

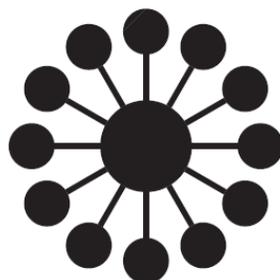
CONEICC

Calidad informativa en noticiarios de la televisión pública estatal en México

Francisco Javier Martínez Garza

Coordinador

Calidad informativa en noticiarios de la televisión pública estatal en México



CONEICC

**CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA
Y LA INVESTIGACIÓN DE LAS CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

© D.R. 2017 Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación

www.coneicc.org.mx

ISBN 978-607-96967-3-3

Comité Coordinador

Presidente: **Mtro. Carlos Camacho Echegaray**
Universidad La Salle, Cd. De México

Vicepresidenta: **Dr. Carlos Adolfo Gutiérrez Vidal**
Universidad Claustro de Sor Juana

Secretario de Actas y Acuerdos: **Mtra. Marivel Ortega Arreola**
Universidad Latina de América

Tesorero: **Mtro. Clemente Sánchez Uribe**
Universidad Anáhuac del Norte

Coordinadora de Asuntos Académicos: **Mtro. Roberto Carrera Ruíz**
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Coordinador de Investigación: **Dra. Blanca Chong López**
Universidad Autónoma de Coahuila, Torreón

Coordinador de Difusión: **Mtro. Humberto L. Tungüí Rodríguez**
Universidad Anáhuac Cancún |

Coordinadora de Documentación: **Alma Gloria Reyes Perales**
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Iteso)

Director Titular Regional México ante FELAFACS: **Dr. Ángel Manuel Ortiz Marín**
Universidad Autónoma de Baja California

Vocalía Noroeste: **Mtra. Claudia Iveth Becerra Lugo**
Universidad Autónoma de Baja California, Tijuana

Vocalía Noreste: **Eunice Peña Martínez**
Universidad México Americana del Norte

Vocalía Centro Occidente: **Mtro. Daniel Huerga García**
Universidad Iberoamericana – León (UIA León)

Vocalía Valle de México: **Mtro. Fernando Huerta Vilchis**
Universidad Panamericana

Vocalía Golfo Sureste: **Mtro. Carlos Gaspar Pérez Varguez**
Universidad Anáhuac Mayab

Índice

Contenidos	No. Página
Presentación:	8
Calidad informativa en noticiarios de la televisión Estatal de México: Caso Campeche Alejandra Acuña González	12
Resumen	12
1) Antecedentes	13
2) Metodología	14
3) Marco referencial	14
4) Resultados	16
4.1) <i>Información en el ámbito local y regional</i>	16
Tabla 1: Impacto geográfico de la información que se presenta en el noticiario de la televisora de Campeche.	17
4.2) <i>Pluralidad de contenidos y temas</i>	18
Tabla 2: Segmento en el cual se transmitió la información relacionada con los distintos temas dentro del noticiero	18
4.3) <i>Representación de actores diversos</i>	19
5) Conclusiones	21
6) Referencias	23
Diversidad y pluralidad informativa en el noticiero matutino de Canal 21, televisora pública de la Ciudad de México Antonio Calderón-Adel y Karina Tobías Puentes	25
Resumen	25
1) Antecedentes	26
2) Planteamiento del problema	27
3) Marco referencial	28
3.1) <i>Vocación de los medios de servicio público</i>	28
3.2) <i>Condiciones y principios para la radiodifusión de servicio público</i>	32
3.3) <i>Reforma política y televisión pública para la Ciudad de México</i>	35
4) Metodología	37

5) Resultados del estudio	37
5.1) <i>La representación de la ciudad y sus comunidades</i>	38
Tabla 1: Representación geográfica de las noticias analizadas	39
5.2) <i>La representación de los temas</i>	39
Tabla 2: La representación de los temas de las noticias analizadas	40
5.3) <i>La representación de los actores del sistema social</i>	41
Tabla 3: Representación de actores del sistema social	41
6) Conclusiones	42
7) Referencias	44
Noticias de calidad en la televisión pública de México: el caso del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión	
Brenda Guadalupe Ramos Villaseñor	47
Resumen	47
1) Antecedentes	48
2) Planteamiento del problema	51
3) Marco referencial	52
3.1) Hacia una medición de la calidad	55
4) Metodología	56
5) Resultados	56
5.1) <i>Representación de la diversidad geográfica de Jalisco</i>	57
Tabla 1: Tiempo dedicado a la noticia según el municipio donde ocurrió	58
5.2) <i>La diversidad temática</i>	59
Tabla 2: Tiempo dedicado a los temas del noticiero	59
5.3) <i>Los actores del sistema social</i>	60
Tabla 3: Frecuencia de aparición por categoría de actor	61
6) Conclusiones	62
7) Referencias	64
La calidad de la información en los noticiarios de la televisión pública mexicana: Caso del Noticiero Televisivo Visión Informativa del Instituto Morelense de Radio y Televisión, Canal 49	
Susana Gómez Loperena y Ana Elena Aguirre Yuen	67
Resumen:	67

1) Introducción	68
2) Metodología	69
3) Marco referencial	69
3.1) <i>La calidad social en el aspecto deontológico</i>	71
3.2) <i>La calidad social en lo que respeta al marco legal</i>	71
4) La calidad de contenidos	72
4.1) Géneros periodísticos	72
Tabla 1: Géneros periodísticos a los que se recurrió en el Noticiero Visión Informativa en tiempo y cantidad.	73
4.2) <i>Noticias duras vs noticias blandas.</i>	73
4.3) <i>Contextualización de la noticia</i>	74
Tabla 2: Contextualización de la Noticia	74
4.4) <i>La cobertura informativa del Estado</i>	75
Tabla No. 3: Estado donde se generó la noticia.	75
4.5) <i>Los macro temas del noticiero</i>	76
Tabla 4: Espacio destinado a cada uno de los temas de acuerdo al impacto de la información	77
4.6) <i>Los actores del noticiero</i>	78
Tabla 5: Actores que aparecen en el noticiero	79
5) Conclusiones	80
6) Referencias	82

Noticias de calidad en la televisión pública de México: el caso de RTV

Canal 28, de Nuevo León

Francisco Javier Martínez Garza

84

Resumen	84
1) Antecedentes	85
2) Planteamiento del problema	86
3) Marco referencial	87
3.1) <i>Los cuestionamientos al modelo</i>	89
4) Metodología	91
5) Resultados del estudio	92
5.1) <i>Representación del estado y sus comunidades</i>	93
Tabla 1: Cobertura geográfica de las noticias que se transmitieron en el matutino de Canal 28	94
5.2) <i>Los temas del matutino</i>	95
Tabla 2: Proporción de notas y espacio que se dedicó en el noticiero a los distintos temas.	96

5.3) <i>Los actores del noticiario</i>	97
Tabla 3: Presencia de los Actores sociales que aparecen en el noticiario de Canal 28 de acuerdo al ámbito de la noticia	98
6) Conclusiones	99
7) Referencias	101
Puebla Noticias, el noticiario matutino de Puebla TV, “La señal de los poblanos”	
Blanca Chong López e Isabel Muñoz Triana	104
Resumen	104
1) Introducción	105
2) Puebla TV	106
3) Metodología	108
4) Resultados	108
4.1) <i>Cobertura regional de la información</i>	109
Tabla 1: Espacio que se concedió al tema de acuerdo a su origen	110
4.2) <i>Pluralidad de temas</i>	111
Tabla 2: Temas que se abordaron en el noticiero durante el período analizado	111
4.3) <i>La diversidad de los actores</i>	112
Tabla 3: Categoría en la que se ubican los actores sociales que aparecieron en el informativo, de acuerdo a su desempeño en la sociedad	112
Tabla 4: Actividad específica en la que participan los actores sociales que se reflejaron en el noticiero	113
5) Palabras finales	113
6) Referencias	115

Introducción

La información que se presenta a continuación es resultado de un trabajo de investigación empírica realizado por un grupo de docentes y estudiantes de posgrado, quienes participaron de un taller de investigación promovido por la Coordinación de Investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

El taller se ofreció a mediados y finales del año 2015, siendo celebrado el primero de ellos el mes de agosto en la Universidad La Salle de la Ciudad de México. Durante esta primera parte el trabajo consistió abordar el proyecto desde una perspectiva teórico-metodológica, con la idea de que los resultados pudieran convertirse en un artículo académico para cada uno de los participantes.

Se decidió trabajar el tema relacionado con la calidad de la información que se difunde en los noticieros de las televisoras públicas estatales de este país, tomando como referencia metodológica las posturas desde las cuales se ha trabajado en torno al tema, principalmente en la Universidad Católica de Chile. En la primera sesión se estableció recurrir a la metodología cuantitativa del análisis de contenido, de manera que se construyó y puso a prueba el manual de codificación. Esta última acción se realizó con la finalidad de establecer acuerdos al momento de la codificación entre todos los participantes. Una vez que los resultados de la prueba de fiabilidad se ubicaron dentro del rango aceptable, se aceptó el instrumento de trabajo y cada uno de los participantes seleccionó un canal de televisión, comprometiéndose a tener lista para la siguiente reunión su base de datos.

Previo a la clausura del primer evento, se trabajó el tipo de muestreo y la muestra con la cual se realizaría el estudio, ya que la idea fue desde un principio no sólo basarse en el mismo instrumento, sino también recurrir a las mismas fechas, así como compartir las preguntas de investigación. Estas últimas se derivan de la literatura relacionada con el tema.

El segundo taller se realizó en el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey a mediados del mes de diciembre. Para ese momento, los participantes tenían consigo la

mayor parte de la información ya codificada, y en otros casos, se aclararon y resolvieron algunas dudas relacionadas con esa parte del proceso. Una vez concluida esta parte, se prosiguió a limpiar la base de datos a fin de introducirse en el proceso de análisis a través del estadístico del spss.

