

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**LA AGENDA SETTING EN
NOTICIAS CON GABRIELA CALZADA**

T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA:
MARÍA SOFÍA RIVERA RAMÍREZ

DIRECTORA DE TESINA:
MARGARITA YÉPEZ HERNÁNDEZ

MÉXICO, D.F., MAYO 2004



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.

Con profundo cariño a mis padres Margarita Ramírez Toscuento y Miguel Rivera González, cuyos años de esfuerzos y sacrificios han rendido sus frutos.

A mi esposo, Héctor Armando León y a mi hija Sofía Lorena por su motivación permanente para que la culminación de mi carrera hoy sea una realidad.

A mis hermanos Yolanda, Elsa, Miguel, Salvador y Cynthia, así como a todos mis sobrinos, con cariño, por compartir conmigo años de esfuerzo y solidaridad.

A la Doctora Margarita Yépez Hernández, mi gratitud por la asesoría que permitió en gran parte llevar a buen término la realización de este trabajo.

A mis demás familiares y amigos que de alguna manera mostraron su simpatía e interés en la consecución de esta meta.

A mis colegas y compañeros de Canal Once por su apoyo incondicional y valiosas aportaciones contenidas en esta tesina.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
1 <i>Agenda-setting</i>	9
1.1 Conceptos básicos de la <i>agenda-setting</i>	12
1.2 Los <i>gatekeepers</i> y la selección de información	16
2 Canal Once	20
2.1 Breve repaso de la historia de la televisora del IPN	20
2.2 Once Noticias	28
2.3 <i>Noticias con Gabriela Calzada</i>	32
2.3.1 Estructura	33
2.3.2 Deficiencias, logros y desafíos	35
3 Los criterios de selección y la agenda temática de Noticias con Gabriela Calzada.	40
3.1 Los criterios de selección y la televisión pública	40
3.2 Criterios de selección y los <i>gatekeepers</i>	45
3.3 Agenda de Canal Once	53
3.4 La jerarquización de la agenda de Noticias con Gabriela Calzada	60
Conclusiones	73
Bibliografía	78
Anexos	81

INTRODUCCIÓN

Desde la década de los años 60 la televisión se convirtió en uno de los medio de información más importantes de México y del mundo, ocupa el primer puesto como medio de consumo de información y sigue siendo un medio de comunicaciòn de gran alcance y preferencia del público.

Poco a poco Canal Once, ha ganado terreno en este ámbito: la televisora de servicio público más antigua de América Latina, su señal se ve en el Valle de México y zona metropolitana y llega por cable a casi todo el territorio nacional, en otras palabras se fortalece como la principal televisora pública del país.

Desde el surgimiento de Canal Once, su función ha sido brindar a la sociedad una programación que divierta, informe y eduque. Actualmente se perfila como una televisora alternativa que no representa lo mismo que la televisión comercial.

Lo cierto es que a los investigadores les preocupa la forma en que los medios de comunicaciòn muestran la realidad de los acontecimientos, sobre todo porque en aras de lograr una mayor audiencia se enfrasca en una competencia donde a veces privilegian lo escandaloso y lo trivial.

A diario surgen cientos de noticias en todos los ámbitos, lo que resulta inútil si no se elige lo más relevante; sin embargo, a menudo es difícil discernir lo que es importante y trascendente. Además, no existe espacio ni tiempo suficiente para transmitir a la audiencia todo ese potencial de información.

En este panorama, la televisora del IPN realiza tres noticiarios diarios: *Noticias con Gabriela Calzada*, con un horario de 7:00 a 8:30, *De todo con María Roiz*, de 19:30 a 20:00 horas, y *Noticias con Adriana Pérez Cañedo*, de 21:00 a 22:00 horas.

El propósito de este trabajo es analizar la agenda temática de *Noticias con Gabriela Calzada* de acuerdo con la *agenda-setting* y saber si cumple con las expectativas de Once Noticias. Para tal efecto se tomó como ejemplo la información del día 2 de julio de 2003, misma que fue seleccionada al azar.

En un noticiario matutino como *Noticias con Gabriela Calzada*, el televidente espera ser informado para saber como irá vestido a su trabajo; las alternativas de vialidad para llegar a él ante las constantes marchas y los plantones; las recomendaciones culturales para el fin de semana; el reloj que marca la hora exacta y que aparece en pantalla y, por supuesto, los sentimientos generales de bienestar o de inseguridad que hay en esta ciudad y en todo el país.

No podemos negar que las noticias influyen en gran parte de nuestra vida cotidiana, pero pocas veces nos cuestionamos qué hay detrás de todo este proceso de información, cuáles son los criterios para seleccionar las noticias más importantes, quiénes son los responsables de tomar esta decisión y qué tipo de acontecimientos son considerados suficientemente interesantes para formar parte de la agenda. Éstas son sólo algunas preguntas a las que se trata de dar respuesta en este trabajo.

Además, para el comunicador y para la sociedad en general es importante tener una visión amplia de las tendencias que caracterizan a un noticiario como *Noticias con Gabriela Calzada*.

Para realizar esta investigación, las técnicas y métodos que utilicé fueron la investigación, entrevistas y mi experiencia profesional como colaboradora en la realización del guión de Noticias en la televisora del IPN.

Para conseguir la información me apoyé en libros, revistas e internet y aproveché mi relación laboral para realizar entrevistas a quienes forman parte de la mesa editorial de Once Noticias: director de Noticias, subdirector, jefa de Información, coordinador de la Mesa de Redacción, y coordinadores de las áreas internacional, de cultura y deportes.

En el primer capítulo se plantea una breve síntesis de la teoría de *la agenda setting* y la influencia que ejercen los medio de comunicación a través de su propia agenda temática.

En el segundo capítulo se presenta una breve historia de Canal Once, los criterios, objetivos y alcances de la televisión pública y de sus programas informativos.

En el tercer y último capítulo se describen los criterios de selección en la información, se identifican los filtros o *gatekeepers* y se presenta la agenda de Canal Once y de *Noticias con Gabriela Calzada*.

Así, la intención de este trabajo es conducir al lector en lo largo del proceso de información e indagar cuáles son los criterios que se utilizan en la selección de notas y su jerarquización para realizar la agenda de los hechos más relevantes del día *en Noticias con Gabriela Calzada*; todo esto de acuerdo con la *agenda-setting*.

Conocer los criterios para seleccionar la información y los intereses que mueven a los medios de comunicación nos permite entender mejor hasta qué punto los destinatarios somos vistos como ciudadanos o simples consumidores. De ahí que se pierda toda objetividad y veracidad en los noticiarios.

1. Agenda-setting

Desde el nacimiento de la televisión en México, en los años 50, se comprendió el alcance y la capacidad de este medio de comunicación. Poco a poco la TV fue ganando terreno hasta convertirse en el medio más importante de transmisión y consumo de información.

La forma en que los medios de comunicación muestran el mundo social ha preocupado a los investigadores, ya que aquellos se han convertido en una institución poderosa y con gran alcance en el público. Y es que son precisamente los medios los que establecen la agenda de los temas sociales y nos muestran el acontecer diario de las noticias.

Sin duda, estamos en un mundo en que toda la información nos llega a través de los medios de comunicación, sea por televisión, prensa escrita, radio o internet. Y es que las noticias influyen en muchas facetas de nuestra vida cotidiana: en nuestro modo de vestir para ir al trabajo, en el camino que elegimos para trasladarnos a él ante las constantes manifestaciones y plantones que se registran en esta gran urbe; en los planes para el fin de semana y en nuestros sentimientos de bienestar o de inseguridad.

En pocas palabras, dependemos de los medios de comunicación para estar informados sobre diversos asuntos de la vida nacional e internacional.

En este sentido, la teoría de la *agenda-setting* sostiene que lo que realmente influye en la sociedad es la agenda temática de los

medios de comunicación al otorgar relevancia a determinados temas y ocultar otros; de esta forma, señalan al público a qué asuntos habrá de prestarle mayor atención. Por ello, es importante destacar la hipótesis de la *agenda-setting*:

Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los *media* incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los *mass media* a los acontecimientos, a los problemas, a las personas. (Shaw, 1979,96) ¹

La teoría de la *agenda setting* se inserta en la corriente funcionalista de efectos de los medios sobre el espectador y se encuentra estrechamente ligada con la psicología.

Se mencionó por primera vez en 1972, en un estudio de los norteamericanos Maxwell McCombs y Donald Shaw. Ambos autores sostienen que la audiencia no sólo se entera de los asuntos públicos a través de los medios, sino que aprende la importancia que hay que dar a un tema según la importancia que le dan los medios.

En efecto, una de las consecuencias sociales de la comunicación de masas es el establecimiento de los asuntos públicos importantes a través de la agenda de los medios.

En 1972, McCombs y Shaw publicaron el trabajo titulado *The Agenda-Setting Function of Mass-Media*. Su tesis se centra en la relación directa y casual entre el contenido de la agenda de los medios y la percepción pública de los temas diarios importantes.

¹ Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas, crítica y perspectivas*. Editorial Paidós, México 1991, p.318.

Sin embargo, cinco décadas antes Lippmann también subrayó el papel que desempeñan los medios informativos al definir nuestro mundo más allá de los asuntos que conciernen a nuestro entorno inmediato personal y familiar.

En 1922, el capítulo "el mundo exterior y las imágenes en nuestras cabezas" en su libro *Public Opinion*, Lippmann argumentó que son los medios informativos los que esbozan muchos de esos dibujos en nuestras cabezas.²

La *agenda-setting* se ha aplicado generalmente a la cobertura de los medios de comunicación en elecciones o campañas políticas; mide la influencia que tuvo sobre la preferencia de la opinión pública la cobertura de asuntos políticos en los medios.

Aunque el gran porcentaje de los estudios de *la agenda setting* se relacionan con elecciones políticas, también hay evidencias en estudios de mercado, donde resultan, de gran utilidad al momento de estructurar una estrategia publicitaria para identificar los puntos de venta y conocer las verdaderas preferencias del consumidor.

El investigador de la Universidad de Texas, Agustín y presidente de la Asociación Mundial para la Investigación de la Opinión Pública, Maxwell McCombs, amplía el conocimiento de la *agenda-setting* en los medios masivos de comunicación: mientras que en el primer enfoque de la teoría explora el impacto de los medios en el foco de la opinión pública, otros estudios empíricos en Texas y España

² Maxwell McCombs "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo" en Jennings Bryant, Dolf Zillmann (compiladores) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías*. Editorial Paidós, 1996 p. 14

definen la influencia de los medios en lo que pensamos y en cómo lo pensamos.

Para analizar y entender la influencia de los medios de comunicación en el público vale la pena revisar el modelo y sus conceptos básicos.

1.1 Conceptos básicos de la *agenda-setting*

El concepto básico de *agenda-setting* se estudió inicialmente dentro del contexto tradicional de la comunicación de masas y el comportamiento del votante. Su nombre proviene de la noción de que los medios masivos son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad.³

Para McCombs, quien en noviembre de 2002 vino a México para participar en un seminario de la Universidad Iberoamericana, señala que la afirmación general de la *agenda setting* sería que los asuntos destacados en una agenda, eventualmente se convierten en relevantes en otra agenda.

En este sentido, podemos decir que lo que hacen los medios masivos no sólo es exponer temas, sino centrar la atención del público en determinadas noticias. Y es que la información es tanta, y nuestra memoria es tan efímera, que sólo podemos recordar lo que los medios de comunicación nos recuerdan todos los días.

En su estudio, Shaw y McCombs demostraban que, si bien los medios no le dicen al público qué debe pensar, sí le dicen, en

³ *Íbidem*, p. 17

cambio, acerca de qué debe pensar y qué juicios debe emitir al respecto.

Bernard Cohen, por ejemplo, lo planteó de la siguiente forma:

Es posible que en muchas ocasiones (la prensa) no alcance el fin de decirle a la gente qué pensar, pero su éxito es asombroso en cuanto a decirles a sus lectores acerca de qué pensar. De esto se desprende que el mundo luce diferente para las distintas personas, dependiendo no sólo de sus intereses personales, sino también del mapa que les trazan los escritores, editores y las compañías editoriales de los periódicos que leen.⁴

Además, los teóricos norteamericanos Shaw y McCombs afirman que la *agenda setting* informativa otorga relevancia a determinados temas y oculta otros, de esta forma, influye en el público señalándole a qué asuntos habrá de prestarle más atención.

A decir de los investigadores, la audiencia no sólo se entera de los hechos por medio de su exposición a los medios informativos; también conoce la importancia de los temas según el énfasis que le dan los medios informativos. De esta manera, la transmisión de los temas relevantes es uno de los aspectos más importantes de la comunicación de masas.

Para muestra vale la pena recordar casos como los videoescandalos de corrupción en el gobierno del D.F y partido verde, las muertas de Juárez, el Pemexgate, los Amigos de Fox y el caso Miguel Cavallo; temas que, sin duda, continúan formando parte de la agenda temática de los medios de comunicación.

⁴ Citado por Arellano Trejo, Efrén “La eficacia en la comunicación política” ensayo. Centro de Estudios sociales y de opinión. www.cddhcu.gob.mx/cesop/boletines/no2/2.pdf

Para los investigadores es aquí donde se sitúa el efecto más importante de los medios masivos: su capacidad de estructurar y organizar nuestro propio mundo. Pero además, los medios masivos no sólo dan a conocer ciertos datos relevantes de una historia: al mismo tiempo construyen sus propias historias, convirtiéndose en partícipes activos del acontecer social.

McCobs señala que aunque la meta de los periodistas profesionales no es la de persuadir a nadie de nada, en las historias nos estructuran la experiencia, filtran las complejidades del entorno y ofrecen una versión pulida, incluso literaria, en la que destacan unos pocos objetos con sus correspondientes atributos.

El investigador estadounidense afirma que al incorporar ingredientes similares de peso a sus propias agendas: un *agenda-setting*, se asegura que las audiencias adquieran estos elementos relevantes de las informaciones.

De hecho, la hipótesis de la *agenda setting* postula un impacto directo, aunque no inmediato, sobre los destinatarios. En este sentido, el orden del día de los temas y la jerarquización de la información juegan un papel primordial; precisamente esta capacidad de los medios masivos de saber estructurar los conocimientos de la audiencia y de saber cambiarlos ha sido definida por los investigadores como la función de comunicación de masas que establece *agenda setting*.

Además, los analistas aseguran que la influencia del *agenda-setting* de los medios informativos aumenta con el grado de necesidad de orientación entre la audiencia; es decir, se fundamenta en la suposición psicológica de que los individuos no familiarizados con

una situación se sentirán incómodos hasta que se orienten. Bajo estas circunstancias puede que se vuelquen hacia los medios informativos para adoptar así su *agenda-setting*.

Los estudios que en un principio establecieron esta teoría se preguntaban quién se ocupaba de fijar la agenda pública. La respuesta era, en gran medida, que los medios informativos se ocupaban de ello; sin embargo, en la década de los ochenta los estudiosos se hicieron la misma pregunta y esta vez la respuesta fue que la establecen los agentes externos, es decir, los eventos que no se controlan, pero que también lo establecen las prácticas y los valores del periodismo.

