáfrica) inglés-francés
- Africa 2020-Sudáfrica (Sudáfrica) en inglés
- News 24 (Sudáfrica) en inglés
- AAI (Algeria) en francés
- ANGOP (Angola) portugués-inglés-francés
- Afrikinfo / ABP (Benin) en francés
- allAfrica-Benin (Benin) en inglés
- allAfrica-Botswana (Botswana) inglés-francés
- AIB (Burkina Faso) en francés
- allAfrica-Camerún (Camerún) inglés-francés
- Cabo Verde Online (Cabo Verde) en portugués
- allAfrica-Chad (Chad) inglés-francés
- IRIN News-Comoros (Comoros) en inglés
- Africa 2020-Congo Brazaville (Congo) en inglés
- allAfrica-Congo Kinshasa inglés-francés
- allAfrica-Djibouti (Djibouti) inglés-francés
- Africa 2020-Eritrea (Eritrea) en inglés
- ENA (Etiopia) en inglés
- Gabon News (Gabón) en inglés
- GambiaNet (Gambia) en inglés
- allAfrica-Ghana (Ghana) en inglés
- Boubah (Guinea) en francés
- ABMP (Guinea Bissau) en portugués
- allAfrica-Costa de Marfil (Costa de Marfil)
- Africa 2020-Kenya (Kenya) en inglés
- LENA (Lesotho) en inglés
- LiberiaNews (Liberia) en inglés
- JANA (Libia) árabe-inglés
- MadaNews (Madagascar) en inglés
- allAfrica-Malawi (Malawi) inglés-francés
- Africa 2020-Malí (Malí) en inglés
- AMI (Mauritania) en francés
- Mauricio News (Mauricio) en inglés
- EINNews (Rwanda) en inglés
- MAP (Marruecos) inglés-francés-español
- AIM (Mozambique) inglés-portugués
- Namibia Press Agency (Namibia) en inglés

- allAfrica-Niger (Niger) inglés-francés
- MYNigeria.com (Nigeria) en inglés
- IRIN News-Reunion (Reunion) en inglés
- Téla Nón (São Tomé) en portugués
- AFP-Senegal (Senegal) en francés
- Africa 2020-Seychelles (Seychelles) en inglés
- Pool Newspaper (Sierra Leona) en inglés
- Somalipress (Somalia) en inglés
- St Helena News (St Elena) en inglés
- allAfrica-Sudan (Sudán) inglés-francés
- The Swazi News (Swaziland) en inglés
- TanServe News (Tanzania) en inglés
- Togo News (Togo) en inglés
- La Presse (Tunisia) en francés
- Uganda Today (Uganda) en inglés
- SPS (Western Sahara) en francés
- ZANA-Zambia News Agency (Zambia) en inglés
- Zimbabwe Today (Zimbabwe) en inglés

OCEANÍA

- AAP (Australia) en inglés
- ABC News Online (Australia) en inglés
- INS News (Australia) en inglés
- EINNews-Australia (australia) en inglés
- Xtra News (Nueva Zelandia) en inglés
- EINNews (Nueva Zelandia) en inglés
- Cook Islands News (Cook Island) en inglés
- Radio Fiji News (Fiji) en inglés

CANADA

- Canadá Newswire inglés-Francés
- CP-Canadian Press inglés-francés
- Reuters Canadá en inglés
- CBC News en inglés
- CTV News en inglés
- EINNews-Canadá en inglés

GLOSARIO

AAC:

Advanced Audio Coding. AAC es uno de los formatos de compresión de audio definidos por el estándar MPEG-2.

AC3:

Es el estándar en el sonido digital almacenado en los DVD- VIDEO. Consiste en varias pistas que un decodificador procesa y distribuye en un sistema de altavoces Dolby Digital.

Adobe:

Compañía norteamericana especializada en el mundo de la autoedición y los aspectos gráficos de la informática. Creadora del Adobe Type Manager, software de gestión de fuentes de letras utilizado por los principales programas de diseño e ilustración del mercado, así como en numerosos procesadores de textos para entornos Windows.