Tomando como referencia su base de datos los participantes recibieron las instrucciones para trabajar el paquete estadístico. Para facilitar la acción, además de las instrucciones y se les preparó un material audiovisual, todo ello pensando que tal vez el tiempo destinado en los talleres no sería el suficiente para concluir con el análisis de la información, o para el caso de que al regreso a su lugar de origen los participantes quisieran personalizar su análisis. Sobre todo, porque las instrucciones que se les brindó estaban orientadas a responder las preguntas de investigación formuladas al inicio del proyecto.

Con relación al tema elegido, se consideró que éste, además de brindar a los participantes la oportunidad de conocer una propuesta teórica relevante en la literatura de nuestro campo de estudio, les permitía el abordaje del tema a través de la metodología de la técnica del análisis de contenido. Además, el tema relacionado con la calidad de la información que ofrecen a la sociedad las televisoras públicas de los estados, está en congruencia con la misión de CONEICC, en cuanto que este organismo desde su fundación se propuso, “Fomentar la investigación, la enseñanza y la extensión de las ciencias de la comunicación hacia la solución de los problemas sociales, técnicos y educativos que plantea la realidad nacional”.

El estudio cobra relevancia al reparar que en México la información que se transmite en los noticiarios de televisión, se mantienen como la principal fuente de información de millones de mexicanos, los cuales diariamente suelen exponerse a los informativos que se transmiten en las dos grandes cadenas nacionales: Televisa y TV Azteca.

La situación que prevalece en el ámbito de la información que se transmite en los noticiarios de televisión ha motivado largas discusiones, sobre todo, la que procede de las televisoras más poderosas de México, en donde se destaca la promoción de una agenda informativa acorde a sus propios intereses, haciendo a un lado las necesidades de información que tienen los ciudadanos del país para así tener la oportunidad de acceder a

una mejor calidad de vida, lesionando con ello los intereses de los y las mexicanas, ya que limita su derecho para recibir contenidos que contribuyan a la democratización de la sociedad.

En el trabajo se presenta el resultado del estudio enfocado en las televisoras estatales públicas de los estados de Campeche, Cd. De México, Jalisco, Morelos, Nuevo León y Puebla. Es importante destacar, que aun y cuando a los participantes se les recomendaron tres preguntas de investigación, cada uno de ellos estuvo finalmente en la libertad de elegir en dónde se enfocaría o qué otro aspecto consideraban más importante en su estudio. En ese sentido, aun y cuando la mayoría de los trabajos incluyeron las mismas variables, en otros, existe una manera distinta de abordar el tema, pero siempre apegado a la literatura que existe sobre este ámbito. Lo importante en este caso, era que las personas participantes participaran de una experiencia empírica de este tipo.

A continuación se destacan algunos de los principales resultados derivados del análisis de las preguntas de investigación que se plantearon durante el Taller, ya que los casos particulares de cada una de las televisoras se abordarán en los artículos que se presentan a continuación.

En términos generales, los resultados indican que en la mayoría de los noticiarios de la televisión pública que se transmiten en los estados del México, existe una limitada cantidad de temas, ya que por lo general suele privilegiarse a un número muy limitado de ellos. Sobre todo, en la mayoría de los telediarios se pone poca atención a temas que se alejan de lo que debería ser la misión de este tipo de instituciones, como es el caso de contenidos relacionados con la cultura, la ecología, la sustentabilidad y sobre todo, la transmisión de tecnología y ciencia no son precisamente los que más se reflejan en este tipo de programas. En ese sentido, se reproduce en muchos de ellos la agenda de las televisoras privadas.

En lo que corresponde a la transmisión de información de acuerdo al ámbito geográfico, el estudio destaca que la mayor parte de las televisoras públicas de los estados suelen privilegiar los acontecimientos que tienen lugar en la ciudad capital, o cuando mucho en un puñado de aquellas que por su economía o tamaño de la población resultan “más importantes”.

En ese sentido, al igual que en el caso anterior, la diferencia que existe para con la televisión comercial es mínima, ya que al difundir la información de este tipo provoca un sesgo en la información, en donde se evidencia la ausencia de contenidos de la mayor parte de los poblados de la entidad, sobre todo, los más pequeños. En ese sentido, la televisión pública de los estados mantiene la misma tendencia que la televisión comercial, en cuanto participar a su público de la información que se genera en las principales zonas urbanas del país.

Finalmente la información relacionada con los actores sociales es presentada en estos mismos informativos, suelen sobre representar a quienes participan de la actividad gubernamental haciendo un lado u olvidando a los ciudadanos de a pie. Aun y cuando no es el gobernador de la entidad en ningún caso, quien mayor presencia tiene en este tipo de espacios, sí son los miembros de su gabinete quienes obtienen el mayor reflejo en los mismos.

Bajo estas condiciones, los trabajos apuntan a repensar en el papel que cumplen los medios informativos que se producen en las televisoras públicas de cada uno de los estados.

Francisco Javier Martínez Garza

Coordinador del Taller

Monterrey, Nuevo León, Enero de 2017

Calidad informativa en noticiarios de la televisión Estatal de México: Caso Campeche

Alejandra Acuña González¹

Resumen

El Sistema de Televisión y Radio de Campeche (TRC) tiene como propósito el producir y difundir programas locales y regionales con fines de orientación social, cultural, cívica y deportiva, teniendo una función social como medio de comunicación masiva. El presente trabajo revisa la calidad de la información transmitida a través del noticiario matutino llamado Noticias TRC de dicha emisora tomando en cuenta calidad como la diversidad que presenta en la representación de áreas geográficas del estado y del país, las temáticas que se tocan, los tiempos asignados a ellas y los personajes que aparecen en las noticias. A través de un análisis de contenido se encontró que el noticiario TRC no proporciona una representación adecuada de todos los municipios del estado, los temas se enfocan en lo cultural y la política y en cuanto a actores se vio una mayoría de hombres en puestos gubernamentales. Una televisión estatal tiene la oportunidad de brindar a los espectadores información relevante del estado y prestar su espacio para dar voz a aquellos sectores de la población que usualmente son ignorados, lo cual en este noticiario podría mejorarse.

¹ La autora estudia su Doctorado en Estudios Humanísticos con acentuación en Comunicación y Estudios de la Cultura en el Tecnológico de Monterrey.

Calidad informativa en noticiarios de la televisión Estatad de México: Caso Campeche

1) Antecedentes

La oferta de televisión abierta no comercial se integra de varios permisionarios, entre ellos 23 permisos otorgados a gobiernos estatales y del Distrito Federal y 30 permisos otorgados a universidades. El estado de Campeche tiene su canal estatal llamado *Sistema de Televisión y Radio de Campeche* (TRC) es cual fue adquirido el 31 de octubre de 1988 y entró en vigoren el Diario Oficial de Estado el 8 de noviembre del mismo año. El sistema se administra y opera bajo las siglas XHCCA TV. Actualmente también tiene presencia en internet (www.trccampeche.gob.mx) donde se transmite la programación regular. El canal cuenta con presencia en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube donde tiene mayor contacto con el público.

Entre sus propósitos se encuentra el producir y difundir programas locales y regionales con fines de orientación social, cultural, cívica y deportiva, teniendo una función social como medio de comunicación masiva. Algunos programas que provee el canal son Noticias TRC, Yo soy Campeche, Aficionados (deportes), Campeche Glam (moda y eventos), El holchox, La pura vida (musical), entre otros.

El presente trabajo busca en específico conocer la calidad de la información presentada en el noticiario TRC, las temáticas que se tocan y los tiempos asignados a ellas y los personajes que aparecen en las noticias. Por lo tanto las preguntas de investigación son:

- 1) ¿En qué medida los noticiarios de la televisión estatal reflejan en su contenido información relacionada con el ámbito local y regional?
- 2) ¿Qué tan plurales es el contenido y los temas que se transmiten en los noticiarios de la televisión estatal?
- 3) ¿En qué medida los noticiarios de la televisión estatal representan a los diversos actores del sistema social?

La importancia de éste proyecto reside en la poca atención prestada a los medios estatales y la responsabilidad y poder que éstos tienen en su comunidad.

2) Metodología

El presente estudio de tipo cuantitativo se realizó tomando como base la técnica del análisis de contenido enfocado en los noticiarios de las televisoras estatales. El estudio se centró en formatos, temáticas y personajes presentes en las notas periodísticas de los canales elegidos.

La muestra de éste escrito en particular es el noticiario público del estado de Campeche llamado “Noticias TRC”. El noticiario se trasmite a las 3:00 pm y tiene una duración de 35 minutos.

Para llevarlo a cabo se realizó una selección aleatoria de dos semanas y una de reemplazo durante los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre del 2015. Posteriormente en base a un manual de codificación se analizó cada nota presente en el noticiario.

3) Marco referencial

En general se tiene un consenso compartido acerca de la escasa calidad de los contenidos televisivos en los canales comerciales. Sin embargo, lo difícil es llegar a un consenso para lograr un análisis objetivo sobre la calidad de la televisión, ya que la medición de calidad dependerá de quien lo realiza: ya sea productoras, caderas, espectadores o científicos. Según Godoy (1999), determinar los estándares que han de cumplir los involucrados en la calidad de las noticias y como evaluarlos es un proceso subjetivo que varía en tiempo y espacio. Algunos considerarán calidad el hecho de tener audiencia o a la ejecución técnica, otros al “buen gusto” y otros a un buen manejo empresarial.

Algunas cuestiones a considerar durante el estudio de los contenidos desde una perspectiva de calidad periodística deben tomar en cuenta los temas, los actores y la cobertura informativa de las notas. La calidad en sí cruza todos los medios con respecto a lo que debe y como debe ser informada. Según el Equipo de la Escuela de Periodismo U.C. (2001), la fórmula de Valor Agregado Periodístico (VAP) se entiende como la capacidad

que tiene el periodista para procesar la información obtenida sin distorsionar la realidad, haciendo una selección profesional de lo que constituye una noticia, las fuentes involucradas y dando un espacio adecuado a cada una. Ésta fórmula busca diseñar parámetros críticos de la calidad del trabajo periodístico.