¿Quién establece el *agenda-setting* público? Los medios informativos, en gran medida, influyen considerablemente sobre el *agenda-setting* público, pero no de forma completa. ¿Quién establece el *agenda-setting* informativo? Ésta es una responsabilidad necesariamente compartida, pero los medios informativos propiamente dichos ejercen una influencia dominante sobre la conformación tanto de la *agenda-setting* informativa como en la mayoría de los asuntos públicos.⁵

Para averiguar quién establece la *agenda-setting* informativo, Maxwell McCombs invoca aquella metáfora de *pelar cebolla*. El corazón de la cebolla, señala, es el informativo diario, que está rodeado y conformado por varias capas de influencia. En la capa exterior están los autores de las noticias y los eventos, pero todo ello a su vez está conformado por valores, prácticas y tradiciones del periodismo como profesión. Estas decisiones profesionales las

⁵ Bryant , Jennings y Zillmann, Dolf *Op. Cit.*, p. 31

realizan, a su vez, los comportamientos de los líderes, como *The New York Times*, que en ocasiones puede establecer el *agenda-setting* con tanta firmeza como cualquier presidente o dictador.

McCombs, investigador de la Universidad de Texas en Austin y presidente de la Asociación Mundial para la Investigación de la Opinión Pública, destaca que los valores profesionales de los periodistas, las tradiciones y las prácticas conforman sus propios juicios sobre el uso del material. La fuerza de estas influencias profesionales, señala, es subestimada por el concepto de *gatekeeping*.

Para entender la importancia del establecimiento de la agenda temática, vale la pena hablar sobre el papel de los *gatekeepers* o filtros en la selección de información y su jerarquización.

1.2 Los *gatekeepers* y la selección de información

A diario surgen cientos de noticias importantes en todos los ámbitos: nacional, internacional, economía, cultura, deportes, etc., sin embargo, no hay un medio de comunicación que pueda transmitir a la audiencia todo este potencial de información.

Hoy en día, la información suele ser caótica y excesiva, y resulta inútil si no se elige lo relevante. No obstante, a menudo resulta difícil discernir qué es importante y trascendente, sobre todo porque los medios se enfrascan en una competencia en la que a veces privilegian lo escandaloso y lo trivial, en aras de lograr un mayor público.

En un medio de comunicación, sea prensa, radio o televisión, se puede decir que más de 75% de las noticias potenciales se desestiman a primera vista y nunca se transmiten a la audiencia; no existe un espacio físico o tiempo suficiente para imprimir o transmitir todo aquello de lo que se dispone. De ahí, la necesidad de elegir la información.

Son precisamente éstos los primeros pasos del proceso diario de la información. No todo el material que supera esta preselección recibe el mismo tratamiento cuando se presenta a la audiencia. Parte del mismo se utiliza extensivamente y se destaca sobremanera; otras noticias reciben menor atención.

Pero en estos procesos que intervienen en el quehacer informativo diario van acompañados del peligro de la parcialidad o del subjetivismo. Los mismos procesos forman parte de las secuencias negativas de la *agenda-setting*, en la cual los periodistas pueden inventar la actualidad, distinto de inventar la noticias.⁶

Partiendo de la idea del periodismo como *realidad inventada*, como lo denomina Martínez Albertos, el profesional del medio de comunicación diseña una realidad adaptada a su propio soporte. Tal realidad apenas es un trozo de la realidad total; es decir, es una realidad fragmentada correspondida con una realidad pensada, estructurada y formada por hechos que se han elegido en función del interés del editor, director y de los periodistas de ese medio, y

⁶ Martínez, Albertos, José Luis: *El lenguaje periodístico*, citado por González Borjas, Antonia "Producción del temario periodístico local" en *Revista Latina de Comunicación Social.*, número 25, enero 2000, p3. La Laguna (Tenerife), dirección electrónica: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yene/150antonia.html>

no necesariamente en función del interés de su público.⁷ Y precisamente este proceso se realiza sobre la decisión de los *gatekeepers* con base en sus propios criterios.

Quien verdaderamente selecciona, jerarquiza la información es el guardabarreras, filtros, vigilante o *gatekeeper*. Generalmente los periodistas encargados de ese cometido poseen un cargo medio o elevado: director, subdirector, jefe de sección, jefe de redacción o coordinador de área.

El concepto de *gatekeeper* (seleccionador) ha sido elaborado por Kurt Lewin en un estudio de 1947, sobre las dinámicas interactivas de los grupos sociales, en particular, respecto a los problemas relacionados con el cambio de hábitos en la alimentación. Identificando los canales por los que discurre la secuencia de comportamientos relacionados a un determinado campo.⁸

Lewin observa que algunas zonas en los canales pueden funcionar como puertas, porteros o zonas filtro. Estas zonas filtro, dice, son controladas por sistemas objetivos de reglas o bien por los *gatekeepers*: en este caso, un individuo o un grupo tiene el poder de decidir si deja pasar o bloquea la información.

En 1950, el concepto *gatekeeper* fue utilizado por Wite D.M. para estudiar el desarrollo de la influencia de noticias y para identificar los puntos que funcionan como porterías, los cuales que determinan si la información pasa o es descartada. Los primeros estudios permitieron descubrir dónde y en qué puntos del aparato la acción de filtro es ejercida explícita e institucionalmente.

⁷ *Ibidem*, p.4

⁸ Wolf, Mauro. *Op. Cit* .p. 204

Las decisiones del *gatekeeper* no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien con relación a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad (ROBINSON, 1981, 97)⁹

Para algunos teóricos, los criterios de importancia funcionan conjuntamente: son las distintas relaciones y combinaciones las que determinan los diferentes valores-noticias; cuantas más cualidades exhibe un acontecimiento, mayores son sus posibilidades de ser incluido.

Mauro Wolf, en su libro *La investigación de la comunicación de masas*, destaca que los valores-noticia se derivan de aseveraciones implícitas o de consideraciones relativas a:

- a) Las características sustantivas de las noticias; su contenido.
- b) La disponibilidad del material y los criterios relativos al producto informativo.
- c) El público
- d) La competencia

El primer orden de consideraciones corresponde al acontecimiento que debe ser transformado en noticia; el segundo, al conjunto de los procesos de producción y de realización; el tercero, a la imagen que los periodistas poseen de los destinatarios, y el último, a las relaciones entre los medios masivos presentes en el mercado informativo.

⁹ *Ibidem*, p. 206

Como resultado, podemos decir que la población recibe una representación de la vida social fragmentada, descontextualizada y poco clara en cuanto a por qué suceden los hechos y qué consecuencias se derivan de ellos.

Ya es un tópico admitir que las noticias no son un reflejo de la realidad, sino una representación de la misma: una reconstrucción de los acontecimientos en forma de discurso, resultado de varios factores, entre los que se encuentran los procesos de selección llevados a cabo por los *gatekeepers*. De esta manera, podemos concluir que las noticias están muy lejos de ser objetivas: son historias de los acontecimientos de la realidad.

2. Canal Once

2.1 Breve repaso de la historia de la televisora del IPN

Desde el inicio de la televisión en México en los años 50, se comprendió el alcance y la capacidad de este medio de comunicación, por lo que la pelea para obtener los permisos necesarios para la transmisión de señales y la comercialización de este medio fue crucial.

En 1935, Guillermo González Camarena ya realizaba sus primeros experimentos con la televisión en México. Una década después, la visita a nuestro país del inventor de los bulbos electrónicos, Lee Forest, alentó a Camarena a continuar sus proyectos; ese mismo año se presentó la primera cámara de televisión construida en México.

El 7 de septiembre de 1948 fue inaugurada la primera estación televisora del país; sin embargo, fue hasta 1950 cuando se otorgó la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión: canal 4, XHTV, de la empresa Televisión de México, propiedad de Rómulo O'Farril Junior.

En mayo de 1951, canal 2 XEWTV inicia sus transmisiones concesionado por la empresa Televimex, S.A, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, propietario de la XEW.

Para marzo de 1952, el ingeniero Guillermo González Camarena lanza la tercera estación de televisión en nuestro país: canal 5, XHGC, concesionado por la empresa Televisión González Camarena, S. A.

El éxito de este importante medio de comunicación permitió que el 26 de mayo de 1955 los canales de televisión 2,4 y 5 se fusionaran para dar paso a lo que sería durante varios años Telesistema Mexicano, S. A; sin embargo, las televisoras prefirieron conservar su propia concesión.

En diciembre de 1958, al finalizar el mandato presidencial de Adolfo Ruiz Cortines, en medio de numerosas huelgas, problemas políticos y sociales, surge Canal Once, XEIPN TV, del Instituto Politécnico Nacional, como primera estación cultural y educativa del país y de América Latina. ¹⁰

¹⁰ Como todo cambio presidencial, 1958 fue un año de reacomodo de fuerzas y grupos políticos, pero también un año importante en la vida democrática de nuestro país, ya que en este periodo se otorgó el voto a la mujer.

El 15 de diciembre de 1958, Canal Once comenzó a transmitir al aire desde un pequeño estudio con cámaras de circuito cerrado al amparo de un permiso otorgado telegráficamente al director del IPN por el Departamento de Concesiones y Permisos de la SCOP.

Sin embargo, no fue sino hasta el 2 de marzo de 1959 cuando la televisora del Instituto Politécnico Nacional comenzó sus transmisiones, de manera regular, bajo la batuta del ingeniero Alejo Peralta, entonces director del IPN.

La primera transmisión de Canal Once fue una clase de matemáticas impartida por el maestro Vianey Vergara Sedeño, a las diecisiete horas, desde un pequeño estudio con cámaras de circuito cerrado, con una señal débil, visible en un número muy reducido de telehogares.

Durante los primeros cuatro años se difundieron curso aislados de matemáticas, física y electrónica, clases de inglés, francés, alemán, y documentales de embajadas.¹¹

Debido a que desde su inicio contó con limitaciones técnicas y financieras, la emisora del IPN se limitó en cuanto a la potencia, ya que sólo cubría el área metropolitana con una señal débil. Además, el régimen bajo el cual quedó conformada fue de permisionario, financiado y operado exclusivamente con fondos del erario.

Otros organismos que apoyaron a Canal Once fueron el Instituto Nacional de Bellas Artes y el Instituto Nacional de Antropología e

¹¹ TV ONCE. *Informe de labores de XE IPN TV Canal Once. Compendio del 1 de diciembre de 1976 al 30 de noviembre de 1982*. México, 1982. p. 1

Historia, con lo que se amplió su programación con series artísticas, científicas, musicales, antropológicas y literarias.¹²

Sin embargo, en 1963 esta televisora tenía apenas cuatro horas diarias de programación de lunes a sábado y no fue sino hasta después del conflicto estudiantil, en 1969, cuando por decreto presidencial se estableció que Canal Once se dedicara a la transmisión de programas culturales, de apoyo educativo, de orientación social, informativos y de entretenimiento.

Ese mismo año, la televisora del Instituto Politécnico Nacional comenzó a transmitir desde el cerro del Chiquihuite, con una señal débil y totalmente errática, pues la antena diseñada para transmitir desde el Casco de Santo Tomás se instaló 700 metros arriba de su sitio original por lo que no hubo grandes avances durante los siguientes nueve años. Aun así, en 1970 aumentaron considerablemente los controles remotos desde el Palacio de Bellas Artes.

El siguiente paso a la modernidad fue en 1975, cuando el Canal adquirió su primer equipo a color; éste consistía en una unidad móvil, equipo de estudio, un telecine, una videograbadora y unas plantas de energía eléctrica de 150 kilovatios.

En 1978, bajo la dirección de Pablo Marentes, se establecieron horarios permanentes de transmisión y la producción fue apoyada por la UNAM Y la RTC.

¹² Hernández Montoya, Dalia. *Perfil de Canal Once, XEIPN-TV: Retos y perspectiva, 1958-2001*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. FCPyS, UNAM, 2002. P.50

Poco a poco Canal Once salió del subsuelo experimental. En 1981, su programación podía verse en todo el Distrito Federal y, mediante un repetidor en Cuernavaca, se cubría casi todo el territorio nacional.

En 1988 se remodelaron los estudios de la emisora del IPN y se adecuaron las unidades móviles; además, se autorizó la transmisión vía satélite de Canal Once a todo el país a través del Satélite Morelos.

Para el 8 de octubre de 1989, gracias a una serie de modificaciones en el reglamento derivado de la Ley Federal de Radio y Televisión, el Canal comenzó a obtener ingresos fuera del presupuesto por medio de la figura de patrocinios. “Canal 11 inicia intensa campaña a través de 54 agencias de publicidad, con el afán de que, a partir de 1990, el capital nacional y transnacional apoye la producción de programas culturales, según informó el director del canal, Jorge Velasco”.¹³

En la década de los noventa, Alejandra Lajous fue ganó respeto entre los medios de comunicación al aplicar políticas más agresivas. Con Lajous, Canal Once inició cambios en su programación; se dejaron de transmitir programas como *reflexiones*, *La Hora cero*, *Enlace con la comunidad* y *Hoy en la cultura*, entre otros. Además de estos y otros cambios, se aumentó la programación con series extranjeras, películas y documentales.

Entre los programas extranjeros con que cuenta el Canal, destacan producciones de empresas de comunicación tales como la BBC de

¹³ Citado por Díaz Rodríguez, Verónica “Canal Once 40 años después” *El Financiero*. 28 de febrero de 1999.

Londres, Turner Productions, Televisión Española, Paramount y Discovery Internacional, por citar algunos.

También a principios de los noventa, se consiguió patrocinio de empresas paraestatales y se redujo el número de empleados. Rápidamente esta emisora se convirtió en una opción televisiva dedicada a cumplir su mandato de televisión educativa y cultural. Sin embargo, ineficiencias administrativas y limitaciones crecientes en su presupuesto impuestas a lo largo de varios años, llevaron a Canal Once a un punto crítico. En 1991, el *rating* alcanzó únicamente el 0.2% del público televidente.¹⁴

El reto de la nueva administración de Canal Once, en ese momento, era revertir su escasa penetración para llegar a un mayor número de televidentes con programas de calidad que lograrán conjugar la inteligencia con el arte y el entretenimiento.

Para lograr este objetivo fue necesario replantear la estructura y operación de la emisora. Asimismo, se buscaron fórmulas que permitieran allegarse de recursos y comercializar espacios sin que ello implicará dejar de percibir el apoyo económico del gobierno.

En 1992 se logró un convenio entre Canal Once, el director del Instituto Politécnico Nacional y Nacional Financiera con el fin de formar un fideicomiso para Canal Once.

Para 1999, la televisora del IPN amplió la transmisión de su programación las 24 horas diarias e inició el fortalecimiento de su producción interna.