Analógico:

Señales visuales o acústicas que se convierten en una tensión eléctrica variable, que se puede reproducir directamente a través de altavoces o almacenar en una cinta o disco. Este tipo de señales son mucho más vulnerables a los ruidos y las interferencias que las señales digitales.

Bytes:

Es la unidad digital más pequeña que puede manejar una computadora. Se maneja a través del sistema binario, es decir, puede tener dos estados: 1 ó 0. Con la combinación de ocho bits (ej: 00110010) se forma un byte

Bloggers:

Blogger es un servicio online de administración de weblogs. Fue creado por Pyra Labs, luego comprado por Google en 2003.

BROADCAST:

Calidad televisiva de video, susceptible de ser emitida. Estándar mínimo de calidad aceptado por las emisoras de televisión de todo el mundo y por sus organismos reguladores.

CD:

El disco compacto (conocido popularmente como CD por las siglas en inglés de Compact Disc) es un soporte digital óptico utilizado para almacenar cualquier tipo de información (audio, imágenes, vídeo, documentos y otros datos)

Códecs:

Codificador o decodificador, serie de funciones algorítmicas necesarias para comprimir un archivo, a este proceso de compresión se le denomina "codificación" y descomprimir o decodificar los datos de audio y vídeo.

Compresión:

Cuando una aplicación o un conjunto de datos son demasiado grandes, existe la posibilidad de reducir su tamaño mediante técnicas de compresión, lo que facilita su archivo y su manejo. Existen numerosos compresores en el mercado, y ya empiezan a incluirse en el sistema operativo como un elemento más inherente a éste. Los programas comprimidos no pueden ser ejecutados directamente, sino que necesitan descomprimirse previamente con la utilidad empleada inicialmente. Además de la compresión de programas y datos para optimizar el espacio de almacenamiento, existe un especial interés por encontrar sistemas de compresión de imagen y sonido que permitan su almacenamiento en soporte informático a un coste razonable y sin pérdida de calidad.

Copyright:

Derecho que tiene un autor, incluido el autor de un programa informático, sobre todas y cada una de sus obras y que le permite decidir en qué condiciones han de ser éstas reproducidas y distribuidas. Aunque este derecho es legalmente irrenunciable puede ser ejercido de forma tan restrictiva o tan generosa como el autor decida. El símbolo de este derecho es ©.

Crominancia:

Es la señal que lleva la información del color para poder formar una imagen de vídeo.

Digitalizado:

Convertir nuestro vídeo a lenguaje máquina, es decir capturarlo (pasarlo de nuestra cámara al ordenador) y colocarlo dentro de nuestro ordenador o PC partiendo de una señal u otra.

DivX:

DivX es un códec de vídeo comprimido basado en el estándar MPEG-4

Parte al principio se desarrolló para la transferencia de vídeo por internet, pero sus archivos eran demasiado pesados, y existían mejores formatos para esto como el WMV de Microsoft, el Quicktime de Apple y el RealVideo de RealNetworks

DV:

Digital Vídeo. Nuevo estándar de vídeo digital, con mejor calidad que el betacam. La digitalización tiene lugar directamente dentro de la cámara e incluso la copia de varias generaciones no muestra pérdida de calidad.

DVD:

Siglas de "Digital Versatil Disk", es decir, disco versátil digital, dentro del DVD podemos encontrar dos formatos DVD-ROM y DVD-Vídeo; en el primero se pueden guardar datos, imágenes, sonido y vídeo, pero con una mejor calidad y una capacidad mayor (unas siete veces) que la de los actuales CD.

Escaneando:

Acción de utilizar un escáner. // Acción generalmente automática realizada por un programa o un dispositivo para verificar algo. Por ejemplo, puede escanearse en búsqueda de hardware nuevo, o escanear distintas áreas de un periférico para comprobar su funcionamiento.

Firewire:

Es uno de los estándares de periféricos más rápidos que sean desarrollado, característica que lo hace ideal para su uso con periféricos del sector multimedia (como cámaras de vídeo) y otros dispositivos de alta velocidad como, por ejemplo, lo último en unidades de disco duro e impresoras. Por estos motivos, no podemos dejar de hacer referencia durante todo el documento al otro tipo de bus por excelencia utilizado para estos fines, el USB.