Por otra parte el Equipo de la Escuela de Periodismo U.C. (2001) también menciona algunos indicadores que permiten medir la selectividad, como el tipo de noticia, el origen de la información y la relevancia de la misma. Para la cuestión de tipo de noticia se utiliza la clasificación de dura o blanda. Una investigación en Estados Unidos indica que existe una tendencia en incluir un alto porcentaje de noticias consideradas blandas, es decir con un limitado interés noticioso. Otro indicador se refiere a la relevancia, esto se determina en base a dos dimensiones, la proximidad y la consecuencia.

Trejo (2010) menciona que los medios de comunicación suelen concentrarse en pocos participantes y esto puede ser un obstáculo en la pluralidad de contenidos. Dependiendo del área geográfica, pueden existir leyes que determinan los límites de concentración de medios sin embargo en América Latina esto no suele suceder y ni siquiera es un tema de mucha discusión. Los medios masivos hoy en día, es especial la televisión se han convertido en espacios esenciales para crear consensos, son la fuente principal de información para la mayoría de los individuos. Estos efectos no suceden sólo en cuestiones políticas sino también culturales, sociales e ideológicas.

Bucci et al. (2013), menciona el caso de los medios públicos y como evaluarlos es tarea de la sociedad, para lograrlo debe tenerse un común denominador. En primera instancia el hecho de que sea un medio público y tenga independencia es un valor en sí mismo. Algunos indicadores incluyen diversidad de contenidos y voces a las que se les brinda el espacio (Candia, 2013). Por su cuenta, Ortega (2007) menciona que entre las obligaciones de la televisión pública se encuentra trabajar con transparencia (recursos público y privados), garantizar una política editorial plural independiente de intereses particulares, tener como objetivo ayudar a la formación de opinión pública plural basada en información, tomar en cuenta sectores ignorados o poco reconocidos en televisión comercial como tercera edad, infancia e indígenas, fomentar valores y condenar discriminación de cualquier tipo.

De acuerdo al Barómetro Audiovisual de Andalucía (2008) la mitad de los ciudadanos encuestados consideran que, en distinta medida, los medios no son objetivos. En el mismo estudio se determinó que los andaluces definen que la televisión de calidad es aquella que se orienta a educar, entretener e informar de manera objetiva, imparcial y veraz.

Un estudio en Perú por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión de Perú CONCORTV (2008), el cual se enfocó en los noticiarios de la ciudad de Lima, provincias y el estatal, concluyó que el alcance de las noticias era un 60% nacional, un 24% metropolitano y un 15% regional. Las áreas temáticas en el canal estatal eran en un 20% sobre deportes, seguido de un 18% de política y un 7.7% policial. Los mayores actores sociales eran los ciudadanos con un 24%, seguido de deportistas en un 21% y solo un poco menos del 3% correspondía a gobiernos regionales/locales. El Consejo encontró que la temática de mayor presencia es Deporte, seguido de Catástrofes Naturales y Policial. Y en cuanto a los actores sociales presentes en su mayoría eran personas naturales.

4) Resultados

En este apartado se presentarán los resultados obtenidos del noticiario TRC del estado de Campeche. Los resultados estarán basados en las notas presentadas durante los diez días analizados, el total es de 168 notas. El total del tiempo de transmisión de noticias fue de 252 minutos.

4.1) Información en el ámbito local y regional

En cuanto a la cobertura regional de la información se encontró que el 55% de las noticias presentadas eran noticias duras, esto es que tienen un impacto directo en las personas de la comunidad o país. Desde un punto de vista geográfico se observó que el 72% de las notas correspondían a noticias de impacto estatal, casi el 14% fue de impacto municipal y casi el 10% nacional, dejando un poco menos del 2% para notas internacionales. El 95% de las notas fueron generadas en el estado de Campeche. Y aún más específico al ver los municipios que eran mencionados se encontró que el 96% era sobre Campeche, un 1.9% fue de Champotón y el resto se dividió entre Carmen, Hecelchakán, Escárgeca y Calakmul.

Considerando cuatro segmentos durante el noticiario, contando los primeros dos segmentos como los más importantes o donde aparecen las noticias de mayor importancia, se encontró que durante todos los segmentos las noticias de impacto estatal son las de mayor presencia, las noticias de impacto estatal ocupan el 80% del primer segmento y el 55% del segundo segmento. Durante el segundo segmento también encontramos en igual medida de casi 20% noticias nacionales y municipales. Por otra parte al revisar si la noticia presentada se generó en el Estado de Campeche se observó que fue así en todos los segmentos. En el primer segmento casi el 97% fue generado en el estado, en el segundo segmento el 100%, en el tercer segmento casi el 90% y por último en el cuarto segmento fue el 95%.

Una cuestión interesante es observar que dentro del impacto geográfico nacional casi el 63% de las notas fueron blandas, para municipal el 52% también fueron blandas, mientras que en las notas estatales el 60% fueron noticias duras. En general de las noticias generadas en el estado de Campeche el 55% de las noticias fueron duras.

Como se mencionó anteriormente el total de minutos fue 252, de ellos se destinó el 76% a las noticias de impacto estatal con un promedio de 95 segundos por nota, el 11% a las noticias de impacto municipal con un promedio de 73 segundos y el 8% a las noticias de impacto nacional con un promedio de 79 segundos. Las notas que se generaron en el estado de Campeche tuvieron un promedio de 90 segundos mientras que las que demás tuvieron un promedio de 83 segundos.

Tabla 1

Impacto geográfico de la información que se presenta en el noticiario de la televisora de Campeche.

Impacto geográfico	% N total	% suma total
Estatad	72.0%	76.0%
Internacional	2.0%	2.0%
Municipal	14.0%	11.0%
Nacional	10.0%	8.0%
Regional	2.0%	3.0%
Total	100.0%	100.0%
	(n= 168)	(n= 253 Mins.)

Fuente Propia

Los géneros que se encontraron fueron la noticia, entrevista y reportaje. Se encontró que las notas de impacto estatal utilizaban en casi un 55% la noticia, en casi 45% la entrevista y sólo un caso de reportaje. Las notas de impacto municipal recaían en 60% en noticia y un 40% en reportaje. Por último las notas de impacto nacional utilizaban en 81% la noticia, en casi 13% la entrevista y 6% el reportaje. Las notas que se generaron en Campeche fueron en 57% noticias, 41% entrevistas y menos del 2% fueron reportajes.

4.2) Pluralidad de contenidos y temas

Para hablar sobre pluralidad de temas en las notas analizadas se comenzará con los macrotemas y subtemas encontrados, cabe mencionar que cada nota puede tener hasta tres temas y subtemas. El tema con mayor presencia es el de arte/cultura apareciendo en un 34% de los casos, seguido economía con 19%, política con casi 14%, educación con 12% y el resto se divide entre seguridad pública, salud, ecología, derechos humanos, eventos naturales, tecnología y religión.

Tabla 2

Segmento en el cual se transmitió la información relacionada con los distintos temas dentro del noticiero

Tema	Primer segmento	Segundo segmento	Tercer segmento	Cuarto segmento	Total
Salud	10.0%	20.0%	30.0%	40.0%	6.0%
Educación	19.0%	14.3%	33.3%	33.3%	12.5%
Economía	25.0%	18.8%	40.6%	15.6%	19.0%
Derechos Humanos	50.0%	0.0%	33.3%	16.7%	3.6%
Política	41.7%	25.0%	20.8%	12.5%	14.3%
Seguridad Pública	26.7%	26.7%	33.3%	13.3%	8.9%
Religión	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	1.2%
Tecnología/Desarrollo	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	1.8%
Ecología	12.5%	75.0%	12.5%	0.0%	4.8%
Eventos Naturales y Protección Civil	28.6%	71.4%	0.0%	0.0%	4.2%
Arte/Cultura	0.0%	1.7%	6.9%	91.4%	34.5%
Total	17.9%	18.5%	23.2%	40.5%	100.0%
	(n= 30)	(n= 31)	(n=39)	(n= 68)	(n= 168)

Fuente propia:

Se observó que los temas de salud, educación, economía, derechos humanos, política, seguridad pública, tecnología y ecología tenían más noticias duras que blandas y al revisar por segmento, los resultados muestran que durante el primer segmento se privilegió la información relacionada con la política (33%), economía (27%) y educación (13%).

En el segundo segmento se privilegiaba los temas relacionados con la ecología, la política y la economía (19%) y 16% de protección civil. El tercer segmento se caracteriza por 33% economía, 18% educación y 13% tanto de política como seguridad pública. Por último en el cuarto segmento se encuentran notas sobre arte/cultura en un 78% y 10% de educación. Las notas de temas de seguridad pública, religión, tecnología, ecología, eventos naturales y salud fueron en su totalidad generados en el estado de Campeche.

En cuanto a los subtemas, existe una amplia variedad de temas que se tocaron sólo una o dos veces, sin embargo se mencionarán los de mayor presencia comenzando con deportes (13%), exposiciones/museos (casi 8%), estatal (7%) y actividades de gobernantes (5%). Los subtemas de mayor presencia anteriormente mencionados se dividen entre los segmentos de la siguiente manera el subtema deportes un 96% en el cuarto segmento; exposiciones/museos un 86% en el cuarto segmento; estatal un 38% en el primer segmento y un 38% en el tercer segmento; las actividades de los gobernantes un 50% en el primer segmento y 30% en el segundo. Se observó que los subtemas estatal y actividades de gobernantes presentaban más noticias duras a diferencia de los subtemas deporte y exposiciones/museos que son en su totalidad notas blandas.