¹⁴ Canal Once. *Informe de actividades 1991-1994*. México, 1994. P. 5

Para entonces, 51% de programación realizada por Canal Once comenzó a tener calidad de exportación. Varias de las series fueron compradas por 21 países, entre ellos España, Estados Unidos, Hungría, Argentina y China. Entre las mejores están la barra de niños, como Bizbirije, y aquellas que rescatan las tradiciones y el rostro de los mexicanos: *Águila o sol*; *Mochila al hombro*; *México, ciudad de ciudades* y *Los últimos santuarios*, entre otras.¹⁵

Al finalizar la administración de Alejandra Lajous Vargas, Canal Once alcanzó la solidez necesaria para adaptarse a las transformaciones sociales sin perder su perfil de difusión de la vida cultural de México.

Con la nueva administración de Vicente Fox, el 9 de enero de 2001, Julio Di Bella Roldán asumió la dirección de Canal Once, en sustitución de Alejandra Lajous, quien se mantuvo al frente de la emisora durante una década. Para ese año, la televisora del IPN ya cubría el 48% de su programación interna.

Pero la historia de Canal Once aún no termina de escribirse, durante su toma de posesión, Julio Di Bella destacó los proyectos principales de su futura administración. Entre otras cosas, señaló la firme idea de mantener a la emisora como una televisora alternativa, que no represente lo mismo que la televisión comercial, que mantenga su programación, que impulse la cultura y siembre valores.

A decir de Julio Di Bella, entre los grandes restos para antes del 2006 destacan:¹⁶

¹⁵ Toussaint, Florence, “40 aniversario del Once” *Proceso*, No. 1166. México, 7 de marzo 1999. P. 54

¹⁶ Laura Islas Reyes, “Julio Di Bella. Para reformarlos, alguien debe tomar la decisión” *etcétera*, marzo 2003. www.etcetera.com.mx/pag63ne29.asp

- La digitalización
- Eliminar el rezago tecnológico de 20 años
- Producir programas rentables de alto contenido
- Lograr una estación cultural y educativa que no sea aburrida.

Por lo pronto, durante los primeros dos años de la administración de Julio Di Bella se logró incrementar la cobertura de 22 a 44% y se lanzó la señal de prueba de Canal Once a las ciudades de Dallas, Atlanta, Chicago y Los Angeles con la finalidad de entrar a Estados Unidos, Puerto Rico y Canadá.

En este período se logró la Certificación ISO 901:2000 en transmisión de señal abierta de televisión y vía internet. También, gracias al profesionalismo de quienes laboran en la emisora del IPN y a la calidad de la programación, en el 2001 se otorgaron 20 premios y reconocimientos. En el 2002, Canal Once obtuvo 11 premios nacionales y 13 internacionales; entre ellos, el Premio Internacional de Televisión para la juventud de la UNESCO, la Comisión Europea y el Consejo Nacional para la Investigación Científica de Francia. En los primeros seis meses de 2003, se obtuvieron seis premios y cinco reconocimientos.

El 26 de abril de 2004, Canal Once inició la transmisión de su señal internarnacional a Estados Unidos bajo el nombre Once México. Esto gracias a un convenio con la distribuidora de televisión por satélite Direct TV y con la empresa de transmisiones por satélite SATMEX.

Sin duda, en 45 años de estar al aire, Canal Once ha vivido cambios significativos sin dejar de ser del IPN y sin perder su línea cultural. Ahora, su visión es ser el medio de comunicación público más

importante de México, líder mundial en la generación y transmisión de contenidos educativos y culturales de habla hispana.

2.2 Once Noticias

Como televisora de servicio público, Canal Once se ha mantenido al aire sin perder su línea cultural, de entretenimiento y de información.

El propósito de la emisora ha sido servir a todos los sectores de la sociedad, de ahí la diversidad de su programación, que incluye programas infantiles, juveniles, culturales, musicales, informativos y películas.

Los programas informativos y noticiosos tienen su origen en 1975. En ese año, los programas de Raguél Tibol, Miguel Granados Chapa, Froylán López Narvaez y Antonio Rodríguez comenzaron a tener prestigio.¹⁷ A mediados de año, la Subsecretaría de Radiodifusión produjo especialmente Once Color y un noticiario bajo la coordinación de Sergio Romano denominado *El mundo de las ocho*.

Hacia la segunda mitad de la década de los setenta, la televisora aumentó la potencia de su señal y su nuevo director, Juan Saldaña, le imprimió un sello de servicio social.

Entre los propósitos generales de los programas informativos en aquella época destacan: dar a conocer los acontecimientos nacionales e internacionales, sus antecedentes, los elementos que constituyen los hechos y sus repercusiones. Este tratamiento

¹⁷ Informe de Labores de XE IPN TV Canal Once. *Op. Cit.* P. 3

informativo permitiría enlazar los hechos con los individuos y analizar sus repercusiones en la ciudadanía.

Entre agosto y septiembre de 1977 se iniciaron las series: *En voz alta*, que conducían indistintamente Sergio Romano, Juan Saldaña y Verónica Rascón, así como *Del hecho al dicho*, de Virgilio Caballero, transmisión que tuvo gran aceptación entre el público televidente.

En este último programa estuvieron grandes personalidades del periodismo, como Mario Zapata, comentaristas de asuntos internacionales, y otros, como Manuel Buendía, Carlos Marín, Alejandro Ramos, Miguel Sánchez de Armas, René Delgado y Oscar Hinojosa, entre otros.

Al frente de la Dirección de Noticias, Virgilio Caballero -quien en 1979 recibió el Premio Nacional de Periodismo- siguió un proyecto que intensificó la presencia del Once en la pantalla chica, no obstante fue cesado en 1980, cuando el Canal estaba encabezado por Pablo Marentes.

En 1978, la información noticiosa y analítica se renovó y transformó los noticiarios *Enlace*, *A la última hora* y *Siempre en el Once*. Un año después, en el área de Noticias se estableció la grabación en videocassette a fin de evitar el costoso método de filmación en 16 milímetros.

En 1979, los noticiarios de Canal Once participaron activamente en transmisiones de índole internacional, como las visitas del papa Juan Pablo Segundo y el presidente Carter.

Este mismo año, a petición de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, se inició la edición de las 13:30 hora del noticiario *Enlace* para ser distribuida por la Red de Televisión Rural.¹⁸

A raíz de los sismos del 85 surgió *Enlace con la comunidad*, con la finalidad de mantener un vínculo con la ciudadanía. En este programa desfilaron diversas personalidades de la vida política, cultural y artística de México.

En 1986, durante la administración de Guillermo Velasco, la directora de Noticias, Beatriz Pagés, incorporó a su equipo a Pedro Ferriz de Con y Adriana Pérez Cañedo, para conducir los noticiarios de *Enlace* en los horarios de las 21:00 horas y 15:00 horas, respectivamente.

Poco después, Beatriz Pagés dejó la dirección de Noticias y entró Eduardo Torreblanca.

...desde la segunda mitad de los 80, XEIPN le puso número a la casa de los *ratings*, en particular con las transmisiones de películas y un área de noticias, entonces dirigida por Eduardo Torreblanca, que dotaba de credibilidad al Canal en una época en la que Jacobo ya empezaba a dar muestras de cansancio y en Imevisión no había llegado quien sustituyera al polémico Joaquín López Doriga.¹⁹

En 1989 Pedro Ferriz dejó *Enlace* y un año después hizo lo mismo Adriana Pérez Cañedo para incorporarse a los noticiarios de *Para empezar* en Estéreo Rey. Los sustituyeron Mayté Noriega y Pedro Talavera.

¹⁸ *Ibidem.* p. 29

¹⁹ Báez Rodríguez, Francisco. "Cuarentón en buena forma" *etcétera* 11 de marzo de 1999.

Pocos meses después, Alejandra Lajous tomó posesión como directora de Canal Once. Sus diferencias con Mayté Noriega marcaron la salida de la periodista y así inició una nueva etapa con Sergio Uzeta en 1994.

Con el propósito de mantener informado al público matutino de Canal Once, el 4 de septiembre de 1995 entró al aire *Café Express*, un noticiario independiente de la Dirección de Noticias bajo la conducción de la periodista Adriana Pérez Cañedo, quien regresó a la televisora del IPN después de cinco años de ausencia.

Durante los primeros 20 años el noticiario se transmitió de las 21:30 a las 22:00 horas bajo el nombre de *Enlace*, título que mantuvo hasta el 27 de septiembre de 1998. Debido principalmente a que se consideró que este espacio informativo había ya cumplido un ciclo al aire, y con la finalidad de darle un mayor impacto y presencia al noticiario y a su titular, fue entonces cuando *Enlace* cambió su nombre a *Noticias con Sergio Uzeta*.

De igual forma, *Café Express* cambió de nombre a *Noticias con Adriana Pérez Cañedo* y se incorporó al área de Noticias, bajo la dirección de Sergio Uzeta. La razón, fue el intento de unificar los espacios informativos, las políticas y lineamientos, pero con características propias.

En el momento en que se cambió el nombre de los noticiarios se decidió incluir a los conductores en el título para que ésta tuviera un mayor impacto en el televidente y, por lo tanto, que hubiera un mayor posicionamiento público de los programas de noticias.

Desde entonces, el área de Noticias ha sufrido grandes transformaciones. Con el inicio de la administración de Julio Di Bella se abrió un nuevo espacio de lunes a viernes, a las 16:30 horas, bajo la conducción de Laura Barrera, en tanto que el noticiario nocturno se amplió a una hora. Sin embargo, tras la salida de Sergio Uzeta y, posteriormente de Laura Barrera, se realizaron ajustes en la conducción de los informativos.

De esta manera, Adriana Pérez Cañedo se quedó como titular del noticiario nocturno; Miguel de la Cruz en el espacio matutino, mientras que el noticiario vespertino cambió su formato a revista informativa e inició una nueva etapa como *De todo con Carmen* y posteriormente *D´todo con María Roiz* bajo la conducción de María Roiz.

Pero los cambios en el noticiario matutino no terminaron ahí, pronto Miguel de la Cruz dejó la conducción de su espacio informativo, mismo que quedó a cargo de Gabriela Calzada, quien años atrás participó como conductora en los espacios de Eco, en Televisa, y que a partir de 2002 empezó en *Noticias con Gabriela Calzada*.

2.3 Noticias con Gabriela Calzada.

Una de las principales preocupaciones y de los grandes desafíos de la administración de Julio Di Bella fue la elaboración de un nuevo concepto de noticiarios para lograr que Canal Once dejara de ser una televisión oficial al servicio del gobierno.

Durante su toma de posesión, el 9 de enero de 2002, Di Bella se refirió a esta área:

Dejaremos atrás la autocomplacencia, haremos crítica, presentaremos el claroscuro de las cosas y generaremos polémica, siempre con profundo análisis de los contenidos y con respeto a las personas involucradas. A demás, nos gustaría ampliar la diversidad de las noticias que se presenten e incrementar el tiempo de los noticiarios.²⁰

Ante este panorama, la televisora del IPN realiza tres noticiarios diarios: *Noticias con Gabriela Calzada*, de 7 a 8:30; *dtodo con maría roiz*, de las 19:00 a las 19:30, y *Noticias con Adriana Pérez Cañedo*; de 21:00 a 22:00 horas.

2.3.1 Estructura.

Actualmente, *Noticias con Gabriela Calzada* se transmite de lunes a viernes de 7:00 a 8:30. Aunque este informativo está estrechamente ligado con los otros dos noticiarios, posee características propias acorde a su público y a su horario.

En principio, *Noticias con Gabriela Calzada* inicia con un Panorama de la información más importante, donde se incluyen *Inserts* o puentes de imagen. Con el fin de dar mayor dinamismo a este espacio de noticias se incorporaron algunas secciones:

- Agenda ciudadana
- Salud
- Ciencia y tecnología
- Medio ambiente

²⁰ Citado por Arriaga, David “El desafío de democratizar Canal 11” *El Día*. 16 de marzo de 2001

- Cultura
- Deportes
- Al centavo
- Músicos, poetas y otros y/o La nave va
- Consumo-Cuidado de la PROFECO

En estos espacios se tratan temas de interés propias de cada una de las secciones, con excepción de Músicos, poetas y otros, que está relacionado con las efemérides. Además, en Consumo-Cuidado los temas y las recomendaciones están a cargo de la Dirección de Comunicación Social de la PROFECO.

Otro sello que caracteriza al noticiario matutino son los temas que se abordan día con día. En este sentido, se trata de profundizar en un tema, sea de tipo social, económico, cultural o de salud, y de reforzarlo con reportajes especiales, sondeos, numeralías y entrevistas. Además, se invita al público a participar y a dar su opinión sobre el asunto de que se trate.

Las entrevistas y los controles remotos también son una parte importante; sin embargo, no todos los días se cuenta con un invitado en el estudio ni se transmite diariamente un enlace o control remoto.

No toda la información es del día anterior; también se cuenta con información fresca, como la tradicional conferencia matutina del Jefe de Gobierno del DF; Andrés Manuel López Obrador, lo último de la información internacional, la cotización del dólar, el clima, etc. Asimismo, se presentan dos resúmenes informativos: el primero a las 7:30 y el segundo a las 8:00 y, para quienes se preparan a salir

rumbo al trabajo o a la escuela, un reloj en pantalla indica la hora exacta.

2.3.2 Deficiencias, logros y desafíos

Si bien es cierto que los noticiarios de Canal Once han sufrido varias transformaciones, éstas no siempre han sido bien aceptadas por los televidentes.

El bajo presupuesto que el Canal recibe anualmente, y algunas decisiones no muy acertadas, son algunos de los factores que han influido negativamente en estos espacios informativos.

Adriana Pérez Cañedo recuerda su llegada a la televisora del IPN: "Cuando yo llegué al Canal se decía que frente a sus cámaras se podía cometer el crimen perfecto, porque nadie lo veía; hoy veo con gusto que cada vez más gente está pendiente de él."²¹

Sin embargo, muchas son las opiniones de quienes aseguran que los cambios en la emisora son cosméticos. Según Virgilio Caballero, el gran ausente en la señal es el compromiso periodístico y el contenido social de verdadero servicio público.²²

Lo cierto es que las modificaciones en el área de Noticias, a partir de 1999, permitieron ampliar los segmentos informativos media hora, tanto en la mañana como en la noche, y se agregó un corte informativo de cinco minutos a las 19:30 horas. Además, se abrió otro espacio de Noticias a las 19:00 horas que con información de espectáculos, salud y ciencia y tecnología, así como *Perspectiva*, un

²¹ Díaz Rodríguez Verónica. *Op. Cit.* 28 de febrero de 1999

²² *Idem.*

programa de análisis que se transmite todos los domingos a las 22:00 horas y en el cual un grupo de especialistas hablan sobre algún tema. También en este periodo se agregó la sección de deportes, que nunca antes en la historia de los noticiarios de Canal Once se había difundido.

En 1999, bajo la dirección de Sergio Uzeta, las modificaciones en los tiempos de transmisión trajeron consigo un nuevo estilo de informar. Fue así como Noticias con... pasó a ser Sistema Informativo Once, un nuevo estilo que para algunos críticos se trató de un plagio.