Con un ancho de banda 30 veces superior al conocido estándar de periféricos USB 1.1, el FireWire 400 se ha convertido en el estándar más respetado para la transferencia de datos a alta velocidad.

Se ha convertido en la interfaz preferida de los sectores de audio y vídeo digital, reúne numerosas ventajas, entre las que se encuentran la elevada

velocidad, la flexibilidad de la conexión y la capacidad de conectar un máximo de 63 dispositivos.

fps:

frame per second, cuadros que se reproducen por segundo.

Framerate:

Porcentaje de cuadros que se reproducen por segundo.

Frames:

Cuadro de imagen.

Fulltracks:

Corresponde a la descarga de la obra completa a través de los medios digitales o similares.

Grabación en Off:

Se refiere a la técnica de producción donde se retransmite una voz no pronunciada visualmente delante de la cámara.¹ La voz en off puede ser de alguien que también aparece en pantalla en otros segmentos o puede ser interpretada por un actor de voz especialista.

HDV:

Es el formato de alta definición para grabadoras de vídeo de uso doméstico. A diferencia de la grabación estándar que graba en frame y frame-rate, el HDV utiliza dos resoluciones.

I.LINK.

El IEEE 1394 (conocido como FireWire por Apple Inc. y como i.Link por Sony) es un estándar multiplataforma para entrada/salida de datos en serie a gran velocidad. Suele utilizarse para la interconexión de dispositivos digitales como cámaras digitales y videocámaras a computadoras.

Inter-frame:

Inter frame prediction es una técnica que explota la correlación temporal entre frames consecutivos para poder codificar con el mínimo número de bits posibles. Para codificar, lo que se hace es predecir un frame a partir de frames anteriores y/o futuros, aplicando sobre éstos un movimiento dictado por unos vectores de movimiento. Esta técnica ya se utilizaba en anteriores estandares como el MPEG-2.

Intra-frame:

En el contexto de la vídeo compresión, Intra-frame hace referencia a la técnica de codificación que explota la redundancia espacial que existe en una imagen mediante un análisis frecuencial de la misma. La diferencia con la codificación Inter-frame reside en que la compresión, ya sea con pérdidas o sin pérdidas, se va a efectuar con la información que contiene la imagen actual que se esta procesando y no en relación con cualquier otra imagen de la secuencia de vídeo. La codificación intra-frame conjuntamente con la Inter-frame genera las imágenes I, P y B que forman parte del grupo de imágenes (GOP). Las imágenes I o Intra-frame son las generadas por la codificación Intra-frame, contienen principalmente los coeficientes transformados resultantes del proceso de la DCT y no necesitan de información adicional

para ser decodificadas. Esto significa que requieren la codificación de gran cantidad de datos.

IPTV:

(Internet Protocol Television o IPTV). Sistema donde un servicio de televisión digital es entregado a sus clientes usando el protocolo IP sobre una infraestructura de red. En otras palabras, la IPTV es contenido televisivo que en lugar de ser transmitido por los tradicionales formatos y cables, es transmitido al espectador a través de las tecnologías usadas en redes de computadoras.

Para usuarios residenciales, IPTV generalmente se provee junto con servicio de internet, VoIP y videos bajo demanda. El nombre comercial para el servicio de ofrecer IPTV, VoIP y acceso a internet es llamado "Triple Play". Si se agrega servicio móvil es llamado "Quadruple Play".

Keyframes:

También llamado frame de tipo I, es un fotograma completo, aunque muy comprimido.

Luminancia:

Intensidad luminosa de una imagen. En la imagen digital, la luminancia se refiere al nivel de gris o nivel digital (ND) de cada una de sus celdas.

Macromedia:

Inicialmente Macromedia era una empresa desarrolladora de software gráfico y desarrollo web. Su central estaba en San Francisco, California (EE.UU). Fue

formada en 1992 por la fusión entre Authorware, Inc. y MacroMind-Paracomp (creadores de Macromind Director).