4.3) Representación de actores diversos

Ahora para revisar si se presenta una diversidad de personajes en las notas del noticiario se tomaron en cuenta varias variables como categoría a la que pertenece, sexo, edad, aparición de imagen y si se le da tiempo al aire para hablar. De igual manera que con los temas, por cada nota podían tomarse en cuenta hasta tres personajes. Se encontraron un total de 171 personajes, entre ellos el 51% pertenecían a la categoría de gobernantes, el 40% a ciudadanos, el 5% a parlamentarios y el resto eran políticos, poder judicial, internacional y empresarios. Tan sólo en la categoría de gobernantes se encontró que el 27% de las notas presentaba a empleados de gobierno, el 10% presentaba al gobernador del estado de Campeche y el 2% mencionaba al Presidente de la República y a los alcaldes. Cuando se

revisó solo el caso de las notas con impacto estatal se encontró que más del 53% presentaban Gobernantes, 35% ciudadanos y 6% parlamentarios. Del total de personajes presentados el 76% fueron hombres. En cuanto a la edad de los personajes se encontró que más de la mitad (56%) eran adultos jóvenes ente 31-45 años, el 40% eran adultos de 46- 60 años, dejando muy pocos caso de jóvenes menores de 30 y adultos mayores de 60 años. Los personajes aparecían en pantalla en un 94% de las ocasiones. Mientras que hablaban sólo en el 78% de las veces.

Enfocando en las categorías de personajes se encontró que en el primer segmento del noticiario aparecían Gobernantes una mayoría de notas en el primer, segundo y tercer segmento con 75%, 45% y 53% respectivamente. En el cuarto segmento la mayoría de las personas presentadas eran ciudadanos con un 66%. Por otro lado se encontró que en un 78% de las notas donde aparecían Gobernantes la nota era considerada “dura”. Las notas en las que aparecían Ciudadanos estaban divididas con un 45% notas “duras” y 55% notas “blandas”. Éstas dos categorías de igual manera son las con mayor tiempo al aire, Gobernantes ocupa un 47%, Ciudadanos un 40% y Parlamentarios un 7% del tiempo total.

La presencia de personajes masculinos o femeninos también fue revisada. Se encontró que en los cuatro segmentos aparecían más hombres que mujeres, los hombres aparecían en el 72% en los primeros dos segmentos, 80% en el tercero y 77% en el cuarto. Las notas duras correspondían a personajes masculinos en un 74%. De igual manera por su mayor presencia, a los personajes masculinos les correspondió más tiempo, un 75% del total de las notas. Los personajes masculinos que aparecieron fueron en su mayoría Gobernantes (55%), seguidos de Ciudadanos (36%). Por su parte los personajes femeninos fueron en su mayoría Ciudadanos (51%), seguidos de Gobernantes (34%). La imagen de los hombres aparecía en un 94% de las veces que se hablaba de personaje masculino, muy cercano a los personajes femeninos que aparecían en 93%. Los personajes masculinos tenían oportunidad de hablar durante la nota un 82% de las veces, mientras que los personajes femeninos durante el 68% de las veces.

5) Conclusiones

Para concluir es preciso recalcar que algunas personas pueden considerarán calidad en los medios el hecho de tener gran audiencia o la perfección en la ejecución técnica, otros simplemente al “buen gusto” y otros si es que la empresa sabe posicionarse. Sin embargo, para poder tener una base replicable sobre la calidad en los medios y en especial en los periodísticos se debo contar con conceptos estándares a revisar. El Equipo de la Escuela de Periodismo U.C. (2001) también menciona algunos indicadores que permiten medir la selectividad, como el tipo de noticia, el origen de la información y la relevancia de la misma. En el caso de TRC Noticias de Campeche se encontró que más de la mitad de las notas eran noticias duras, es decir que tienen un impacto directo en las personas, a diferencia de un estudio en Estados Unidos presentado por el mismo Equipo de Periodismo U.C. donde había una tendencia de alto porcentaje de notas blandas. Por lo tanto en el espacio de Campeche se presenta un balance entre los dos tipos de noticias. Otro indicador se refiere a la relevancia, en este caso podríamos enfocarnos en la relevancia geográfica, es un medio estatal, por lo tanto debería enfocarse en asuntos del estado. A diferencia del estudio realizado en por el CONCORTV en Perú, en donde se encontró un alcance en más de la mitad de los casos de notas nacionales, en la televisora de Campeche se encontró que en su mayoría las notas eran de impacto estatal, por lo que en cuanto a relevancia geográfica el noticiario cumplía con el estatuto. De igual manera en el origen de las notas, en su mayoría fueron generadas en el estado de Campeche. Sin embargo hubo una notable mayoría de notas provenientes de la capital del estado, faltando la presentación de información de otros municipios del estado. Una cuestión positiva de tener televisión estatal, es la oportunidad de brindar a los espectadores información relevante proveniente de todo el estado, al enfocar la atención sólo a la capital deja la impresión que las cuestiones importantes sólo se desarrollan en esa parte del estado.

En cuanto a diversidad en las notas, se encontraron los géneros de noticia, entrevista y reportaje, dando variedad a la presentación de la información. En cuanto a los temas presentados el tema con mayor presencia fue el de arte/cultura, esto puede deberse a que al final de cada emisión se tenía destinado tiempo para ésta sección y brindaba información sobre eventos en el estado. El segundo tema fue economía, seguido por política y

educación. Se presentaron otros temas en menor cantidad como salud, ecología, derechos humanos, tecnología y religión. Sin embargo esto son macro-temas, al revisar los subtemas se encontró que al igual que el estudio en Perú del CONCORTV el tema de mayor presencia es deportes. Sin embargo cabe mencionar que en el noticiario estatal de Campeche a pesar de ser el subtema de mayor presencia se encontró que la gran mayoría de notas relacionadas al tema se presentaban en el cuarto segmento, es decir en los últimos lugares del noticiario.

Por último en cuanto a la diversidad de actores que participan en las notas, a diferencia de lo encontrado en el estudio en Perú del CONCORTV donde los mayores actores sociales eran los ciudadanos, seguido de deportistas en un 21% y solo una pequeña parte correspondía a gobiernos regionales/locales, en el caso de Campeche un poco más de la mitad de los personajes correspondían a gobernantes, seguidos de ciudadanos y unos cuantos divididos entre parlamentarios, poder judicial, internacionales y empresarios. Si nos enfocamos en la subcategoría, entonces la presencia mayor es de la sociedad civil/ciudadano, seguido del empleado de gobierno del estado y luego el gobernador del estado de Campeche. El hecho de que sea un noticiario en un medio público y tenga independencia es un valor en sí mismo, sin embargo es esencial valorar las voces a las que brindan espacio, esto también lo menciona el Equipo de la Escuela de Periodismo U.C. (2001) en su fórmula VAP donde dice que se debe hacer una selección profesional de lo que es una noticia, las fuentes involucradas y dando un espacio adecuado a cada una. En esta cuestión podemos recalcar que más de la mitad de los actores presentes en las notas fueron hombres. En cuanto a la edad de los actores más de mitad se encontraban entre los 31-45 años y otra parte importante entre los 46- 60 años. El tiempo que se destinaba, quizá por haber sido más actores, era mayor para los hombres que las mujeres. También es interesante que los más de la mitad de actores masculinos que aparecieron se encontraban en la categoría de Gobernantes, mientras que los personajes femeninos eran más de la mitad Ciudadanas.

En conclusión el noticiario estatal de Campeche, brinda un balance entre notas que afectan a la población y notas blandas con contenido de menos impacto. En general se enfoca en proveer noticias de importancia estatal y municipal, sólo destacando algunas notas nacionales e internacionales, lo cual es positivo por su objetivo de brindar

programación estatal y regional. Existe variedad de temas en el noticiario, ya que en algunas instancias hasta presentan temas de ecología, salud, tecnología y religión, sin embargo la cantidad de notas y el tiempo que se les destina es poco, dejando en su mayoría arte/cultura (donde se incluye deportes), economía y política. En cuanto a los actores en las notas, hubo una notable mayoría de participantes hombres en puestos Gubernamentales. La edad de los participantes era de 31 en adelante. Éste tipo de información deja en duda cuestiones como las mencionadas por Ortega (2007) donde los medios públicos, con su política editorial independiente de interés particulares debe tomar en cuenta sectores ignorados, incluyendo infancia y tercera edad.

6) Referencias

- Alessandri, F., Edwards, C., Pellegrini, S., Puente, S., Rozas, E., Saavedra, G., & Porath, W. (2011). VAP: un sistema métrico de la calidad periodística. *Cuadernos.info*, 0(14), 112-120.
- Bucci, E., Chiaretti, M., & Fiorini, A. M. (2013). Indicadores de calidad de las emisoras públicas-Evaluación contemporánea. *Debates CI. Montevideo, Uruguay: Unesco*.
- Candia N., J. (2013). Destacan pluralismo en la medición de calidad de los medios públicos. *Diario UChile*. Recuperado el 13 de noviembre de 2016 de <http://radio.uchile.cl/2013/10/18/destacan-pluralismo-en-la-medicion-de-calidad-de-los-medios-publicos/>
- Godoy, S. (1999). Una medida de calidad: diversidad programática en la TV chilena 88-97. *Cuadernos.info*, 0(13), 75-88.
- Trejo, R. (2010). Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina. *INTERCOMB-Revista Brasileira de Ciencias da Comunicacao*. 33 (1). n.1, p. 17-51.
- CONCORTV. (2008). Estudio de los programas de noticias en televisión abierta de las principales ciudades del Perú: resultados generales de Lima, Provincias y Canal 7. Recuperado el 28 de mayo de 2016 de <http://www.concortv.gob.pe/file/informacion/estudios/2008/concortv-noticieros-resultados-generales.pdf>

Montenegro, S., Oyanedel, R. y Sifri, P. (2008). Diversidad en Noticieros Centrales de Televisión Abierta. *Consejo Nacional de la televisión*, Chile. Recuperado el 22 de mayo de 2016 de:

<http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20110317/asocfile/20110317173014/informenoticiarioscntv.pdf>

Ortega Ramírez, P. (2007). Muchos canales no es sinónimo de pluralidad. Dos empresas, una voz. *Anuario de Investigación 2006*. p. 96-111.

Diversidad y pluralidad informativa en el noticiero matutino de Canal 21, televisora pública de la Ciudad de México

Mtro. Antonio Calderón-Adel² y
Karina Tobías Puente³

Resumen

En este trabajo se hace un acercamiento al contexto de la televisión pública en México a través de la revisión de las modificaciones al marco legal y las políticas sobre las cuales ha operado. De igual forma se analizan las condiciones y principios bajo las cuales debiera regirse una televisora de servicio público, haciendo énfasis en la calidad, entendida como la diversidad y la pluralidad de sus representaciones geográficas, los temas que aborda y los actores del sistema social que presenta a través de su programación. Como parte de los principios que debieran orientar a un medio de servicio público, se hace énfasis en el localismo que vincula a la calidad con la utilidad social de los contenidos que produce.