Florence Toussaint, en la revista *Proceso*, señaló que eran muchas las coincidencias para que no se notara el plagio. Detrás del Sistema Informativo Once, dijo, está la Fuerza Informativa Azteca.

Otro de los defectos muy evidentes, señala Toussaint, era que el conductor del noticiario nocturno permanecía de pie en el primer bloque del programa, lo que rompía totalmente con la seriedad que caracterizaba a Uzeta. También, en estos cambios, se citaba a los reporteros en el estudio para que dieran el contexto y el color de la nota que se acababa de transmitir.

“Hay que renovarse, pero no para empeorar y perder así lo que con años se logró: un estilo en el cuadrante cuya importancia no tiene por qué medirse en *rating*. Debieran ejercer creatividad de los productores en lugar de copiar fórmulas con un supuesto éxito de audiencia.”²³

²³ Toussaint, Florence “Sistema Informativo Once” *Proceso*. No. 1284. 10 de junio 2001

Si bien estos cambios no duraron más de unos meses, fue una etapa en que los noticiarios carecían de un estilo propio.

En esa época, el noticiario matutino no tuvo mejor suerte. En 1998, con un espacio de hora y media, *Noticias con Adriana Pérez Cañedo* se dividió en tres segmentos de media hora para repetirse cada 27 minutos. Después de casi un año, poco a poco se fueron agregando secciones como Agenda ciudadana, Deportes, Cultura y Nuestro entorno.

En agosto de 2001, tras la salida de Sergio Uzeta de Once Noticias por diferencias con la nueva administración de Julio Di Bella, Adriana Pérez Cañedo pasó a ocupar la titularidad del noticiario nocturno, después de casi seis años de estar al aire durante la mañana.

En ese momento, Miguel de la Cruz asumió la conducción del noticiario de 7:00 a 8:30. Con los nuevos cambios se intentó aligerar el formato y variar la conducción, por lo que durante algunos meses desfilaron por este informativo varios reporteros sin una preparación previa para la conducción. una decisión no muy acertada que se reflejó en un bajo *rating*.

A finales de 2002 este espacio informativo inició una nueva etapa bajo la conducción de Gabriela Calzada, con un estilo propio y un formato mejor consolidado. Además, comenzó una época de cambios y modernización tecnológica en el área de Noticias.

Si bien es cierto que en la actual administración, Once Noticias se ha visto favorecida con la digitalización del sistema de computo, *Noticias con Gabriela Calzada* no logra colocarse en el gusto del público, pues registra niveles de audiencia que oscilan entre 0.5 y

1.3%, en comparación con los noticiarios matutinos de las televisoras privadas, que se mantienen entre 3 y hasta 6.5 puntos de *rating* , con excepción de los canales 22, 34 y 40.²⁴

**Niveles de Audiencia del Género Noticias en la Televisión Abierta
Transmisión: Miércoles 02 de Julio de 2003**

Programa	Hora	Rtg	Shr	Alc	Enc	Ret
2 Noticiero con Joaquin López Doriga Noticiero con Lolita Ayala. En Contraste.	22:36	17.2	26.9	39.2	63.9	43.9
	14:29	7.5	21.4	15.3	35.0	48.9
	05:49	6.9	32.3	27.7	21.2	24.7
4 Nueva Visión El Mañanero Noticiero A las tres	21:00	6.6	8.9	22.8	74.3	28.9
	05:56	4.1	16.9	23.6	24.3	17.4
	14:59	4.1	10.2	14.2	39.8	28.6
7 Hechos del 7 Entrevista con Sarmiento	21:00	7.1	9.8	22.9	72.7	31.0
	00:09	2.4	9.5	8.9	24.9	26.5
11 Noticias con Adriana Pérez Cañedo Once Noticias en Corto Avance De Todo con María Roiz Noticias con Adriana Pérez Cañedo M/N De todo con María Roiz Noticias con Gabriela Calzada	21:00	2.6	3.5	12.9	73.9	19.9
	19:59	2.0	3.1	2.4	63.5	81.4
	19:15	1.9	3.2	1.9	61.6	100.0
	23:59	1.3	4.2	4.0	31.1	33.4
	19:30	1.3	2.1	6.5	62.4	20.3
	07:00	0.7	2.6	3.9	24.9	16.9
13 Hechos Noche Hechos Hechos AM Hechos Noche (Repetición)	22:14	11.9	17.2	28.1	69.5	42.5
	15:05	6.3	15.6	19.7	40.2	31.9
	05:54	3.8	18.9	17.9	20.1	21.2
	00:12	2.7	11.0	6.5	24.5	41.8
22 Not. TVC Not. Ventana 22	23:45	0.6	2.0	4.6	32.0	13.9
	20:00	0.5	0.7	2.4	65.2	18.8
34 Noticiero 34 12 Tarde Noticiero 34 12 Noticiero 34 12 (Repetición) Noticiero 34 12 Noticiero Deutsche Welle	19:01	0.6	0.9	2.5	61.0	22.3
	21:01	0.6	0.9	3.7	74.1	17.1
	00:34	0.5	4.2	3.5	13.0	15.7
	07:00	0.2	0.9	1.7	23.4	12.9
	08:00	0.1	0.4	0.9	28.9	12.0
40 CNI Noticias CNI Noticias de la Mañana Not. Journal	21:59	1.5	2.1	9.8	69.8	15.0
	06:59	0.2	0.9	2.6	26.4	9.1
	17:00	0.2	0.3	0.9	47.6	19.3

Para el ex director de Noticias, José Hamra, hay dos razones: la primera es que mucha gente desconoce que hay un noticiero matutino en Canal Once y que no se ha dado una difusión efectiva de la programación que está en Noticias. Afirma que se ha comprobado

²⁴ Fuente: IBOPE AGB/Telereport / AMCM/ Julio, 2003

a través de estudios en la emisora, que hace falta difusión y promoción externa. Otra razón es que empieza a las 7:00 horas cuando la mayoría de la gente ya se informó en los otros medios de comunicación que inician desde las 6 de la mañana; además, a esa hora gran parte de los televidentes ya salieron o están por salir de su casa.

Otra razón es que *Noticias con Gabriela Calzada* no ha logrado un ritmo o una dinámica pese a que informativamente es bueno, tiene su propio estilo, personalidad, y ha fortalecido sus contenidos. Para el ex director de noticias, el problema es más estructural y de horario que de contenido.

Lo que necesitamos es replantear los horarios, yo creo que eso nos va ayudar. Otro problema que va a resolverse es que tenemos mucha información: con hora y media queda todo muy de prisa. Tenemos que relajar la información; quizás la media hora extra le va a dar una dinámica diferente, un noticiario más relajado. Los noticiarios van a poder comentar más, las entrevistas van a ser un poco más amplias.²⁵

Entre los objetivos inmediatos en *Noticias con Gabriela Calzada* están ampliar el horario matutino a dos horas, cambiar el horario de 6 a 8 a.m., dar una dinámica diferente, relajar la información y, al mismo tiempo, fortalecer los contenidos, pero sin perder la noción del noticiario.

Por lo pronto, a este equipo de noticias se incorporó como nueva conductora, Elisa Alanis, quien anteriormente estuvo en Canal 40, y quien ahora se hace cargo de perspectiva.

²⁵ Entrevista a José Hamra, ex director de Noticias de Canal Once

A dos años de la administración de Julio Di Bella, Once Noticias inició una nueva etapa en octubre de 2003, con una nueva imagen y principalmente logró la certificación de calidad ISO 9001.

3. Los criterios de selección y la agenda temática de Noticias con Gabriela Calzada

Para comentar la agenda temática de *Noticias con Gabriela Calzada* y los criterios en la selección de información es importante hablar de la televisión pública y de los intereses que la mueven, sobre todo porque en una sociedad como la nuestra, en aras de lograr un mayor público los medios de comunicación a veces dan prioridad a lo escandaloso, lo amarillista y lo trivial.

3.1 Los criterios de selección y la Televisión Pública

Sin duda, desde el surgimiento de la televisión pública y privada los intereses que las mueven son diferentes: mientras que la prioridad de la televisión privada es hacer negocio, para la televisión pública su interés está orientado a la sociedad:

Toda la televisión, de una u otra manera, entretiene, informa e incluso educa. Pero la televisión comercial hace todo eso para ganar dinero o para cumplir con la agenda de algún grupo de interés privado. La televisión de gobierno entretiene, informa o educa, como parte de un proyecto para ampliar o mantener la hegemonía política. La televisión pública cumple con tales fines como servicio a la sociedad.²⁶

²⁶ Trejo Delarbre, Raúl. "Diferencia y Novedad de la Televisión" Ensayo. *Etcétera* marzo 2003 www.etcetera.com.mx/pag.55ne29.asp.

Para Raúl Trejo Delarbre, la televisión pública está orientada por el interés general, el interés de la sociedad. Para la televisión privada la prioridad son las ganancias financieras, mismas que definen, en buena medida, el comportamiento, las alianzas, la responsabilidad y desde luego los contenidos de los medios privados.

A continuación se enlistan las principales diferencias entre la televisión pública y privada según el investigador en comunicación Enrique Bustamante en *Televisión económica, financiación, estrategias y mercados*.²⁷

	Televisión Pública	Televisión Privada
Papel del Estado	Estado-gestor	Estado-árbitro
Garantía del pluralismo	Gestión pública	Mercado (competencia)
Financiación	Canon	Publicidad
Dinámica dominante	Política /cultura	Economía/política
Objetivos programativos	Información/educación/ Entretenimiento	Entretenimiento
Producción	Propia-nacional	Múltiple (propia-ajena) (Nacional-Importada)
Destinatario	Ciudadano	Consumidor
Legitimación	Satisfacción (audiencia acumulada)	Cantidad (fidelidad)

* Cabe destacar que en los últimos años, en la televisión pública, como Canal Once, la producción se ha multiplicado y, al mismo tiempo, diversificado, sea propia o importada.

Enrique Bustamante comenta que los recursos de la televisión pública son determinados por el gobierno, y a menudo son inferiores a las necesidades de los medios, por lo que las televisoras públicas se ven obligadas a incrementar su dependencia de la publicidad; esto en situación de competencia, resulta difícil y condicionan tanto la programación como la producción.

²⁷ Citado por Dalia Montoya Hernández. *Op cit* p.8

Para el investigador Dominiue Wolton, la televisión privada procede de la lógica económica al llegar a un vasto público; de esta manera garantiza un amplio mercado y, por lo tanto, genera grandes ganancias sin importar el contenido de sus programas.

En este sentido, Enrique Bustamante considera que la televisión pública debe responder a las demandas de una programación de calidad; promover la innovación creativa; representar la diversidad cultural, social y regional de cada país, y asegurar una información equilibrada, plural y autónoma.

Lo cierto es que, hoy en día, algunos medios de comunicación masivos, enzarzados en una feroz competencia por el *rating*, ven al televidente como un consumidor y no como un ciudadano.

Un ejemplo claro fue el cambio de estilo en la conducción de Javier Alatorre, desde el momento en que IMEVISIÓN se convirtió en Televisión Azteca. La metamorfosis que sufrieron los noticiarios de TV Azteca los orilló a un estilo amarillista, poco serio y superficial.

En esta lucha por el *rating* la televisora del Ajusco llegó a inventar su propia historia de inseguridad, como aquella donde un supuesto asaltante era perseguido por las cámaras de TV Azteca en el momento de los hechos.

Florece Toussaint, considera que los comentarios, los ademanes y actitud corporal del conductor de televisión, además de las noticias intrascendentes, se acercan al espectáculo y se alejan del periodismo.

Otro ejemplo es el manejo de la información en Televisa. El noticiario de Joaquín López Dóriga, en ocasiones explota el morbo de alguna

nota durante varios días y siempre la presenta en los titulares. Tal es el caso de la nana golpeadora o la práctica del secuestro.

Para Alejandra Lajous y Sergio Uzeta, el *rating* nunca fue importante, sin embargo, la actual administración de Canal Once opina diferente. Julio Di Bella asegura que es falso que los medios públicos no busquen *rating*. “Es falso que una televisión pública o los medios públicos no busquen el *rating*, ¡claro que lo buscan! La realidad es que nuestro fin no es el *rating*, sino desarrollar contenidos y ponerlos al alcance de las personas pero, ¿de qué me serviría generar contenidos si nadie los ve? Lo que pasa es que los medios públicos sí son competitivos.”²⁸

La periodista y conductora Adriana Pérez Cañedo considera que para un noticiario, como para cualquier programa, el *rating* es importante porque la gente lo ve, pero no a costa de explotar el morbo como lo hace otras televisoras. “Hay nota policiaca que no puedes hacer a un lado, pero no centrarte en esas cosas o explotar el morbo. La noticia es la noticia: si hay una nota roja importante, como el asesinato de la familia Narezo en Tlalpan, y hay consecuencias sobre eso, pues se tiene que informar.”²⁹

Para el ex director de Noticias, José Hamra, a diferencia de la televisión comercial, en Once Noticias el *rating* es importante sólo como un parámetro que ayuda en el momento de tomar decisiones y para saber si el público que los ve conoce lo que se hace en la televisora.

Para Julio Di Bella, director de Canal Once la posición es clara: “Quien manda en Canal Once son los acontecimientos que suceden en la

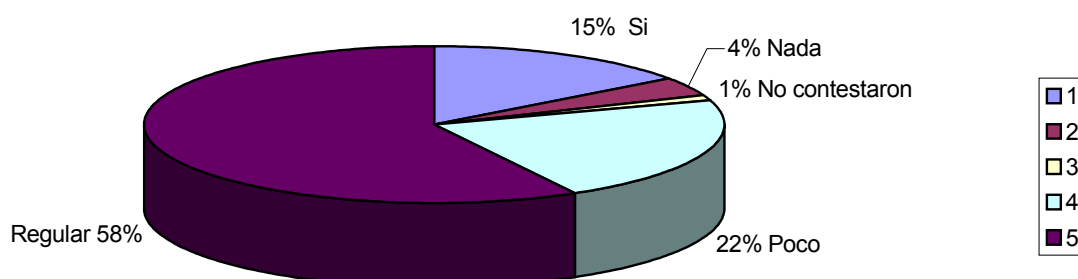
²⁸ Islas Reyes, Laura. *Op. Cit.* www.etcetera.com.mx/pag63ne29.asp

²⁹ Entrevista propia a Adriana Pérez Cañedo, Periodista y Conductora de Noticias

sociedad de hoy. No tenemos ningún problema en decir las noticias, aunque nunca seremos irreverentes e irrespetuosos, ni pasaremos trecientas veces cómo se estrella un avión o como atropellan a los niños de un *kindergarten*.”³⁰

Lo cierto es que hay una alerta amarilla en la credibilidad de los noticiarios. Un sondeo de opinión anual realizado por la revista *Telemundo* a los visitantes de la Gran Expo Cine Video Televisión que se llevó a cabo en junio de 2003 en el World Trade Center de la Ciudad de México arrojó los siguientes resultados.³¹

¿Cree en los noticiarios de televisión?