En 1999 adquirió la compañía de análisis de tráfico Andromedia y en 2001 la compañía de desarrollo Web Allaire. En 2003 adquirió Web Presedia y eHelp Corporation, cuyos productos eran RoboHelp, RoboDemo (NAhora Captivate), y RoboInfo.

El 18 de, Adobe Systems anunció un acuerdo para adquirir Macromedia en una transacción valorada en, aproximadamente, 3400 millones de dólares. El 5 de diciembre de 2005, Adobe Systems completa la adquisición de Macromedia.

miniDV:

Casete pequeño para video digital usado en cámaras digitales tipo MiniDV. La calidad es idéntica o superior a los videos digitales grabados en Hi8 u casetes de 8mm por una cámara Digital8.

Un Mini DV puede tener arriba de 530 líneas de resolución de video en algunos modelos de cámaras.

MJPEG:

Moving Picture Experts Group, expertos en imágenes en movimiento. Motion JPEG (M-JPEG) es un nombre trivial para aquellos formatos multimedia donde cada fotograma o campo entrelazado de una secuencia de vídeo digital es comprimida por separado como una imagen JPEG. Es frecuentemente usado en dispositivos portátiles tales como cámaras digitales.

MOV:

Es una extensión de fichero que se aplica a un fichero de video en formato QuickTime. Para poder visualizar el film una vez que se ha descargado el fichero, el ordenador ha de soportar el formato QuickTime.

MP3:

El MP3 (MPEG-1 Audio Layer 3) es un formato de audio digital comprimido con pérdida desarrollado por el Moving Picture Experts Group (MPEG).

MPEG2:

Estándar para audio y vídeo para difusión de calidad de televisión . Ofrece resoluciones de 720x480 y de 1280x720 a 60 fps, con calidad CD de audio. Esto es suficiente para la mayoría de estándares de TV, incluyendo NTSC, e incluso HDTV. MPEG-2 se utiliza para Vds., servicios de TV por satélite y señales de TV digital por cable. MPEG-2 puede comprimir un vídeo de 2 horas en algunos gigabytes. Aunque descomprimir una secuencia de datos Mpeg-2 no requiere muchos recursos del ordenador, la codificación a formato Mpeg-2 requiere considerablemente más energía para el proceso.

NTSC:

(National Television System Committee). La NTSC es la responsable de la configuración de la televisión y estándares de video en EE.UU. (en Europa y el resto del mundo el estándar dominante es el PAL y el SECAM).

El estándar NTSC es incompatible con la mayoría de los estándares de video de computadoras que generalmente usan señales RGB. De todas maneras

pueden insertarte adaptadores de video (video adapters) en una computadora para convertir señales NTSC a señales de video de computadora y viceversa.

NTFS:

(New Technology File System). Es un sistema de archivos diseñado específicamente para Windows NT, y utilizado por las versiones recientes del sistema operativo Windows. Ha reemplazado al sistema FAT utilizado en versiones antiguas de Windows y en DOS.

Fue creado para lograr un sistema de archivos eficiente y seguro y está basado en el sistema de archivos HPFS de IBM/Microsoft usado en el sistema operativo OS/2. También tiene características del filesystem HFS diseñado por Apple.

NTFS permite definir el tamaño del clúster de forma independiente al tamaño de la partición. El tamaño mínimo del bloque es de 512 bytes. Este sistema también admite compresión nativa de archivos y encriptación.

Es un sistema ideal para particiones de gran tamaño, pudiendo manejar discos de hasta 2 terabytes.

Windows NT, 2000, 2003, XP y Vista soportan el sistema NTFS.

Sus desventajas son:

*Utiliza gran cantidad de espacio en disco para sí mismo.

*No es compatible con sistemas operativos como DOS, Windows 95, 98 ni ME.

*No puede ser usado en disquetes.

*La conversión a NTFS es unidireccional, por lo tanto, no se puede volver a convertir en FAT al actualizar la unidad.