También se examinan las condiciones sociopolíticas y mediáticas de la Ciudad de México bajo las cuáles surgió Capital 21, canal de televisión pública administrado por el Sistema de Radio y Televisión Digital del gobierno de la Ciudad de México.

Finalmente, se presenta como estudio de caso el análisis de contenido cuantitativo realizado a una muestra de la programación informativa de Capital 21, el noticiero matutino «A tiempo 21», con el fin de evaluar la calidad con la que se produce dicho informativo.

² Maestro en Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México y alumno del Doctorado en Estudios Humanísticos con especialidad en Comunicación y Estudios Culturales del Tecnológico de Monterrey. Correo: antoniocalderon@live.com.mx

³ Estudiante de la Licenciatura en Publicidad y Comunicación de Mercados por el Tecnológico de Monterrey.

Diversidad y pluralidad informativa en el noticiero matutino de Canal 21, televisora pública de la Ciudad de México

1) Antecedentes

La Ciudad de México (CDMX) es la entidad federativa con mayor oferta de frecuencias de Televisión Digital Terrestre (TDT) en el país. No obstante, la información que se difunde en sus noticieros mantiene una baja representación local, porque la mayoría de las frecuencias se preocupan más por ofrecer contenidos con una perspectiva nacional.

Luego de la transición de la TDT en la Ciudad de México, según datos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), hay 14 frecuencias de televisión autorizadas, de las cuáles ocho son estaciones privadas y seis de servicio público, una de ellas con capacidad jurídica para comercializar sus contenidos, Canal 22 (IFT, 2016).

Además de las frecuencias anteriores, el canal público del gobierno del Estado de México, Televisión Mexiquense, tiene cobertura en buena parte del territorio de la CDMX, por lo que la oferta accesible es de hasta 15 frecuencias, cantidad muy por arriba de ciudades como Guadalajara y Monterrey, dos de las comunidades más grandes y económicamente más poderosas del país, las cuales cuentan con una oferta de 10 frecuencias cada una. La oferta de canales de televisión que operan en la Cd. de México incluso podría verse multiplicada entre cuatro y siete veces, previa anuencia del IFT, gracias a las posibilidades técnicas de la multiprogramación.

Dentro del grupo de televisoras públicas que operan en la CDMX se encuentra el Canal 21.1 de HDTV Capital 21, el cual es administrado por el gobierno de la Ciudad de México a través de su Sistema de Radio y Televisión Digital. Este organismo se fundó en 2008 bajo la administración del jefe de gobierno Marcelo Ebrard. Al día de hoy, este canal posee tanto una señal de televisión como una radio por internet denominada Frecuencia CDMX.

El Sistema de Radio y Televisión Digital arrancó operaciones en las instalaciones del Centro Cultural Futurama, en la delegación Gustavo A. Madero, produciendo contenidos culturales audiovisuales sobre la ciudad, cultura urbana y jóvenes. Una semana

antes de finalizar su administración, Marcelo Ebrard pidió la renuncia al equipo fundador y designó a Marcela Gómez Zalce, hasta entonces directora de la Oficina de la Jefatura de Gobierno, como nueva directora general del Sistema de Radio y Televisión Digital.

Ya en la jefatura de gobierno de Miguel Ángel Mancera, Gómez Zalce cambió la plantilla laboral y el domicilio al centro de la ciudad, en la delegación Cuauhtémoc, y relanzó la programación del canal de televisión y del portal de internet (Martell y Calderón-Adel, 2016).

En la oferta programática de Capital 21 destacan sus servicios informativos, los cuales se transmiten de lunes a viernes en horario matutino y nocturno con una duración de una hora, además de cuatro cortes informativos a lo largo del día. Durante el fin de semana se transmite un noticiero nocturno de 30 minutos de duración.

El 20 de noviembre de 2015 se publicó en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el Aviso por el que se da a conocer el Manual Administrativo del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal. En el documento se establecen varias de las políticas y pautas con las que opera Capital 21, como lo son su misión, visión y objetivos (GODF, 20 de noviembre de 2015). Tomando en consideración dichos lineamientos, así como los principios del derecho a la información y la perspectiva de la vocación de los medios de servicio público, el presente trabajo se orienta a realizar un análisis de los contenidos informativos del noticiero matutino «A tiempo 21».

2) Planteamiento del problema

La misión del Sistema de Radio y Televisión Digital establece como uno de sus fines la «difusión de los programas sociales y acciones del Gobierno del Distrito Federal» (GODF, 20 de noviembre de 2015, p. 38), aunque también reconoce principios como la identidad y la participación ciudadana. Es fundamental para este trabajo contrastar los lineamientos jurídicos que rigen a Capital 21 con los documentos que salvaguardan el derecho a la información de los ciudadanos, como la Constitución y la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Esta última señala en su artículo 256 el derecho de las audiencias a recibir información veraz, plural y diversa, libre de discriminación y que fortalezca la vida democrática de la sociedad (DOF, 14 de julio de 2014).

Como medio de comunicación, Capital 21 está obligado a velar por la normativa para todo canal de televisión en México. Además, como concesión de uso público, cuya operación está financiada con recursos de la Ciudad de México, tiene un compromiso mayor con su audiencia, de manera que sus contenidos deberían encaminarse a cumplir con altos estándares de profesionalismo y calidad. Para comprobar si así sucede, se plantearon tres preguntas de investigación dentro del proyecto denominado «Calidad informativa en noticieros de la televisión estatal de México»⁴.

1. ¿Qué tan diversa es la representación que tienen las distintas comunidades de la Ciudad de México en el noticiario matutino «A tiempo 21» de Capital 21?
2. ¿Qué tan plurales son los temas que se abordan en el noticiero «A tiempo 21» de Capital 21?
3. ¿En qué medida el noticiario matutino «A tiempo 21» incluye información vinculada con los distintos actores del sistema social de la Ciudad de México?

Con base en las respuestas que se obtengan, se elaborará un diagnóstico sobre la calidad y la diversidad de la información del noticiario, en el entendido de que sus servicios informativos tendrían que estar acordes con los objetivos de un medio de servicio público.

3) Marco referencial

3.1) Vocación de los medios de servicio público

Al carecer de fines de lucro, los medios de servicio público tienen una vocación diferenciada de los medios de comunicación comerciales. En el anterior marco jurídico para la radiodifusión en México, los medios operaban mediante la figura de la Concesión, otorgada para los medios comerciales, o el Permiso, otorgado para los medios públicos. Pero a partir de la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión de 2014, se estableció que existen Concesiones Únicas de Radiodifusión que podrán ser de uso comercial,

⁴ El proyecto «Calidad informativa en noticieros de la televisión estatal de México», al cual pertenece este trabajo, está coordinado por el Dr. Francisco Javier Martínez Garza, profesor-investigador de la Escuela de Educación, Humanidades y Ciencias Sociales del Tecnológico de Monterrey.

público, privado o social. Respecto a los fines de las concesiones de uso público, el artículo 76 de la ley señala:

Para uso público: confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones.

Bajo este tipo de concesiones se incluyen a los concesionarios o permisionarios de servicios públicos, distintos a los de telecomunicaciones o de radiodifusión, cuando éstas sean necesarias para la operación y seguridad del servicio de que se trate.

En este tipo de concesiones no se podrán usar, aprovechar o explotar con fines de lucro, bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico de uso determinado o para la ocupación o explotación de recursos orbitales, de lo contrario deberán obtener una concesión para uso comercial (DOF, 14 de julio de 2014).

La categorización jurídica bajo la cual hoy operan los medios públicos hace que tengan como fuente de financiamiento principal las transferencias de recursos públicos, alejándolas, en teoría, de la lógica mercantil de la búsqueda de audiencias masivas para la venta de publicidad. Aunque, por ejemplo, Canal 22 es un medio con vocación de servicio público que puede patrocinar y comercializar sus espacios, ya que es una sociedad anónima de carácter paraestatal.

Sobre el financiamiento de los medios públicos en México existe un debate pendiente, pues la ley limita la posibilidad de autogenerar recursos que podrían fortalecer su labor. Para los concesionarios de uso comercial agrupados en la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIRT), comercializar a los medios públicos representa una competencia desleal en detrimento de las concesiones de uso comercial (Corral, 2014).

Justamente la concepción de servicio público orientada a las audiencias es la que en rigor debiera configurar la esencia de los medios públicos. Repoll (2012) lo sintetiza así:

...para los medios públicos las audiencias constituyen o deberían constituir mucho más que meros consumidores de productos comunicativos, informativos o de entretenimiento, es decir, las audiencias son concebidas como ciudadanos a los cuales deben su razón de ser. Esto último ha sido sistemáticamente ignorado por los sistemas de comunicación pública al ser concebidos como órganos de gobierno (sin que lo expliciten) del régimen en turno (p. 95).

Para Esteinou (2010), la democratización de México no sólo debe enmarcarse en los órdenes económicos y legislativos, sino que debe ser parte de la transformación del modelo de comunicación nacional: «dicho nuevo modelo de comunicación derivado de la reforma del Estado mexicano se debe distinguir, entre otras características, por formar ciudadanos y no sólo espectadores o consumidores consuetudinarios» (p. 89).

En México, no obstante que predomina el modelo de la televisión comercial, la televisión pública tiene una importante presencia y ha prevalecido a lo largo del tiempo un sistema mediático donde conviven ambos modelos, aunque las cuotas de audiencia se inclinan de manera significativa hacia la televisión comercial. En 1993, la subasta de los canales 13 y 7 de Imevisión junto con un paquete de medios estatales por 645 millones de dólares, debilitó la cobertura y alcance de la televisión pública de cobertura nacional, que en adelante se limitó al Canal 22, el cual fue desincorporado de la venta de Imevisión ante las demandas de intelectuales, así como al Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional y a los pertenecientes a los sistemas estatales (Toussaint, 1998, p.132).