Indicadores que encienden los focos rojos, pero que sin duda refleja el sentir de la audiencia que diariamente ve una serie de

³⁰ Sin autor. *TELEMUNDO* “Julio Di Bella”, entrevista. Número 65, México mayo-junio 2002 p.42

³¹ Vázquez Miranda, Ivonne *TELEMUNDO* “Sigue vivo el buen ánimo del público por el cine mexicano” sección: Investigación. México julio-agosto 2003 p.48

acontecimientos fragmentados donde el amarillismo y el escándalo son los ingredientes principales de la noticia.

Por ello es importante resaltar en este estudio los criterios en la selección de información de Once Noticias, mismos que deberán concordar con la misión de servicio público que anima a la televisora del IPN.

3.2 Los Criterios de selección y los *gatekeepers*

A diario surgen cientos de noticias importantes en el país y en el mundo, la labor cotidiana de los medios de comunicación es discernir lo más importante, saber estructurarlo y dar una explicación de las causas y los acontecimientos.

El objetivo primordial de todos los programas de Once Noticias es informar, que el teleauditorio conozca las razones y el significado de los acontecimientos. Para la dirección de Noticias, lo primero es erradicar de la agenda la nota roja o el sensacionalismo; las imágenes de violencia exacerbada o crudas no tienen cabida en los espacios informativos, lo que ya marca un parámetro para elegir la información importante o que puede ser de interés para la ciudadanía.

Otros puntos importantes que se toman en cuenta a la hora de seleccionar la información son :

- 1) Que tenga un impacto en la vida política, económica y social de México.

- 2) Valorar la información de las distintas fuerzas políticas. Las descalificaciones entre actores políticos no es el objeto central de Once Noticias.
- 3) Que la información sea de calidad. Es decir, que se pueda corroborar fácilmente, que no sea ligera o basada en el rumor. En pocas palabras, que la fuente sea confiable.
- 4) Que se brinde espacio a todos los actores políticos. Uno de los mayores intereses de Once Noticias es que después de ver un noticiero el público considere que tiene la información completa y que no albergue dudas sobre algún tema.

Además de estos criterios de selección están las entrevistas, que son el pan de cada día y una de las mayores gratificaciones. Muchas de ellas son planeadas para dar seguimiento a temas específicos, de índole económico, político, social, cultural o deportivo; sin embargo, la mayoría surge en el lugar de los hechos, es decir, en los famosos "chacaleos" o entrevistas de banqueta.

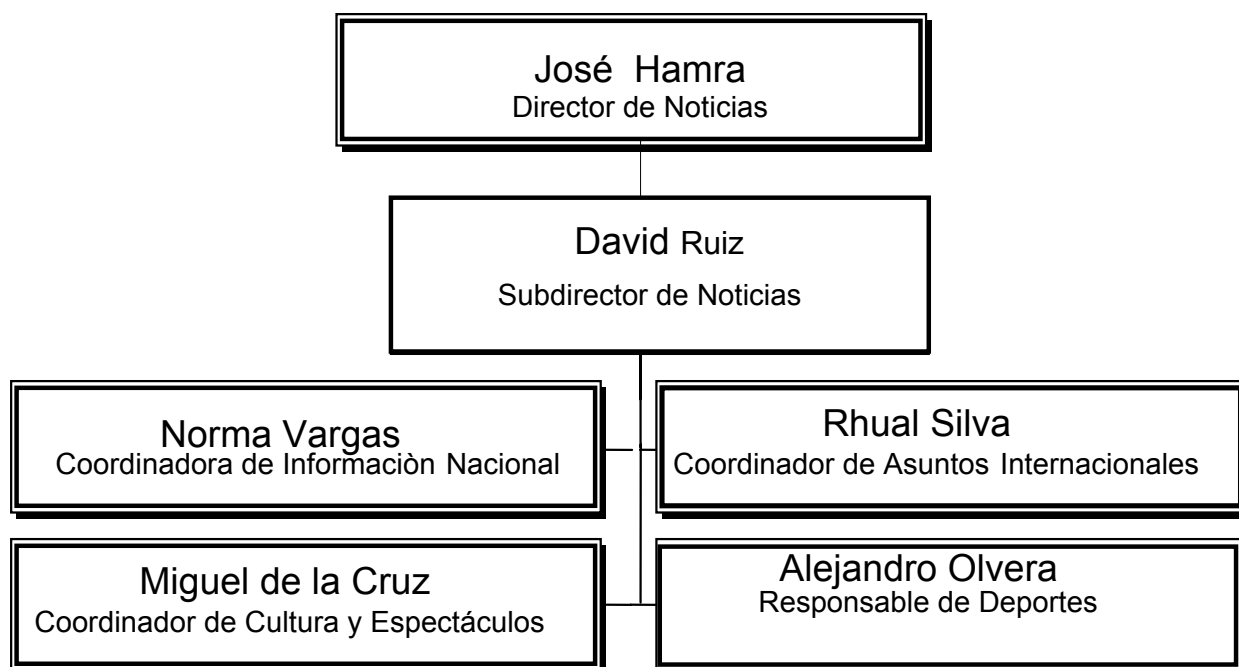
Otros criterios que se toman en cuenta a la hora de seleccionar la información son los temas que se tienen en agenda y a los que se da seguimiento: elecciones, informe de gobierno, comparencias, etc.

Finalmente, ese primer plan que se hace la noche anterior se transforma durante el día, ya que existen factores externos que no se pueden controlar como los acontecimientos que surgen de última hora que por su propio peso, importancia y valor periodístico toman su lugar en la agenda de noticias.

¿Pero, quién o quienes se encargan de realizar esta selección de información?

Los *gatekeepers* o seleccionadores de información de Once Noticias son quienes integran la mesa editorial junto con los coordinadores de cada área.

Mesa editorial de Once Noticias



Como parte de su trabajo diario, cada uno de los coordinadores realiza una selección de información de su área de responsabilidad, antes de la reunión de la mesa editorial donde se define la orden de edición, es decir, la agenda temática de Once Noticias.

En esta labor cada uno de los *gatekeepers* aplica sus propios criterios profesionales, su olfato periodístico y los intereses de la televisora. Pero sobre todo, la parte principal de la información recae en la coordinación de información nacional e internacional.

La determinación final de la información, qué formato se le va a dar a cada nota, cuánto tiempo, si es necesaria más información sobre un tema o no, termina finalmente en la Dirección y Subdirección de Noticias.

La selección de información inicia desde que se hace la asignación de reporteros; son precisamente los *gatekeepers* quienes deciden qué notas se cubrirán al día siguiente.

• **Información Nacional**

Para la Coordinación de Información Nacional los acontecimientos deben ser de carácter social y político, y deben generar el interés de la gente. Por ejemplo, asuntos relacionados con la educación, la salud, los derechos humanos, la inseguridad, etc.

Otros asuntos prioritarios son los políticos; principalmente aquéllos que repercuten en la sociedad, como los comicios, los Informes de gobierno, la Agenda legislativa, y otros tantos..

La información de finanzas y economía son temas que no resultan muy atractivos e interesante para la audiencia, sin embargo, si la información repercute en la economía individual o la microeconomía, entonces a estos eventos se les abre un espacio en la orden de reporteros.

En todo este proceso, la comunicación entre la Coordinación de Información Nacional y los reporteros es de vital importancia, ya que son precisamente ellos quienes tienen contacto directo con la información y sugieren algún tema para darle seguimiento.

En la selección de eventos por cubrir también se toman en cuenta otros aspectos: por ejemplo, cuando se trata de una marcha o de un plantón, se valora la seriedad de las organizaciones, su poder de convocatoria, los motivos para realizar el movimiento y las repercusiones que tendrá en la sociedad. No se cubren agresiones y descalificaciones de unos organismos a otros.

Pero no siempre es posible abarcar todo lo que se quiere. Existen muchas limitantes económicas que impiden asistir a todos los eventos que se suscitan; en Once Noticias sólo cuentan con nueve cámaras para 21 reporteros, por lo que el apoyo de las oficinas de comunicación social es muy importante.

• **Asuntos Internacionales**

En esta área se descarta la nota roja y se le da prioridad a los asuntos que tienen repercusión con México; como son los diplomáticos, los binacionales, los acuerdos comerciales, y lo que se refiere a organismos internacionales como la ONU, la OMC y la Comunidad Europea. Pero hay asuntos que no se pueden pasar por alto; principalmente los relacionados con el Medio Oriente, y los que tienen que ver con la seguridad mundial.

Otro criterio es continuar el proceso de información, dar seguimiento a lo ocurrido en los diferentes países hasta el final. Cuando no se

cuenta con imagen no se da mucho tiempo a la nota, sin embargo, por su importancia, ocupa un lugar en los noticiarios.

Sin duda, la falta de recursos es una gran limitante a la hora de seleccionar la información. Por ejemplo, ya que Noticias no tiene corresponsales extranjeros; la información se elige conforme a lo que envían las agencias con las que Once Noticias tiene convenio: *EFE* (española), *Reuters* (Británica), *AP* (Estadounidense) y *Notimex* (Mexicana). Internet también es una herramienta importante a la hora de seleccionar las noticias.

Cabe destacar que cada agencia tiene un punto de vista sobre los acontecimientos, por lo que es importante cotejar la información, analizar las diferentes versiones de los hechos y articular las historias de los sucesos más relevantes del mundo.

Otro punto importante a la hora de seleccionar las noticias del día, es analizar el impacto y la repercusión que tendrá la nota a nivel mundial. Cuando se trata de algún grupo guerrillero, se investiga qué es lo que pasa en ese país, de qué grupo se trata, qué tendencia tienen, su ideología, sus demandas o intenciones. Además, se intenta dar seguimiento a los acontecimientos hasta el final, de manera que el público tenga la historia completa de lo que sucede en el mundo.

- **Cultura y espectáculos**

Aquí los indicadores para seleccionar las actividades que se van a cubrir son muy precisos y tienen que ver con el código de ética.

- 1) Que el recinto, sea un lugar con trayectoria, con historial por su capacidad, por su estructura; por ejemplo, el Auditorio Nacional, el Palacio de Bellas Artes.
- 2) Se investiga la trayectoria del grupo, el artista o la organización que presenta un espectáculo artístico o cultural; dónde se ha presentado, cuántos años tiene de trayectoria, y que formación académica profesional tienen los integrantes, etc..
- 3) También se toma en cuenta: la calidad de la propuesta, a qué grupo social quiere llegar y qué comunica. Estos puntos se valoran a la hora cubrir entre uno u otra función, por ejemplo: si se presenta la ópera Carmen, de Bizet, en el Auditorio Nacional con la participación de Fernando de la Mora, y a la misma hora se presenta en el Museo Universitario del Chopo el libro de un escritor desconocido sin mayor trayectoria, entonces se opta por el evento que tendrá mayor impacto en la audiencia.

Para Miguel de la Cruz, éstos son indicadores que pueden acercar a una actividad cultural que valga la pena. Después de cubrir casi una década de información relacionada con la cultura y las bellas artes, el coordinador de Cultura y Espectáculos define su propio concepto de la cultura: "es un proceso en el que actúa el ser humano para satisfacer todas sus necesidades físicas, emocionales e intelectuales, en conjunto o por separado, y lo hace de manera sistemática; entonces se produce una actividad cultural o un producto de la cultura".³²

³² Entrevista a Miguel de la Cruz, coordinador de Cultura y Espectáculos de Once Noticias

El propósito de esta área es dirigirse a todo tipo de público con un lenguaje claro y ameno, que satisfaga sus necesidades de información y principalmente que los anime a asistir a este tipo de espectáculo.

- **Deportes**

Dentro de Noticias de Canal Once ésta es un área que padece las limitaciones técnicas y de recursos económicos; de ninguna manera pretende competir con Televisa ni Televisión Azteca, ya que el equipo que conforma Deportes está integrado por sólo dos reporteros; además los intereses que mueven a estas televisoras son muy distintos.

En el caso de la televisión privada, la prioridad en los eventos deportivos es el fútbol, porque es lo que más vende y, por ende lo que deja mayores ganancias económicas.

Para Once Noticias resulta difícil desligarse del fútbol, porque es un deporte que genera gran expectación en el público mexicano; sin embargo se le da sólo el espacio necesario para dar paso al deporte amateur; tae kwon do, atletismo, clavados, etc.; deportes que en otras televisoras no tienen gran espacio.

Otras limitaciones a las que se enfrenta esta área es la imagen, ya que no se pueden cubrir todas las notas deportivas: resulta difícil hablar de un clavado, un gol o una carrera de atletismo cuando no se tiene la imagen del día.

Hoy en día la televisión se hace en el lugar de los hechos; quien no tiene la posibilidad de presentar las cosas casi en el momento en que suceden está un paso atrás. En ese sentido, en Once Noticias se hace un esfuerzo extra, ya que por cuestiones económicas y tecnológicas es imposible cumplir con la demanda deportiva de los televidentes; a cambio están la creatividad, la imaginación y las ganas de presentar los hechos.

3.3 La agenda de Canal Once

De acuerdo con lo dicho en los puntos antes mencionados, es importante dar un vistazo a la agenda de Canal Once. El propósito es analizar si realmente la programación de la televisora del IPN coincide con los objetivos e intereses de la televisión pública; para ello tomaremos como ejemplo la programación de la segunda semana del mes de septiembre de 2003, que corrió del lunes 7 al domingo 14.

Análisis

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
<i>Perspectiva</i>	Dom.	22:00 a 23:00	Análisis	2:00 hrs.
	Lun.	01:30 a 02:30		
<i>Primer Plano</i>	Lun.	22:00 a 23:00	Análisis	1:00 hrs.
Total:2 programas				3:00 hrs.

Deportivos

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
<i>Toros y toreros</i>	Lun.	22:00 a 23:30	Fiesta brava	1:30 hrs
Total:1 programa				1:30 hrs.

Entretenimiento

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
<i>Cine del Once</i>	Mar. a dom. Mar. y mier.	01:30 a 03:30 22:05 a 00:00	Cine	14:55 hrs.
<i>Cine del sábado</i>	Sáb.	22:30 a 00:30	Cine	2:00 hrs
<i>Cine de domingo</i>	Dom.	10:00 a 12:00 16:00 a 20:00	Cine	6:00 hrs.
<i>Leyes de la ciudad</i>	Mar. a dom.	00:30 a 01:30	Serie	6:00 hrs.
<i>Bahía peligro</i>	Mar a vier.	17:00 a 17:30	Serie	2:hrs.
<i>Cybernet</i>	Lun. Sáb.	17:00 a 17:30 10:00 a 10:30	Videojuegos	1:00 hrs.
<i>Abrelatas</i>	Juev.	22:05 a 00:00	Cortometraje	1:55 hrs.
<i>Nuestra vida secreta</i>	Vier.	22:30 a 23:30	Serie	1:00 hrs.
<i>Médicos en acción</i>	Sáb. y dom.	06:00 a 07:00	Serie	2:00 hrs.
<i>Enano Rojo</i>	Lun.	23:30 a 00:00	Serie	30 min.
<i>Periodistas</i>	Dom.	23:00 a 00:00	Serie	1 hrs.
<i>Grandes romances</i>	Sáb.	19: 00 a 19:30	Serie	30 min.
<i>Un paso al más allá</i>	Sáb.	22:00 a 22:30	Serie	30 min.
<i>Los caballeros de Assam</i>	Dom.	12:30 a 13:00	Serie	30 min.
<i>Doble identidad</i>	Dom.	21:00 a 22:00	Serie	1:hrs.