Sus ventajas y mejoras con respecto al FAT son:

*Compatibilidad mejorada con los metadatos.

*Uso de estructura de datos avanzadas (árboles-B), optimizando el rendimiento, estabilidad y aprovechando espacio en disco, pues acelera el acceso a los ficheros y reduce la fragmentación.

*Mejora de la seguridad

*Listas de control de acceso

*El registro de transacciones (journaling), que garantiza la integridad del sistema de ficheros.

PAL:

Phase Alternating Line. PAL es un sistema de codificación empleado en transmisión de señales de televisión analógica en colores. Es utilizado muchos países del mundo. PAL significa Phase Alternating Line o línea alternada en fase. Deriva del NTSC con algunas mejoras. Otros sistemas de televisión analógicos son el SECAM y el NTSC. Es de origen alemán y es utilizado por muchos países africanos, asiáticos, europeos, Oceanía y algunos países sudamericanos. Funciona en entrelazado con una frecuencia de 50 Hz. En los 50, los países de Europa Occidental planeaban la televisión en colores, pero enfrentaban problemas con las debilidades del NTSC, por ejemplo los cambios de la tonalidad de colores en malas condiciones de

transmisión. Se necesitaban nuevos estándares, naciendo así el PAL y el SECAM.

El objetivo del PAL fue crear un estándar de TV color para una frecuencia de 50 hercios, eliminando también los problemas en el NTSC.

El PAL se desarrolló en 1963 en los laboratorios de Telefunken en Alemania por el Dr. Walter Bruch en un intento por mejorar la calidad y reducir los defectos en los tonos del sistema NTSC. Su primera emisión pública fue en 1964 en el Reino Unido y 1967 en Alemania.

QUICKTIME:

Conjunto de bibliotecas y un reproductor multimedia (Quicktime player) desarrollados por Apple. Se trata de una completa aplicación multimedia para reproducir o transmitir audio y video por Internet.

Render:

Del inglés rendering, renderizar, renderizado, renderización o interpretación en español). La renderización es el proceso de generar una imagen (imagen en 3D o una animación en 3D) a partir de un modelo, usando una aplicación de computadora. El modelo es una descripción en tres dimensiones de objetos en un lenguaje o estructura de datos estrictamente definidos. El modelo debería contener geometría, punto de vista, textura e información de iluminación. La imagen resultado de la renderización es una imagen digital (raster). La renderización se utiliza en la producción de imágenes en 3D para juegos, diseño computacional, efectos especiales del cine y la TV, etc. En el caso de los gráficos en 3D, el renderizado puede hacerse lentamente (pre-renderizado) o en tiempo real. El pre-renderizado es un proceso

computacional intensivo que es utilizado generalmente para la creación de películas y su resultado es de altísima calidad. Además, en el prerenderizado, todos los movimientos y cambios en las escenas en 3D ya fueron prefijados antes del inicio de la renderización.

En cambio, el renderizado en tiempo real es más usado en los juegos en 3D y suele procesarse a través de tarjetas aceleradoras de 3D, por ser un proceso sumamente pesado. En este caso, todos los movimientos y cambios en la escena son calculados en tiempo real, pues los movimientos del jugador no son predecibles.

Son millones los cálculos matemáticos que deben realizarse para procesar un modelo en 3D y resultar en una imagen renderizada. En general, en el proceso de cálculo se pueden tener en cuenta tonalidades, texturas, sombras, reflejos, transparencias, translucidez, refracciones, iluminación (directa, indirecta y global), profundidad de campo, desenfoques por movimiento, ambiente, etc. Además a todo eso hay que agregarle los distintos objetos poligonales en 3D de la escena.

Todos estos cálculos producen una simple imagen final. Por esta razón el proceso de creación de películas en 3D, necesita mucho tiempo y gran capacidad de procesamiento computacional. Un sólo segundo de película suele estar constituido por 24 cuadros de imagen.