Esta reconfiguración del sistema mediático mexicano se da en concordancia con la serie de medidas neoliberales derivadas de las recomendaciones de organismos económicos internacionales, la apertura a la inversión extranjera y la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) que incluyó también en 1990 la privatización de Teléfonos de México (Telmex), decisión que sentó las bases para consolidar a América Móvil de Carlos Slim como el actor preponderante de las telecomunicaciones en México y América Latina, y que por otro lado fortalecería a Televisa y a Televisión Azteca como el duopolio de la televisión abierta.

Pero no hay que obviar que gracias a la lucha de sectores de la sociedad civil y a algunos actores políticos, la agenda y el debate público sobre el papel de los medios de

comunicación en la democracia ha sido cada vez más vigoroso. Ello también ha transcurrido a la par de la transformación tecnológica que ha traído la digitalización al entorno mediático desde la última década del siglo XX.

En 1997, el entonces diputado Javier Corral Jurado, quien ha sido un actor político prominente en la democratización de los medios de comunicación en México, promovió la fundación de lo que hoy conocemos como Canal del Congreso. A partir de entonces surgen otras señales de televisión restringida que se suman hoy día a la oferta de televisión pública nacional como el Canal Judicial, TV UNAM, Aprende TV e Ingenio TV de la Secretaría de Educación Pública.

En 2005, Lidia Camacho, entonces directora de Radio Educación, refundó la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México (La Red), la cual agrupa a la mayoría de los medios públicos del país; ello les permitió a estos medios conformar un frente común –como la hace la CIRT en la radiodifusión privada– en defensa de sus intereses comunes. La Red también dotó de mayor visibilidad e interlocución política a los medios públicos, aunque algunas veces, como en el procedimiento de establecimiento de la norma de Radio Digital Terrestre, esta participación ha sido bastante acotada⁵.

Como se ve, en los últimos años ha habido un avance de los medios públicos en México, pero coincide también con el declive de las grandes audiencias de la televisión y la emergencia de las plataformas digitales que traen nuevos hábitos de consumo mediático, el cual se ha hecho mucho más segmentado y personalizado.

La transmisión de los canales públicos en los sistemas de televisión restringida a partir de 1997 y después, a partir de 2015, la multiplicación de las señales en televisión abierta gracias a la digitalización, dan como resultado la posibilidad de contar con una mayor oferta de contenidos televisivos.

El reto de las señales públicas es diferenciarse de las señales de televisión privada a través de contenidos que representen la diversidad social de las comunidades a las que sirven, mientras que fortalecen el quehacer democrático del estado. El Manual de Mejores Prácticas de la UNESCO para la Radiotelevisión de Servicio Público define la misión de la programación de un medio de servicio público así:

⁵ El Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión (CCTR) está integrado por seis miembros, tres de ellos designados por el IFT y tres por la CIRT, además de que participa La Red como invitado con voz, pero sin voto.

Ante la significativa presencia de productos para la radiotelevisión –especialmente para la televisión– provenientes del sistema privado, a los responsables de la radiotelevisión de servicio público les corresponde intentar equilibrar la oferta y complementarla. Se trata de cubrir las lagunas que el sistema privado –orientado por lo comercial en primera instancia– va dejando. Esto significa una producción singular y original (UNESCO, 2006, p. 18).

3.2) Condiciones y principios para la radiodifusión de servicio público

Como aclaración indispensable, hay que distinguir a los medios de servicio público de los medios estatales. «Mientras los sistemas de difusión bajo control estatal cumplen algunas actividades de servicio público, su control gubernamental, ceñido a modelos presupuestarios, carencia de independencia e imparcialidad en la programación y administración, no permite se les identifique como Radiodifusión de Servicio Público» (UNESCO, 2006, p. 30).

La tradición de la televisión en México ha sido justamente la de una televisión gobiernista, ya sea como dice Orozco (citado en UNESCO, 2006, p. 52) en el caso de la televisión privada reflejado en la alianza tácita entre los poderes político y mediático, o en el caso de los medios públicos, que en su mayoría siguen funcionando como medios estatales, sin autonomía, al servicio propagandístico de los gobernantes quienes, a través de recursos públicos, subvencionan su operación.

En el caso de Capital 21, llama la atención que incluso desde su Manual Administrativo, donde se describe su misión, el canal sea visto como un vehículo para la difusión de los programas sociales y acciones del Gobierno del Distrito Federal, al parecer legitimando una vocación propagandística que podría reforzar un mecanismo político clientelar.

Sobre el debate de los principios de los medios de servicio público, Martell (2016) hace una distinción entre la función de los mismos y la calidad: «los profesionales de las televisoras públicas sitúan las funciones de servicio público como si fueran los objetivos de la calidad. Pero... no son lo mismo; el servicio público no garantiza por sí solo la calidad de los contenidos» (p. 16).

Las condiciones de operación de los medios públicos son apenas la antesala para favorecer la producción de contenidos de calidad y utilidad social, entendiendo calidad en la presente investigación como la existencia de contenidos que representen la diversidad y pluralidad de temas, lugares y actores del sistema social.

La calidad de los medios de comunicación, según McQuail, depende de la definición que se haga de la misma con base en determinadas variables: «no se dispone de criterios de evaluación universales y muchos de los seleccionados a menudo deben su relevancia a la casualidad y la circunstancias pasajeras de tiempo o lugar» (citado en Martell, 2016, p. 16)

Dice Ortega, por su parte, que el término calidad ha sido vinculado con la diversidad «cultural, social, étnica y lingüística, así como la pluralidad política, ideológica y religiosa. También se ha establecido el requisito de la innovación y la experimentación en los lenguajes, formatos y géneros, y la atención a las mayorías y las minorías» (2011, p. 105).

Para evaluar si un medio cumple con su función de servicio público, Martell (2016) plantea un modelo en el que se consideran tanto las condiciones como los principios de servicio público orientados a la utilidad social. Dichas condiciones son: 1) institucionalidad, 2) universalidad, 3) finalidad de no lucro, 4) autonomía económica y política y 5) participación social. En tanto, los principios orientados a la utilidad social de los contenidos son los siguientes: 1) función informativa, a través de la pluralidad y la diversidad de la información; 2) función educativa; 3) función de difusión de la cultura y 4) función de entretenimiento lúdico.

En el marco de la tradición política norteamericana de medios, desde la perspectiva del principio de interés público, Philip Napoli (2003) identifica los siguientes aspectos: 1) pluralidad de ideas, 2) diversidad, 3) acceso universal, 4) competencia y 5) localismo. Es justamente sobre éste último principio, el localismo, que es necesario subrayar la aportación de lo planteado por Napoli, la cual enfatiza la importancia de la representación de los lugares donde se origina la información. Ello tendría que ser la prioridad del canal de televisión de la Ciudad de México, Capital 21, para diferenciarse de la amplia oferta televisiva en la CDMX.

Según Napoli, el localismo para un medio de radiodifusión puede ser visto desde el origen de las producciones que transmite o bien, considerando que la programación obedece a los intereses particulares de la audiencia a la que va dirigida dentro de un espacio de cobertura determinado. Típicamente tendría que existir una congruencia entre ambos criterios: una programación preferentemente producida localmente que responda a los intereses y necesidades de su audiencia objetivo. Pero esto no es una norma y puede darse el caso de que, independientemente del origen geográfico de la programación, ésta no responda a la realidad del entorno social local.

Entonces para Napoli, la manera de operacionalizar el principio de localismo debe ser mediante una política de programación centrada en los contenidos que sirvan a las comunidades configuradas sobre relaciones sociales y no meramente espaciales.

Pero además del localismo, la pluralidad y la diversidad son valores fundamentales en el quehacer periodístico de un medio público. Se trata de elementos inherentes a la construcción del sentido público y por ello, como segundo y tercer objetivo de este trabajo, se busca medir la pluralidad de temas y la diversidad de representación de actores del sistema social.

Sobre el pluralismo en los medios de comunicación, Miguel (2004) señala que en principio «hace referencia a la multiplicidad de opiniones, de grupos, de puntos de vista, de actitudes políticas, religiosas, éticas e incluso geográficas» (p. 1), y siguiendo a Collins y Murrone (citados en Miguel, 2004, p. 1), una falta de pluralismo implicará entonces que determinados grupos, pensamientos y opiniones no aparezcan en los medios de comunicación, mientras que otros aspectos lo hagan en exceso.

Una televisora pública de carácter local como lo es Capital 21, tendría que implementar una estrategia de contenidos basada en los principios de localismo, pluralidad de temas y diversidad de actores, que atienda por un lado a comunidades focalizadas como minorías y grupos vulnerables, y por otro lado, alinee los intereses comunes del conjunto de habitantes de la Zona Metropolitana del Valle de México donde el canal tiene cobertura, abordando temas por ejemplo de cultura, ecología y desarrollo urbano. La programación tendría que tener además como eje rector los principios de calidad y utilidad social que configuran el quehacer de los medios de servicio público.

3.3) Reforma política y televisión pública para la Ciudad de México

El surgimiento de un canal de televisión pública administrado por el gobierno de la Ciudad de México, se da en concordancia con la evolución política y de gobierno de esta entidad. Cabe recordar que el gobierno de la ciudad estaba centralizado y dependía directamente del presidente de la república, que su primer órgano legislativo funcionó a partir de 1988 y que la primera elección popular de un jefe de gobierno ocurrió hasta 1997.

De 1997 a 2016 han sido electos cuatro jefes de gobierno: Cuauhtémoc Cárdenas (1997-1999), Andrés Manuel López Obrador (2000-2005), Marcelo Ebrard (2006-2012) y Miguel Ángel Mancera (2012-2018). También han sido nombrados dos jefes de gobiernos interinos: Rosario Robles (1999-2000) y Alejandro Encinas (2005-2006), todos ellos militantes del Partido de la Revolución Democrática (PRD).

En 2013, Miguel Ángel Mancera presentó la iniciativa de Reforma Política de la Ciudad de México, lo que implicó un ejercicio inédito para, a través de una Asamblea Constituyente que comenzó a sesionar el 15 de septiembre de 2016, redactar una Constitución local que brindase mayor autonomía y certeza jurídica a la ciudad.