Total:15 programas

40:50 hrs.

Infantiles

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
<i>Once Niños</i>	Lun. a vier. Sáb. y dom.	13:00 a 17:00 07:00 a 10:00	Caricaturas y series infantiles.	26:00 hrs.

Total:1 serie

26:00 hrs.

Informativos.

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
<i>Noticias a la medianoche</i>	Mar. a sáb.	00:00 a 00:30	Noticias	2:30 hrs
<i>Noticias con Gabriela Calzada</i>	Lun. a vier.	07:00 a 08:30	Noticias	7:30 hrs
<i>Avance Informativo D' todo con María Roiz</i>	Lun. a vier.	19:15 a 19:17	Avance	10 min.
<i>D' todo con María Roiz</i>	Lun. a vier.	19:30 a 20:00	Noticias de todo	2:30 hrs
<i>D' todo... lo mejor</i>	Lun. dom.	02:30 a 03:00 14:30 a 15:00	Noticias de todos	1:00 hrs.
<i>Once Noticias en Corto</i>	Lun. a Vier.	20:00 a 20:04	Avance Informativo	20min.
<i>Noticias con Adriana Pérez Cañedo</i>	Lun. a vier.	21:00 a 22:00	Noticias	5:00 hrs.
<i>OMC-Cancún 2003</i>	Sáb.	21:30 a 22:00	Noticias	30 min.

Total:8 programas

19:30 hrs.

Juveniles

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
<i>Videos del Once</i>	Lun. a vier. Mar. jue. y sáb.	17:30 a 18:30 03:30 a 04:25	Videos	7:45 hrs.
<i>El show de Jools Holland</i>	Lun. a vier.	18:30 a 19:15 y 19:17 a 19:30	Musical	4:50 hrs.
<i>A la vuelta de la esquina</i>	Jue. y dom.	20:04 a 20:30 20:30 a 21:00		56 min.
<i>A la Cachi Cachi Porra</i>	Sáb.	12:00 a 13:00	Concurso	1:00 hrs.

Total:4 programas

14:31 hrs.

Sociales y Educativos

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
<i>Diálogos en confianza</i>	Lun. a vier.	05:00 a 07:00 y 11:00 a 13:00	Salud, sexualidad y educación	20:00 hrs.
<i>Lo mejor de Diálogos</i>	Sáb. y dom.	05:00 a 06:00 y 15:00 a 16:00	Salud, sexualidad y educación	4:00 hrs.
<i>Haciendas de México</i>	Mar. Mier.	08:30 a 09:30 03:00 a 04:00	Historia de las haciendas	2:00 hrs.
<i>Historias de leyendas</i>	Mar. Mier.	08:30 a 09:30 04:00 a 04:25	Leyendas de México.	55 min.
<i>Santitos y santones</i>	Jue.	08:30 a 09:30	Cultura y tradiciones	30 min.
<i>Sonidos de México</i>	Lun.	08:30 a 09:30	Cultural	1:00 hrs.
<i>Águila o Sol</i>	Lun. a vier. Sáb.	09:30 a 10:00 16:00 a 16:30	Cultural y tradiciones	3:00 hrs.
<i>Aquí nos tocó vivir</i>	Lun. a vier. Sáb. Dom.	10:00 a 10:30 21:00 a 21:30 14:00 a 14:30	Entrevistas	3:30 hrs.
<i>El rincón de los sabores</i>	Lun. a Vier. Sáb.	10:30 a 11:00 13:00 a 13:30 y 19:30 a 20:00	Recetas de cocina	3:30 hrs.
<i>La aventura de México desconocido</i>	Jue. Dom.	20:30 a 21:00 20:00 a 20:00	Recorrido por México.	1:00 hrs.
<i>Conversando con Cristina</i>	Vier. Lun.	20:04 a 21:00 00:30 a 01:30	Entrevista	1:56 hrs.
<i>La cartelera</i>	Vier.	22:00 a 22:30	Cartelera cine	30: min
<i>Sexo diario</i>	Vier.	23:30 a 00:00	Temas de sexualidad	30 min.
<i>Boleros y un poco más</i>	Vier.	08:30 a 09:30	Musical	1:00 hrs.
<i>Caminando con criaturas prehistóricas</i>	Sáb.	11:00 a 12:00	Documental	1:00 hrs.
<i>Cámara salvaje</i>	Lun.	20:04 a 20:30	Documental	26 min.
<i>Larga vida a la comedia</i>	Lun.	20:30 a 21:00	Reportaje y entrevista	30 min.
<i>Congo</i>	Lun. Sáb.	03:30 a 04:25 18:00 a 19:00	Documental	1:55 hrs.
<i>In Vitro, luz de la ciencia</i>	Lun. Sáb.	03:00 a 03:30 Y 17:30 a 18:00	Ciencia y tecnología	1:00 hrs.
<i>Secretos de familia salvaje</i>	Dom.	12:00 a 12:30	Documental	30 min.
<i>El placer de pintar con Bob Ross</i>	Sáb.	13:30 a 14:00	Arte de pintar	30 min.
<i>El universo según Stephen Hawking</i>	Sáb.	16:30 a 17:30	Serie	1:00 hrs.
<i>Planeta azul</i>	Sáb. Dom.	20:00 a 21:00 13:00 a 14:00	Serie	1:00 hrs.
<i>El rostro de la Tierra</i>	Sáb.	04:00 a 04:25	Serie	25 min.
<i>Amazonia</i>	Mar. Sáb.	20:04 a 21:00 y 14:00 a 15:00	Serie	1:56 hrs.
<i>México azul</i>	Miér.	08:30 a 09:30	Serie	1:00 hrs.
<i>Recicla2</i>	Miér.	20:04 a 20:30	Reciclaje	26 min
<i>Ruta del sabor</i>	Miér. Juev. Vier.	20:30 a 21:00 09:00 a 09:30 y 04:00 a 04:25	Cocina	1:25 hrs.

Total: 28 programas

53:54 hrs.

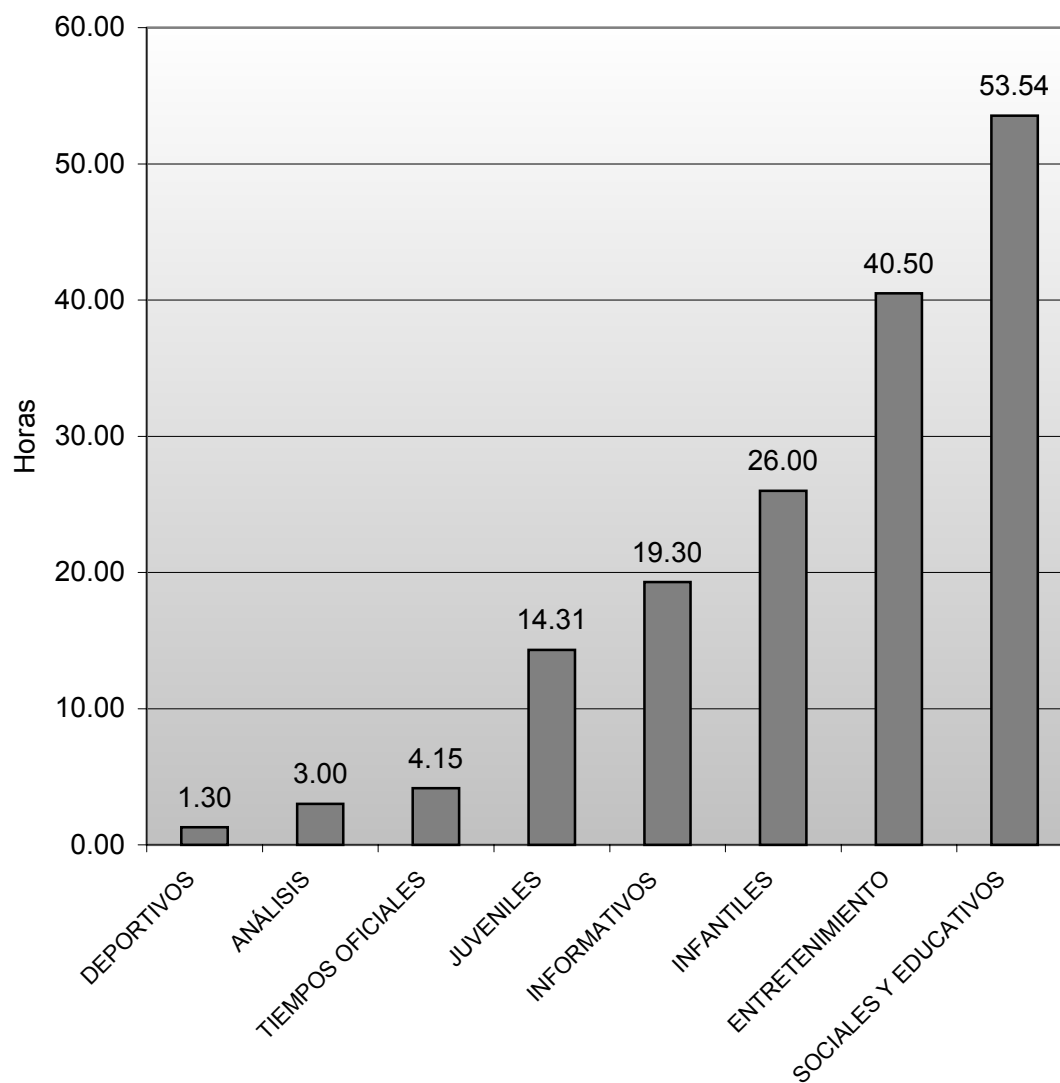
Tiempos Oficiales.

Programa	Días	Horario	Descripción	Tiempo semanal
Himno Nacional	Lun. a dom.	04:25 a 4:30	Himno Nacional	35 min.
Radio, TV y Cinematografía	Lun. a dom.	04:30 a 05:00		3:30 hrs.
Programas permanentes de los partidos políticos.	Mar. a juev.	22:00 a 22:05	Partidos Políticos	10 min.
Total:3 programas				4:15 hrs.

Con estos resultados, podemos decir que de un total de 168 horas a la semana Canal Once da prioridad en su agenda a los programas Sociales y educativos con 53 hora 54 minutos; en segundo lugar se colocan los de entretenimiento, con 40 horas 50 minutos; le siguen los programas infantiles, con 26 horas a la semana; los informativos, con 19 horas 30 minutos, y los juveniles con 14 horas con 31 minutos.

Como podemos ver, los programas deportivos no figuran en la agenda de la televisora del IPN, mientras que los programas de análisis no tienen mucha prioridad en su programación. A los tiempos oficiales les dedica 4 horas 15 minutos a la semana, como lo muestra la siguiente gráfica.

Agenda de Canal Once



Cabe destacar que la suma de la programación analizada en esta investigación no ajusta las 168 horas de transmisión a la semana debido a que Canal Once, al final de su programación, ajusta el tiempo con algún video musical o intermedio que dura entre 10 o 15 y hasta 45 minutos, tiempo que no fue considerado dentro de la agenda.

De cualquier forma, podemos ver que Canal once sigue siendo una televisora al servicio del público, pues así lo demuestra la oferta televisiva que presenta a su auditorio. Para muestra, basta un botón: el 30 de septiembre de 2003, el Instituto Mexicano de *Telemarketing* entregó a Canal Once un reconocimiento por ser la única televisora pública en el país que brinda un servicio especializado y permanente a sus televidentes a través de su Centro de Atención Telefónica, perteneciente a la Red de Centros de Atención Especializada y a la Red Latinoamericana de Centros de Contacto E-Contact.

En los últimos tres años, el Centro de Atención Telefónica ha atendido más de 400 mil llamadas y más de 60 mil televidentes han sido canalizados a 650 instituciones y 200 especialistas.

Poco a poco, la emisora politécnica va ganando terreno a la televisión comercial gracias a su programación, que sin caer en el espectáculo, la manipulación y el afán del mercantilismo, aún mantiene el interés público al presentar una diversidad cultural y social en su agenda.

Ahora pasemos a conocer la agenda de *Noticias con Gabriela Calzada* y los criterios para jerarquizar la información, el propósito es comprobar si realmente cumple con la política que se plantea en Once Noticias.

3.4 La jerarquización de la agenda de *Noticias con Gabriela Calzada*

La responsabilidad de jerarquizar la información del noticiario matutino de Canal Once recae en el Coordinador de la Mesa de Redacción. Este proceso inicia una vez que la mesa editorial y los *gatekeepers* seleccionaron la información más importante del día anterior.

Todo criterio político establece un orden de prioridades, las cuales constituyen la agenda política. Tanto el criterio como la agenda sirven de guía para jerarquizar la información.

Mario González, Coordinador de la Mesa de Redacción explica, que los criterios para realizar esta tarea son:

- Importancia de la información (es decir que tenga una repercusión en la vida social y política del televidente).
- La oportunidad de las noticias (si se trata de información de última hora)
- Que sea una propuesta (es decir, que sea una investigación del equipo de noticias).

- Imagen (si es imagen del día, archivo, o gráfico)

Bajo estos criterios se puede definir el espacio y tiempo de duración de la información, sin embargo, existen otros criterios para jerarquizar las noticias, como el horario del noticiero y el público televidente.

Por ser un noticiero matutino, la selección de información y su jerarquización están estrechamente ligados a su público, es decir, por la mañana gran parte de la audiencia se prepara para salir a la escuela o a su trabajo y no siempre tienen oportunidad de ver todo el programa, de ahí que se presente un resumen informativo cada media hora. Pero también están las amas de casa, jubilados y pensionados que se quedan a ver el noticiero completo.

Según el perfil del noticiero matutino de Once TV, realizado por la Dirección de Mercadotecnia de Canal Once, de enero a diciembre de 2000 la composición de la audiencia muestra que son más mujeres (57.2%) que hombres (42.8%) las que sintonizan el programa.³³

Un alto porcentaje de la audiencia 42.2%, pertenece al nivel socioeconómico medio bajo, el 15.1% al bajo, 22.7 % al Medio Típico y 20% pertenece al nivel alto.

También un 4.3% se ubica en un rango de edad de 4 a 12 años; 3.8% de 13 a 18 años; un 15.29% de 19 a 29 años, el 37.7% es de 30 a 44 años y el 38.4% es mayor de 45 años.

³³ Guerrero González, Talía *Noticias con Adriana Pérez Cañedo. Análisis de contenido*_Departamento de Estudios Cualitativos de Audiencia Canal Once. Mayo 2001 p3

Aunque todos los medios masivos manejan la misma información, no todos le dan el mismo trato, el mismo espacio ni el mismo tiempo. *Noticias con Gabriela Calzada* trata de presentar al televidente, en la medida de lo posible, un contexto completo de la información más importante del día.