Resolución:

La resolución se refiere a la agudeza y claridad de una imagen. El término se utiliza normalmente para describir monitores, impresoras e imágenes. En el caso de impresoras de matriz de puntos y de impresoras láser, la resolución indica el número de puntos por pulgada. Por ejemplo, una impresora 300 dpi

(dots per inch o puntos por pulgada) es aquella que es capaz de imprimir 300 puntos distintos en una línea de 1 pulgada de largo. Esto significa que puede imprimir 90.000 puntos por pulgada cuadrada.

Para monitores, la resolución de pantalla significa el número de puntos (pixels) en toda la pantalla. Por ejemplo, una pantalla de 640-por-480 píxeles es capaz de mostrar 640 puntos distintos en cada una de las 480 líneas, o cerca de 300.000 píxeles. Esto se traduce a diferentes medidas de dpi dependiendo del tamaño de la pantalla. Por ejemplo, un monitor VGA de 15-pulgadas (640x480) muestra cerca de 50 puntos por pulgada.

Los sistemas VGA muestran 640 por 480, o cerca de 300.000 píxeles, a diferencia de los sistemas de SVGA, que muestran 800 por 600, o 480.000 píxeles. Los sistemas True Color (Color verdadero) utilizan 24 bits por el píxel, permitiendo que exhiban más de 16 millones de colores diferentes.

Las impresoras, los monitores, los scanners, y otros dispositivos se clasifican como de alta resolución, de resolución media, o de resolución baja. Las gamas de resolución reales para cada uno de estos grados cambian constantemente a medida que la tecnología mejora.

SECAM:

Séquentiel Couleur avec Mémoire, Color secuencial con memoria. (Sequential Color with Memory). Estándar de TV que fue introducido al principio de 1960 en Francia. SECAM utiliza la misma resolución que el PAL (625 líneas), pero transmite la información del color secuencialmente: Rojo y Amarillo en una línea y Azul y Amarillo en la siguiente.

SECAM es utilizado en algunos lugares del mundo como Francia, Europa del Este, partes de Grecia, Rusia y África.

Softwares:

En computación, el software -en sentido estricto- es todo programa o aplicación programado para realizar tareas específicas. El término "software" fue usado por primera vez por John W. Tukey en 1957.

Algunos autores prefieren ampliar la definición de software e incluir también en la definición todo lo que es producido en el desarrollo del mismo.

La palabra "software" es un contraste de "hardware"; el software se ejecuta dentro del hardware.

Streaming:

Distribución de audio o video por internet

Unpload:

Subir archivos. Transmitir archivos o información desde el ordenador emisor al receptor. Operación contraria al download. // El upload de una conexión a una red (como Internet) hace referencia a la velocidad total (generalmente medida en mbps o megas) con que puede transferirse información desde la computadora hacia fuera.

VHS:

(Video Home System) Sistema de video hogareño. Norma de grabación y reproducción de video hogareño.

WMA:

(Windows Media Audio). Formato y extensión del mismo desarrollado por Microsoft para codificar archivos de audio digital similar al MP3, aunque pueden comprimir archivos con un ratio más alto que estos.

XML:

Acrónimo del inglés eXtensible Markup Language (lenguaje de marcado ampliable o extensible) desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C). Su objetivo es conseguir páginas web más semántica. XML separa la estructura del contenido y permite el desarrollo de vocabularios modulares. Se trata de un formato abierto.

Xvid:

Acrónimo del inglés eXtensible Markup Language (lenguaje de marcado ampliable o extensible) desarrollado por el World Wide Web Consortium (W3C). Su objetivo es conseguir páginas web más semántica. XML separa la estructura del contenido y permite el desarrollo de vocabularios modulares. Se trata de un formato abierto.

Posee una notable calidad y rapidez, lo que permitió convertirlo en un códec muy popular. La reproducción de videos Xvid es soportada por muchos reproductores multimedia y reproductores de DVD/Blu-ray actuales. Para que los videos codificados en Xvid puedan ser reproducidos en una computadora, se necesita instalar los códecs apropiados que lo soporten. Xvid es la principal competencia del DivX Pro Codec (nótese que DivX al revés es Xvid) que no es libre y es desarrollado por DivX, Inc.