Hacer este recuento permite recordar que, no obstante que la Ciudad de México es una capital con 700 años de historia, los cambios políticos e institucionales que enfrenta son bastante recientes. En un periodo de menos de 30 años, la ciudad ha modificado muchos de sus ordenamientos para lograr mayor autonomía en medio de la complejidad que significa seguir siendo la capital del país.

Esta complejidad está llena de paradojas, pues desde la perspectiva del histórico centralismo de México, los habitantes de la ciudad han sido privilegiados respecto al resto del país disfrutando del acceso a lo mejor que las instituciones del estado les han ofrecido: servicios de salud, educativos, culturales y de infraestructura pública, además de la mayor concentración de frecuencias de radio y televisión, tanto privadas como públicas.

Pero desde otro punto de vista, menos visto y valorado, ser habitante de la Ciudad de México implicó por muchos años no contar con una representación política local al no poder elegir representantes, además del costo que para sus instituciones locales y sus habitantes representa la sobresaturación en la demanda de servicios públicos, dada la alta cantidad de inmigrantes y visitantes de otras entidades federativas que provocan alteraciones a la vida cotidiana, por ejemplo, por manifestaciones sociales y protestas de

problemas ajenos a la entidad. Bajo esta perspectiva es que a partir de 2013, el Presupuesto de Egresos de la Federación aprobó un «Fondo de Capitalidad» que busca aliviar las dificultades de las instituciones locales y de los habitantes de la capital del país.

Otra de las paradojas de ser habitante de la Ciudad de México es que a pesar de contar con la mayor cantidad de frecuencias de radio y televisión en su espectro radioeléctrico, todas ellas contenían programación con una perspectiva nacional y pocas veces orientada a la vida comunitaria de la ciudad.

Si bien en los contenidos de los medios nacionales tampoco han estado representadas otras entidades federativas, se han privilegiado representaciones sociales con una visión generalista del país basada en los valores del México urbano, desde la Ciudad de México, pero no para la Ciudad de México.

De lo anterior se sostiene que aunque los habitantes de la Ciudad de México han tenido una rica oferta mediática cuya diversidad y pluralidad es mejor representada en la prensa impresa y en la radio, en la televisión esta oferta prácticamente no existía, por eso el nacimiento de Capital 21 como medio de servicio público en 2008 representa un hito y un avance en la consolidación democrática de la entidad.

La programación televisiva de la Ciudad de México no ha tenido una efectiva perspectiva local, pues aunque su producción tiene un origen local, ésta no responde a las necesidades de la comunidad de redes sociales tejidas en el entorno geográfico de la ciudad. Los noticiarios nacionales construyen su agenda informativa con base en la prominencia y alcance de la noticia a nivel nacional, dejando un espacio mínimo para los asuntos locales de la ciudad, salvo en situaciones de crisis como terremotos, contingencias ambientales o de salud, o en situaciones que impacten al país en su conjunto.

En noviembre de 2015, el gobierno de la Ciudad de México firmó con la Asamblea Legislativa de la Ciudad de México un convenio para operar en la frecuencia de multiprogramación digital 21.2 de Capital 21 el Canal de La Asamblea. Con el lema «Parlamento Abierto», este nuevo canal dirigido por el periodista Ricardo Rocha, incluirá, además de la transmisión en vivo de las sesiones parlamentarias de la Asamblea, tres servicios informativos de lunes a viernes y otros programas de contenido (Ramírez, 2015).

La Ciudad de México necesita una televisión pública con «una propuesta de carácter local que amplíe la conversación de los grandes temas de los distintos grupos sociales y que

plantee mecanismos de participación ciudadana que motiven el desarrollo político, cultural y social de los habitantes de la capital del país» (Martell y Calderón-Adel, 2016, p. 22) De este modo, cabe preguntarse: ¿el noticiario matutino «A tiempo 21» de Capital 21 responde a la demanda de los habitantes de la Ciudad de México como medio de servicio público?

4) Metodología

En la realización de este estudio se empleó la técnica de análisis de contenido cuantitativo con la intención de responder las tres preguntas de investigación planteadas anteriormente. La base de datos se conforma de una muestra de dos semanas construidas aleatoriamente durante los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2015, con el objetivo de evitar posibles sesgos por la sobrerrepresentación de algún evento noticioso.

En el análisis se utilizó el libro de código elaborado por el Dr. Francisco Javier Martínez Garza para el proyecto «Calidad informativa en noticieros de la televisión estatal de México». Dicho instrumento contempla las variables de calidad informativa basadas en la diversidad en la representación de la entidad y sus comunidades, diversidad de temas abordados y de actores representados.

Toda la información fue codificada en una matriz de variables con base en la cual se hizo posteriormente el análisis estadístico mediante el software SPSS. Finalmente se llevó a cabo la inferencia estadística y se redactó el documento de este trabajo considerando el marco referencial.

«A tiempo 21» fue el noticiario matutino de Capital 21 que se transmitió durante el levantamiento de la muestra de lunes a viernes de 07:30-09:00 am. Para este proyecto se contempló únicamente la primera hora de programación. Como unidad de análisis se consideró la noticia, pudiéndose presentar bajo el formato de nota informativa, entrevista, editorial o crónica. Se excluyeron del análisis además de los comentarios de los conductores y los cortes, las secciones fijas de información como reporte vial, estado del tiempo, titulares de los diarios y agenda del jefe de gobierno.

5) Resultados del estudio

Durante el periodo de tiempo analizado se transmitieron 343 noticias, las cuales representaron siete horas y media de transmisión. Esto último incluye el tiempo que se dedica a la transmisión de cortes y otras secciones que no fueron contemplados en el estudio debido a la metodología.

Durante la mayor parte del tiempo dedicado a la transmisión de información, el noticiario se enfocó en el género periodístico de la nota informativa, con 91.5%; el resto del tiempo se dedicó al género de las entrevistas, con 8.5%.

En el análisis de la estructura de producción informativa, durante su primera hora de duración se observó que el noticiario no inició presentando las noticias duras, lo que desde la perspectiva periodística significa priorizar la información. La transmisión de las noticias duras se posterga presentando el avance de las noticias, la sección de titulares de los diarios, la agenda del jefe de gobierno, el reporte vial, el avance de información de espectáculos, la sección deportiva e incluso el primer corte del programa. En los programas analizados, la presentación de las noticias duras ocurrió hasta el final del primer bloque o al empezar el segundo bloque del noticiario.

La presentación de la mayoría de notas duras se hace mediante una sección de breves en la que solamente se da lectura a la nota sin ofrecer un tratamiento periodístico más completo.

A continuación, se presentan los resultados a las tres preguntas planteadas para la medición de calidad del informativo.

5.1) La representación de la ciudad y sus comunidades

Para identificar la diversidad geográfica que tenían los mensajes del noticiario analizado, se clasificaron los contenidos según su origen tomando en consideración las 16 delegaciones que componen la Ciudad de México y que son el equivalente a los municipios en la organización política de un estado.

Los resultados indican que la mayoría de las noticias que se presentan en el matutino se originan en la Ciudad de México, con ello se señala su vocación local. Pero, del total de noticias, la mayoría se destinó a contenidos bajo una perspectiva del gobierno central, es decir, información generada por oficinas y funcionarios dependientes del jefe de gobierno (52.7% del tiempo total). Esto contrasta con la representación de las delegaciones

políticas, de las cuales sólo nueve de 16 tuvieron una representación mayor al 1% del tiempo total analizado.

Tabla 1		
Representación geográfica de las noticias analizadas		
Municipio	% N total	% tiempo
Gobierno Central CDMX	56.8%	52.7%
Cuauhtémoc	12.6%	10.2%
Gustavo A. Madero	8.0%	16.4%
Coyoacán	3.7%	2.5%
Miguel Hidalgo	3.7%	4.9%
Iztapalapa	2.7%	2.0%
V. Carranza	2.3%	1.7%
Benito Juárez	2.0%	1.4%
Álvaro Obregón	1.7%	1.0%
Cuajimalpa	1.3%	1.1%
Otros	5.3%	6.0%
Total	100.0%	100.0%
	(n= 301)	(n=295 min)

Fuente propia

*Se excluye información que no corresponde al ámbito geográfico de la Ciudad de México.

Las evidencias indican que la cobertura del noticiario «A Tiempo 21» del canal Capital 21, priorizó la agenda de la administración central de la Ciudad de México; así mismo, destaca una sobrerrepresentación del tiempo total dedicado a lo acontecido en las delegaciones Gustavo A. Madero (16.4%) y Cuauhtémoc (10.2 %), que juntas suman 26.6 %, mientras que se observa una subrepresentación informativa de lo acontecido en delegaciones como Azcapotzalco y Milpa Alta.

5.2) La representación de los temas

El noticiario cuenta con un porcentaje de notas clasificadas como duras de 57%, contra 42% de notas blandas. La mayoría del tiempo de estas notas blandas fue dedicado a lo que se conoce como «Nota Rosa» con un 17.8%. La categoría con mayor representación que arroja el análisis es «Arte/Cultura» con 22.1% del tiempo total; sin embargo, hay que aclarar que bajo esta categoría fueron codificadas notas relacionadas con la cartelera de

teatro y cine, algunas de ellas de carácter comercial, por lo que no todos los contenidos pueden considerarse culturales. Además, se observó una imitación de formatos del periodismo de espectáculos de la televisión comercial.