Como ejemplo, analizaremos la orden de edición de *Noticias con Gabriela Calzada* del día 2 de julio de 2003. Cabe destacar que esta fecha se eligió al azar, por lo que no existe ningún interés especial en este día.

Al aplicar la *agenda setting* en un canal, en este caso Canal Once, en el noticiario *Noticias con Gabriela Calzada*, un día cualquiera, el 2 de julio de 2003, tendremos un panorama más amplio de las prioridades y los intereses que mueven a Once Noticias y podremos darnos cuenta de cuales son sus expectativas de información.

Aun cuando los hechos que surgen día con día son diferentes, siempre tendrán el tiempo, el espacio y la jerarquización que Once Noticias consideré de acuerdo a su criterio y a sus intereses.

Al iniciar *Noticias con Gabriela Calzada* se presenta un panorama informativo de 2:00 minutos con las noticias más importantes de la agenda, como lo muestra la orden de edición que se anexa al final de este análisis.

Panorama:

<De 40 países, México ocupa el lugar número 35 en desempeño educativo, revela un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico>.

<Los mexicanos que viven en el extranjero podrían votar en las elecciones presidenciales del 2006. El gobierno federal enviará una iniciativa al Congreso>.

<Policías preventivos y judiciales del Distrito Federal se enfrentaron en plena vía pública cuando trataban de cumplir con una orden de aprehensión>.

<En tres meses, elementos de la Secretaria de Seguridad Pública capitalina contarán con uniformes inteligentes que serán infalsificables>.

<Los CETES a la baja alcanzan nuevo nivel histórico. Los CETES a 28 días disminuyeron cerca de $\frac{3}{4}$ de punto>.

<México logra un superávit de 4.27 millones de dólares debido al aumento de las exportaciones agroalimentarias de nuestro país>.

<Inician las represalias. Estados Unidos congela ayuda militar a 35 países que se niegan a dar inmunidad a ciudadanos de ese país frente a la Corte Penal Internacional>.

<Con un apretón de manos, Ariel Sharon y Moahmoud Abbas, sientan las bases para un acuerdo de seguridad en Medio Oriente>.

<Cientos de Aficionados madrileños dieron la bienvenida a David Beckham tras su llegada a tierras españolas>.

El propósito es presentar al público la información más relevante, pero como un gancho para que el televidente se quede a ver todo el noticiario; de ahí que esta información se distribuya en los diferentes bloques que conforman el programa.

Como se mencionó anteriormente, los asuntos más importantes de la agenda ocuparán los titulares, el panorama y los adelantos (*teasser*). Conforme vaya decreciendo la relevancia del asunto en la agenda, se le colocara en lugares menor notorios.

Pana analizar la agenda de *Noticias con Gabriela Calzada*, la información será clasificada por sectores como: Seguridad, Economía, Internacionales, Política, etc. Para conocer la jerarquización de cada una de las notas, cabe mencionar que el guión de noticias se divide en 6 bloques, cada uno de ellos numerado por orden alfabético; así el primer bloque corresponde al A, el segundo al B, el tercero al C, etc. La numeración del guión de noticias inicia siempre con la A1 a partir de la cortinilla de bienvenida; A2 la ocupa el panorama informativo; A3, la bienvenida; A4, la cortinilla de seguridad, y A5 el pie de nota.

Para conocer la agenda de *Noticias con Gabriela Calzada*, sólo se tomará en cuenta la información, por lo que cortinillas y pies de nota serán excluidos de la agenda. Para tener un panorama completo de la jerarquización de información se anexa al final la orden de edición de *Noticias con Gabriel Calzada* del día 2 de Julio de 2003. El asterisco indica la cantidad de veces que esa información fue incluida en el panorama, en los resúmenes o en *teasser* (adelantos). Es decir, es una noticia a la cual se le dio una mayor importancia sobre las demás.

Cultura

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama Resumen
• Revueltas (presentación libro)	B17	Nota grabada con entrevista. Imagen del día	1:30	
• Músicos, poetas y otros (Porfirio Díaz)	C22	Nota grabada Imagen de archivo	1:31	
• Illapu (grupo chileno. Concierto)	E17	Nota grabada, entrevista, imagen del día	1:18	
Total: 3 notas	Segundo, tercero y quinto bloque	2 grabadas con imagen del día. 1 grabada con imagen de archivo.	4:19	

Deportes

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama resumen o adelantos
<ul style="list-style-type: none"> Deportes Dulce Soto (tenis, futbol, olimpiadas) 	B14	Nota grabada Imagen del día e imagen de archivo.	0:56	* *
<ul style="list-style-type: none"> Deportes Olvera (futbol soccer y americano) 	E11	Nota grabada, imagen del día y archivo	1:05	*
Total: 2 notas	Segundo y quinto bloque	2 notas grabadas con imagen del día y archivo	2:01	

Economía

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama, Resumen o adelanto.
<ul style="list-style-type: none"> OMC reunión Cancún 	C12	Sin sonido Imagen de archivo	0:33	
<ul style="list-style-type: none"> ANIVERM Importación 	C13	Texto con entrevista. Imagen del día	0:39	
<ul style="list-style-type: none"> Cotización dólar 	C14	Sin sonido Apoyo gráfico	0:08	
<ul style="list-style-type: none"> Breves economía 	C16	Nota grabada apoyo con gráficos e imagen de archivo.	1:31	*
<ul style="list-style-type: none"> ASERCA Apoyos 	E2	Nota grabada, entrevista, imagen del día y archivo	1:21	* *
<ul style="list-style-type: none"> PROCAMPO Gasolina 	E3	Sin sonido Imagen archivo	0:37	*
Total: 6 notas	Tercer y quinto bloque	2 grabadas 3 sin sonido, imagen de archivo 1 texto con entrevista e imagen	4:49	

Educación

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama, resumen o adelantos
• OCDE Informe México	B3	Nota grabada, entrevista Imagen del día	1:30	* *
• Remate OCDE	B4	Sin sonido A cuadro	0:28	
• Fox OCDE	B5	Texto, entrevista Imagen del día	1:02	
• Matemáticas Sondeo	B7	Nota grabada con sondeos e imagen del día	1:49	
Total: 4 notas	Segundo bloque	2 grabadas imagen del día 1 sin sonido 1 texto con imagen y entrevista	4:49	

Internacionales

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama, resumen o adelantos
• Irak explosión	C3	Nota grabada con imagen y testimonios del día	1:06	* * *
• Corea del Norte Represalia	C4	Sin sonido Imagen archivo	0:17	
• Medio Oriente Plan Ruta	C6	Nota grabada Imagen y testimonios del día	1:44	
• UE Presidencia Italia	C8	Nota grabada Imagen y testimonios del día	0:59	
• Colombia ayuda militar	C10	Nota grabada con Imagen del día	1:17	
• Cavallo Ombudsman	D1	Sin sonido Imagen de archivo	0:43	
• Inter GY (lo último de internacional)	F3	Nota grabada Imagen del día	1:24	
• Medio oriente	F4	Sin sonido	0:29	

<ul style="list-style-type: none"> • Afganistán • Liberia • Lucha aceitada 	<p>F5</p> <p>F6</p> <p>F12</p>	<p>Imagen archivo</p> <p>Sin sonido</p> <p>Imagen archivo</p> <p>Sin sonido</p> <p>Imagen del día</p> <p>Nota grabada, con Imagen del día.</p>	<p>0:33</p> <p>0:37</p> <p>1:15</p>	
Total: 11 notas	Tercero, cuarto y sexto bloque	6 grabadas con imagen del día. 5 sin sonido imagen del día y archivo	9:34	

Política

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama, resumen o adelantos.
<ul style="list-style-type: none"> • Fox cumple y celebra. 	B1	Sin sonido Imagen de archivo.	0:48	
<ul style="list-style-type: none"> • PGR MEXPOS PAN, PRI. PRD. 	D6	Sin sonido imagen Archivo.	0:34	*
<ul style="list-style-type: none"> • SEGOB. Conversación migrantes 	D4	Nota grabada, imagen del día y entrevista.	1:17	*
<ul style="list-style-type: none"> • IFE todo listo (elecciones) 	D9	Nota grabada, imagen del día y entrevista.	1:24	*
<ul style="list-style-type: none"> • CMDH Amenazas Democracia. 	D7	Texto con imagen del día y entrevista	0:56	*
<ul style="list-style-type: none"> • Mascarilla braile. (IFE) 	D11	Nota grabada, imagen del día y entrevista.	1:39	*
<ul style="list-style-type: none"> • Botando y Votando 4º 	D13	Video clip.	1:10	
<ul style="list-style-type: none"> • 6julio programa 	D13.1	Sin sonido. Back (grafico)	0:52	
Total: 8 notas	Segundo y cuarto bloque	3 grabadas con imagen del día y entrevista. 3 sin sonido, imagen archivo. 1 Texto con imagen y entrevista 1 video clip	8:40	

Sociales

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama, resumen o adelantos.
• GMIAPCON Valenciana. (salud)	E6	Nota grabada, imagen del día y entrevista.	1:28	*
• Breves de Salud.	E8	Nota grabada. Imagen de archivo	1:20	
• Migrantes reporte	D2	Sin sonido Imagen de archivo	0:38	
• Agenda Ciudadana Perros	D16	Nota grabada, imagen del día y entrevista.	2:23	
• Promo Perros	A20 y C17	Sin sonido A cuadro Imagen archivo	2:20	
• Sondeos Perros	A22 y C19	Sondeos Imagen del día	1:50	
• Clima y temperatura	A18 y E14	Nota con sonido Imagen archivo	2:30	
• DF Lluvias	A16	Texto con entrevista Imagen del día	0:41	
• Breves estados (lluvias y deslaves)	B11	Nota grabada Imagen de archivo	1:17	
• Diálogo Chimalapas	B9	Sin sonido Imagen archivo	0:43	
• Promo jueves transgénicos	F14	Sin sonido A cuadro	0:29	
Total: 11 notas.	Todos los bloques.	5 grabadas imagen del día y de archivo. 4 notas sin sonido. Sondeos. Texto con imagen y entrevista.	14:39	**

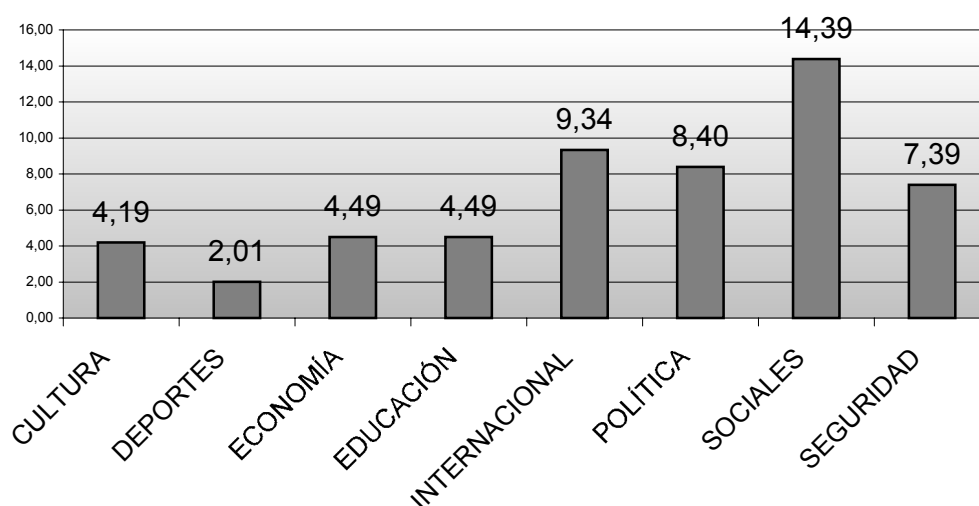
Seguridad

Nombre de la nota	Colocación	Material	Duración	Panorama, resumen o adelantos.
• Balacera Policiaca	A6	Nota grabada, imagen del día y entrevista.	2:26	* *
• Remate Balacera	A7	Sin sonido A cuadro.	0:40	
• Ebrard Uniformes	A8	Sin sonido Imagen archivo.	0:40	* *
• Ebrard Red Policías	A9	Sin sonido Imagen archivo.	0:17	*
• Moya Palencia	A9.1	Sin sonido Imagen archivo.	0:35	*
• PGJDF El Chaquetas	A10	Sin Sonido Imagen archivo	0:34	
• Cimetro	A12	Texto con imagen del día y entrevista	1:04	
• Microbuses reporte	A13	Nota grabada, imagen del día y entrevista.	1:23	*
Total: 8 notas	Inician el primer bloque	<ul style="list-style-type: none"> • 2 grabadas con imagen del día. • 5 sin sonido e imagen de archivo • 1 texto con imagen del día y entrevista 	7:39	

En la siguiente gráfica se pueden ver claramente los resultados que arrojó la agenda de Noticias y a qué sectores se les dio mayor peso:

Agenda de Noticias con Gabriela Calzada

(Duración de notas)



Tipo de Noticia

Con estos resultados, podemos concluir que el 2 de julio de 2003 *Noticias con Gabriela Calzada* fue un noticiario en el que la información social, internacional, política y de seguridad, en este orden, fueron prioridades en la agenda. La información económica y cultural ocupó el mismo espacio, mientras que la información deportiva apenas ocupó 2 minutos con un segundo.

En este noticiario, 20 notas fueron grabadas, es decir, se les dedicó tiempo superior a un minuto; 21 fueron sin sonido, apoyadas en su mayoría con imagen de archivo o gráficos, mientras el resto de la información fueron textos con entrevista o testimonio.

En esta ocasión, el primer bloque informativo lo ocupó la información de Seguridad; dos de estas noticias fueron destacadas en el panorama informativo.

El segundo bloque destacan información relacionada con la educación. En este segmento la información relativa a la OCDE sobresale como primera nota en el panorama informativo; además, se complementa con más información en torno al informe de la organización.

Con los dos primeros bloques se confirma que Once Noticias brinda el espacio a todos los actores con la finalidad de presentar un panorama completo de la información.

El segundo bloque se completa con información breve de los estados, la sección deportiva -donde se incluyen notas de fútbol, tenis y del Comité Olímpico Internacional- también se presenta parte de la sección cultural. Finalmente, el bloque cierra con una síntesis informativa.

En la tercera parte de *Noticias con Gabriela Calzada* se le da peso a la información Internacional entre la que destacan dos notas del panorama informativo: El Plan de Ruta en Medio Oriente y Colombia.

Antes de ir al corte informativo se presenta en un *teasser* la información más importante del siguiente bloque, para mantener enganchado al televidente.

En un noticiario en vivo es muy común que al aire se realicen cambios de última hora en la jerarquización de información, como

ocurrió en los bloques D y E, sea por cuestiones técnicas, porque no llegó el invitado para la entrevista, etc.

A diario surge información diferente: el lunes la más importante puede ser política; martes la internacional; miércoles la deportiva y al siguiente día la inseguridad. Lo cierto es que gracias a su importancia y su valor cada nota informativa toma su propio espacio dentro de la agenda de Noticias en su justa dimensión y de acuerdo con los tiempos que se vivan en ese momento, sin embargo, el tiempo y el espacio informativo siempre se asignará de acuerdo a los criterios políticos y a los intereses de la propia Dirección de Noticias.

Gracias a su equilibrio en el manejo de la información Canal Once fue reconocido por instituciones como el IFE. Después de las elecciones federales del 6 de julio de 2003, el Instituto Federal Electoral hizo un reconocimiento público a la televisora del IPN como el medio de información que mejor y mayor cobertura otorgó a las campañas políticas dentro de sus noticiarios; el equipo del Once fue el más equitativo, el que abrió espacios dedicados al debate y al análisis, con un tiempo acumulado de 5 horas 22 minutos, es decir, 57% del total.

De esta manera, podemos decir que la *agenda setting* de Canal Once se aplica perfectamente a la agenda de *Noticias con Gabriela Calzada*, ya que se tienen bien definidos los intereses de la televisión del IPN, que es dar servicio a la sociedad, informar y entretener sin caer en el morbo o el amarillismo para aumentar su *rating*. Finalmente Canal Once es un medio masivo de comunicación que elige su agenda de acuerdo a su propio criterio, determina la importancia de los hechos del país y los presenta a su público conforme a lo que considera de interés para la sociedad.

CONCLUSIÓN

Sin duda, los medios de comunicación se han convertido en una institución muy poderosa, pues la sociedad se vuelve cada vez más dependiente de ellos para informarse. De ahí a que algunos investigadores les preocupe la forma en que los medios nos muestran las imágenes del mundo.

En la actualidad, los medios electrónicos ocupan un espacio muy importante en la sociedad y gozan de la preferencia de los receptores; es un hecho que la radio y televisión se consumen más fácilmente que la prensa escrita y, en ocasiones, se transforman en representantes de la voz de la sociedad con la aplicación de encuestas de opinión, que se promueve como una nueva forma de participación colectiva.

Además, podemos afirmar que en la actualidad algunas batallas políticas o sociales se ganan o pierden en los medios de comunicación. Ejemplo claro son los videoescandalos que pusieron en evidencia los actos de corrupción del dirigente del partido verde, Jorge Emilio González; del secretario de Finanzas capitalino, Gustavo Ponce; del ex diputado local por el PRD, René Bejarano y del ex delegado en Tlalpan, Carlos Imaz.

Sin duda, los videoescandalos se transformaron en una verdadera batalla política no sólo entre los partidos, también entre el gobierno capitalino y el gobierno federal adelantándose al 2006. Esta teleguerra saturó la pantalla de los noticiarios durante varios meses, convirtiéndose en tribunales donde se ventila la corrupción.

Pero en esta teleguerra, vale la pena destacar como los criterios de selección de los gatekeepers pueden ejercer cierta influencia en los receptores al presentarles una serie de videos editados por el propio personal de las televisoras.

En Gran Bretaña, por ejemplo, un artículo publicado en julio de 2003 por Andrew Gilligan, periodista de la BBC, puso al descubierto que el primer ministro Tony Blair, falseó un informe de inteligencia para justificar la guerra en Irak. Esta noticia desencadenó un escándalo político que llevó al suicidio al científico David Kelly, ex inspector de armas de la ONU. También generó grandes críticas al primer ministro; hecho que culminó con la exoneración de Tony Blair, con la renuncia del presidente de la BBC, Gavin Davies y de su director general, Greg Dyke..

Podemos decir que las noticias, a través de los medios de comunicación, influyen en ciertos parámetros mediante los cuales se juzga a presidentes, gobiernos, políticas, economías y hasta candidatos; esto significa que el emisor juega un papel fundamental en la impresión que los receptores se forman de los fenómenos políticos, sociales y económicos hasta llegar a formarse su propio juicio.

Sin embargo, a pesar de esta influencia, como lo destaca la *agenda setting*, no podemos afirmar que el receptor produzca efectos mecánicos y automáticos sobre los receptores; es decir, no produce consecuencias mágicas en la sociedad, pues existen otros factores de índole cultural, social, económico y político.

Partiendo de la definición de *agenda setting* que realiza Shaw, hay que destacar dos puntos importantes: 1) que la gente sólo conoce lo

que los medios le ofrecen e ignorando por completo cualquier otra noticia; y 2) que los medio dan más importancia a unas noticia que a otras.

En este sentido, debe reconocerse que los medios de comunicación, ya sea prensa, radio o televisión, de primera instancia desechan un alto porcentaje de la información que surge diariamente y seleccionan lo que a su criterio es lo más importante para el público. Pero además, no todas las noticias que superan esta preselección reciben el mismo trato; a algunas se les da más importancia, mayor tiempo, y se les destacar en primera plana o en los titulares. Es ahí es donde surge el peligro de la parcialidad y la subjetividad, de tal manera que las noticias se convierten más bien en historias de los acontecimientos de la realidad manejadas bajo el criterio y los intereses de los medios y de los propios periodistas.

Aunque la mayoría de los noticiarios manejan a diario casi la misma información, cada uno le da un enfoque periodístico diferente y le dedica el tiempo y espacio suficiente de acuerdo a su criterio. Asimismo, algunos medios, en la obsesión por el *rating*, buscar sus propias historias y en ocasiones explotan el morbo y amarillismo.

Después de la investigación de la *agenda setting* en *Noticias con Gabriela Calzada*, queda claro que aun cuando los medios de comunicación marcan la agenda a la sociedad de acuerdo a su percepción, sus intereses y criterios, por fortuna existe el pluralismo.

Actualmente, en la ciudad de México se cuenta con 10 canales de televisión y todos, con excepción del 5 y 9, incluyen en su programación al menos dos noticiarios, todos con diferentes enfoques y perspectivas periodísticas, como *CNI Noticias*, de Canal 40, y *El*

mañanero, de Televisa, que han logrado captar el interés del público gracias a un estilo propio. Además, existen otras opciones, como Noticias TVC de canal 22, o los Noticiarios de Canal 34, que se ven en el Valle de México y zona Metropolitana, y, por supuesto, los noticiarios de la televisión privada, como Televisa y Televisión Azteca. Y qué decir de la radio, la prensa e internet.

En *Once Noticias* se ha logrado mantener un estilo periodístico serio, cuyo objetivo primordial es informar pero, al mismo tiempo, que su teleauditorio conozca las razones y el significado de los acontecimientos, de manera que el televidente se forme su propio juicio de los acontecimientos del día.

Bajo esta perspectiva, podemos decir que, finalmente, el receptor tiene la última palabra, ya que decide qué ver, qué escuchar y qué leer, y no siempre se cree todo lo que se dice ni actúa como lo marcan los medios de comunicación. Por ello, conocer los criterios para seleccionar la información nos permite descubrir no sólo los intereses que los mueven, sino también qué tan apegados a la realidad se encuentran al presentarnos su propia agenda.

Canal Once ha ganado terreno a la televisión comercial gracias a que su programación aún mantiene el interés del público sin perder su línea cultural, de entretenimiento y de información. En *Once Noticias*, los criterios de selección forman parte del código de ética; uno de sus objetivos principales es erradicar de su agenda la nota roja, el sensacionalismo, las imágenes de violencia exacerbada o crudas, lo que marca un parámetro para seleccionar su información. Otros puntos importantes son que las notas tengan un impacto en la vida política, económica y social de México; que la fuente sea confiable, y que se brinde espacio a todos los actores políticos.

Durante esta investigación se cumplieron los objetivos de conducir al lector a lo largo todo el proceso de información e indagar cuáles son los criterios que se utilizan en la selección de información y su jerarquización para realizar la agenda de los hechos más relevantes del día en *Noticias con Gabriela Calzada*, de acuerdo con la *agenda-setting*.

También se logró identificar los filtros o *gatekeepers* en Once Noticias y explicar cuál es su función. Conocimos los criterios del coordinador de la Mesa de Redacción para decidir la jerarquización de la información en el guión de noticias y se analizó la agenda de Canal Once, cuya programación aún cumple con los intereses de la televisión pública.

Por todo lo anterior, considero importante que los receptores no nos conformemos con ser simples espectadores de noticias, es necesario que indagemos más allá de las imágenes que nos presentan los medios masivos como una realidad. Nos podemos apoyar en libros, analistas, historiadores, investigadores y hasta documentales..

Dicen que la TV es el espejo de lo que refleja la sociedad; sin embargo, estar bien informados nos hace menos vulnerables a ser simples consumidores; en esta medida podremos recibir una mejor calidad informativa, seria y objetiva, ya que para nadie es un misterio que en algunos medios la agenda se rige por el rating. Además, es tarea de los comunicadores involucrarnos más en el análisis de las agendas que presentan los medios masivos de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Canal Once. *Informe de actividades 1991-1994*. México, 1994. Pp.49.

Eco, Umberto. *Cómo se hace una tesis*. Ed. Gedisa. Barcelona, 2001. Pp. 233.

Gallardo Cano, Alejandro. *Cursos de teorías de la comunicación*. Ed.Cromocolor. UNAM,1990, Pp. 169

González Reyna, Susana. *Manual de Redacción e investigación documental*. Ed. Trillas. México, 1994. Pp. 227.

Guerrero González, Talía. *Noticias con Adriana Pérez Cañedo Análisis de contenido*. Departamento de Estudios Cualitativos de Audiencia Canal Once. Mayo 2001. Pp.50.

Hernández Montoya, Dalia. *Perfil de Canal Once, XEIPN-TV: Retos y perspectivas 1958-2001*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. FCPyS, UNAM, 2002. Pp.170.

Jenning Bryant, Dolf Zillmann (compiladores) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías*. Ed. Paidós, 1996. Pp. 670.

Mc Quail, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Ed. Paidós. España, 1985. Pp.309.

Moragas I. Spa, Miguel De. *Sociología de la comunicación de masas*. Ed. Gustavo Gili. España, 1982. Pp. 614.

Rojas Soriano, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. Ed. Plaza Valdés. México, 1976. Pp. 437.

Sampiere Hernández, Roberto. *Metodología de la investigación*. Ed. Mc Graw Hill, 2002. Pp.705.

Toussaint, Florence. *Crítica de la información de masas*. Ed. Trillas. México, 1975. Pp.91.

TV ONCE. *Informe de labores de XE IPN TV Canal Once. Compendio del 1 de diciembre de 1976 al 30 de Noviembre de 1982*.México, 1982. Pp.66.

Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas, crítica y perspectivas*. Ed. Paidós, 1987. Pp. 318.

Yépez Hernández, Margarita. *Psicología de la comunicación colectiva*. Ed. UNAM, FCPYS, SUA ,1995. Pp. 121.

Hemerografía

Arriaga, David, "El desafío de democratizar Canal 11" *El Día*. 16 de marzo de 2001.

Báez Rodríguez, Francisco, "Cuarentón en buena forma" *etcéter*. 11 de marzo de 1999.

Díaz Rodríguez, Verónica, "Canal Once 40 años después". *El Financiero* 28 de febrero de 1999.

Fernández, José Antonio. *Telemundo*, número 65, mayo-junio 2002. Pp.80.

Ferráez, Jorge y Raúl. "Los 300 líderes más influyentes de México" *Líderes Mexicanos*. Año 12, Tomo 63, Julio 2003. Pp.128.

Vázquez Miranda, Ivonne. "Sigue vivo el buen ánimo del público por el cine mexicano" *TELEMUNDO*. Sección: Investigación. México, julio-agosto 2003. Pp.80.

Sin autor. "Julio Di Bella", entrevista. *TELEMUNDO* Número 65, México mayo-junio 2002. Pp. 42

Toussaint, Florence, "Sistema Informativo Once" *Proceso*. No. 1284 México,10 de junio 2001.

Toussaint, Florence "40 aniversario del Once" *Proceso*. No. 1166. México 7 de marzo 1999.

Internet

Arellano Trejo, Efrén, "La eficacia en la comunicación política". Ensayo, Centro de Estudios Sociales y de Opinión. www.cddhcu.gob.mx/cesop/boletines/no2/2.pdf

González Borjas, Antonia, "Producción del temario periodístico local" en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 25, enero 2000, p3. La Laguna (Tenerife), dirección electrónica: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000yene/150antonía.html>

Laura Islas Reyes, "Julio Di Bella. Para reformarlos , alguien debe tomar la decisión" *etcétera*, marzo 2003. www.etcetera.com.mx/pag63ne29.asp

Trejo Delarbre, Raúl. "Diferencia y novedad de la televisión". Ensayo. *Etcétera*, marzo 2003 www.etcetera.com.mx/pag.55ne29.asp

Otras fuentes:

Fuente: IBOPE AGB/Telereport / AMCM/ Julio, 2003

Entrevistas:

- José Hamra Sassón, ex director de Once Noticias y Programas Informativos.
- David Ruiz Ascencio, subdirector de Información
- Norma Vargas Saldívar, coordinadora de Información Nacional
- Rhual Silva González, coordinador de Asuntos Internacionales
- Miguel de la Cruz Juárez, coordinador de Cultura y Espectáculos
- Alejandro Olvera García, responsable de Deportes
- Mario González, coordinador de la Mesa de Redacción de *Noticias con Gabriela Calzada*
- Adriana Pérez Cañedo, Periodista y Conductora de *Noticias*

GC		ONCE NOTICIAS				02/07/2003	
Pag (Nota)	Información	Material	Apoyo Gráfico	Resp.	Duración	Real	Observaciones
E15	CORTINILLA CULTURA 2	VG		PROD		0:08	
E16	PIE ILLAPU	AC				0:15	
E17	ILLAPU	CS		SC	1:18	1:18	
E18	GABRIELA MANDA A CORTE 5	AC			0:10	0:10	
F0	CORTE 5				1:20	1:20	
F1	CORTINILLA INTERNAC.	VG		PROD		0:08	
F2	PIE CS GY	AC		GY		0:20	
F3	CS GY	CS		GY	1:20	1:24	
F4	INTER GY 1 MEDOR	SS		GY	0:20	0:29	
F5	INTER GY 2 AFGANISTÁN	SS		GY	0:20	0:33	
F6	INTER GY 3 LIBERIA	SS		GY	0:25	0:37	
F7	INTER GY 4	SS		GY	0:20	0:00	
F8	CANCELADA 2	VG		PROD		0:08	
F9	CANCELADA 3	AC			0:15	0:00	
F10	CANCELADA 4	CS			1:27	1:27	
F11	PIE LUCHA ACEITADA	AC			0:15	0:12	
F12	LUCHA ACEITADA	CS		MR	1:15	1:15	
F13	LECTURA DE LLAMADAS	AC			1:00	1:00	
F14	PROMO JUEVES TRANSGÉNICOS	AC			0:30	0:29	
F15	DESPEDIDA	AC			0:20	0:15	
F16	FIN					0:00	