Tabla 2

La representación de los temas de las noticias analizadas

Temas	% Notas	% Tiempo
Salud	6.8%	6.2%
Educación	3.1%	3.8%
Economía	10.2%	12.5%
Derechos Humanos	7.9%	8.4%
Política	10.6%	5.2%
Seguridad Publica	11.4%	6.8%
Religión	0.8%	0.8%
Tecnología/Desarrollo	3.3%	3.6%
Ecología	6.4%	3.5%
Eventos Naturales/Protección Civil	0.6%	0.3%
Internacionales	1.5%	0.8%
Arte/Cultura	18.3%	22.1%
Deportes	9.3%	8.3%
Nota Rosa	9.8%	17.8%
Total	100%	100%
	(n=343)	(n=295 min)

*Fuente propia

Bajo la categoría «Deportes» se ocupó el 8.3% del tiempo de noticias. Así, las noticias bajo estas tres categorías: «Nota Rosa», «Arte y Cultura» y «Deportes» suman 48.2%, lo que implica un significativo desequilibrio de representación frente a otras categorías como «Tecnología y Desarrollo» con 3.6% y «Educación» con 3.8%, pese a que bajo la lógica de los medios públicos, deberían ser privilegiados en el diseño editorial de un noticiario.

Los temas con una representación más equilibrada fueron los de «Economía» con 12.5% y «Derechos Humanos» con 8.4%, seguidos de «Seguridad Pública» y «Política» con el 6.8 % y 5.2%, respectivamente.

5.3) La representación de los actores del sistema social

Durante el tiempo analizado, existió una representación de 323 actores. Las categorías predominantes fueron «Gobernantes» con 32.0% y «Ciudadanos» con 60.9%, representando un total de 92.9 % del tiempo destinado a los actores. Sin embargo, cuando se realiza el cruce respecto a notas blandas y duras, se observa que las notas duras las acaparan los gobernantes y parlamentarios con el 99%, mientras las notas blandas las acaparan los ciudadanos con 60.7%.

Tabla 3:

Representación de actores del sistema social

Categoría Del Actor social	%	
	N total	suma total
Ciudadanos	58.2%	60.9%
Gobernantes	32.8%	32.0%
Parlamentarios	5.0%	3.7%
Empresarios	2.8%	1.8%
Poder Judicial	0.3%	0.7%
Religión	0.3%	0.6%
Internacionales	0.6%	0.4%
Total	100% (n= 323)	100% (n= 454 Mins.)

*Fuente propia

. El porcentaje tan alto de ciudadanos en notas blandas sugiere que, en lugar de llevarse a cabo un tratamiento informativo incluyente, se banaliza la información, los ciudadanos se meten «de relleno». Su presencia ocurrió principalmente en sondeos o cuestiones de opinión, noticias durante las cuales entrevistaban hasta cinco personas de manera breve respecto a un tema en específico.

Respecto a la representación por género, 65.10% de los actores fueron hombres y 34.89 % fueron mujeres. En la estructura del noticiario se observó que la producción busca destinar tiempos y entrevistas equitativas para conseguir un balance de presencia entre actores femeninos y masculinos. Sin embargo, los actores masculinos fueron predominantes en el sistema gubernamental, mientras que las mujeres aparecieron de forma más recurrente en los sondeos o preguntas de opinión

Entre los actores políticos, el jefe de gobierno aparece en un 5% del tiempo y otros funcionarios del gobierno central de la ciudad en un 4.2%, representando 9.2% del tiempo total, frente a 3.9% de los jefes delegacionales y 4% de los legisladores.

Según los resultados, los menores de edad no tuvieron una participación representativa en el tiempo total analizado. Esto confirma que el noticiario no presenta contenido dirigido hacia audiencias de edades jóvenes, por lo que en ese sentido no es diverso ni plural.

6) Conclusiones

Como resultado del análisis de contenido y de la observación del noticiario matutino «A tiempo 21» de Capital 21, se observa que el noticiario incumple algunos criterios de calidad y diversidad para los estándares de un medio de servicio público.

1) El noticiario es poco diverso respecto a la representación de la información según su cobertura geográfica. Se observa que aunque la mayor parte de las noticias se refieren a lo ocurrido en la Ciudad de México, la oferta de noticias no fue equilibrada.

Se identificó una inclinación a las notas producidas por el gobierno central de la CDMX y a las acontecidas en la delegación Cuauhtémoc, centro político de la ciudad, pero también a las de la delegación Gustavo A. Madero. En contraparte, prácticamente no fueron representadas las delegaciones con poblaciones rurales como Milpa Alta y Tláhuac o las de mayor densidad de población como Iztapalapa. En sintonía con Napoli (2003), se concluye que los contenidos del noticiario no cumplen con el principio de localismo, pues no obedecen a los intereses particulares de la audiencia a la que van dirigidos al no contemplar la pluralidad de problemas de las comunidades de la ciudad.

Lo anterior obliga a reflexionar en el trabajo de diseño de la agenda informativa del noticiario, su independencia editorial y la vinculación que éste debería tener con una diversidad y pluralidad de fuentes que incluyan todo el espectro geográfico de la ciudad y no sólo las pertenecientes al gobierno central y a las dos delegaciones mencionadas.

2) El noticiario es poco plural en la representación de sus temas por que tan sólo tres de ellos («Arte y Cultura», «Deportes» y «Nota Rosa») representan el 48.2 % del tiempo dedicado. En coincidencia con la idea de pluralidad de Miguel (2004), el noticiario incurre

en un desequilibrio al dedicar un porcentaje tan alto a las notas blandas, especialmente a la sección de espectáculos que emula a las emisiones de la televisión comercial.

Justo porque los contenidos de nota rosa y espectáculos representan uno de los rasgos más pobres de los medios de comunicación, al tener una utilidad social nula cuando se refieren únicamente a trascendidos de figuras de la farándula, no es plausible que un medio de comunicación de servicio público como lo es Capital 21 destine tiempo dentro de sus espacios informativos a este tipo de contenidos, ya que ello significa un desperdicio de recursos públicos. Emular las fórmulas de medios de comunicación comerciales con contenidos sin calidad y sin utilidad social representa un fracaso y una falta de congruencia sobre la vocación bajo la cual tendría que operar este medio de servicio público, de acuerdo con los criterios de la UNESCO (2006) ya citados.

3) El noticiario es poco diverso porque la suma de «Ciudadanos» y «Gobernantes» es de 92.9%, pero, además, al realizar un cruce sobre el tipo de nota, se evidencia que el 60.7% de los ciudadanos aparecen en notas blandas, lo que refuerza la idea de que el noticiario no ofrecer voces plurales y además banaliza la información que proviene de fuentes no oficiales.

En concordancia con la representación de la cobertura geográfica, encontramos que los actores políticos representados en su mayoría provienen del gobierno central de la Ciudad de México, por lo que se recomienda descentralizar y diversificar las fuentes de información atendiendo las voces de actores locales desde una perspectiva de comunidades de intereses, pero también desde el punto de vista geográfico.

Por lo analizado, «A tiempo 21» ofrece una programación informativa vinculada con los temas de la Ciudad de México, pero desde la perspectiva que orienta la vocación de los medios de servicio público, incurre en omisiones en su tratamiento editorial, la estructura de producción de su noticiario y el diseño de su agenda informativa. Como se anticipó en el marco referencial de este trabajo, al ser concebido Capital 21 como un medio para la «difusión de los programas sociales y acciones del Gobierno del Distrito Federal» (GODF, 20 de noviembre de 2015, p. 38), concuerda con lo que anticipaba Repoll (2012), en el sentido de que terminó operando como un órgano de gobierno del régimen en turno y no como medio de servicio público.

Los vacíos y omisiones profesionales observados en el tratamiento informativo del noticiario «A tiempo 21», cobran mayor sentido al conocer que la plantilla que produce la mayoría de los programas de Capital 21, incluido este noticiario, no pertenece directamente al canal, si no a empresas productoras subcontratadas por adjudicación directa, lo que representa un factor crítico en la profesionalización del personal⁶.

Los resultados de este trabajo permiten cuestionar si el modelo de la subcontratación no sólo es el más rentable en términos económicos, sino que quizás no sea el más pertinente respecto al ejercicio del periodismo profesional así como para el mantenimiento de las condiciones y los principios de pluralidad, diversidad, calidad y utilidad social que tendrían que orientar la operación de un medio de comunicación de servicio público. No obstante que el noticiario sea producido por una empresa productora externa, la responsabilidad redunda en la dirección de Capital 21 al supervisar la producción de los programas.

La profesionalización de Capital 21 será resultado de un ajuste a su marco jurídico por uno más congruente con una misión de interés público y utilidad social, de un presupuesto razonable con las funciones que se le encomienden, pero también de la legítima demanda de sus audiencias por contar con contenidos informativos que los representen, satisfagan su derecho a la información y que, como establece la UNESCO (2006), se distingan de los medios comerciales por su calidad y diversidad.

7) Referencias

Corral, J. (24 de junio de 2014). La competencia desleal. *El Universal*. Recuperado el día 15 de junio de 2016 de

<http://www.eluniversalmas.com.mx/editoriales/2014/06/70974.php>

DOF. (14 de julio de 2014). *Decreto por el que se expiden la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano; y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en*

⁶ Según información de transparencia, la productora del matutino «A tiempo 21», Kinassis S.A. de C.V., representada por Fernando Luis Sánchez Mejorada y Rojas, recibió por la preproducción, producción y posproducción del noticiario matutino durante 2015 la cantidad de \$16 millones 875 mil 117 pesos (Sistema de Radio y Televisión Digital de la Ciudad de México, 2015).

- materia de telecomunicaciones y radiodifusión*. Diario Oficial de la Federación. Recuperado el día 14 de Junio de 2016 de:
http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014
- Esteinou, J. (2010). Bases para una sociedad comunicativa en transición política: el caso de México. En Martell, L. y Valero, J. (eds.), *Agenda para una comunicación abierta* (pp. 83-128). Porrúa y UAM.
- GODF. (20 de noviembre de 2015). *Aviso por el que se da a conocer el Manual Administrativo del Sistema de Radio y Televisión Digital del Gobierno del Distrito Federal*. Gaceta Oficial del Distrito Federal, pp. 37-70. Recuperado el 17 de Junio de 2016:
http://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/7daa523592317395c0ecfdc0ec24a422.pdf
- IFT. (2016). *Infraestructura de estaciones de televisión*, Instituto Federal de Telecomunicaciones. Recuperado el 17 de junio de:
<http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/infraestructurasradiodifusionetelevision31-03-16.xlsx>
- Martell, L. (2016). *Condiciones y principios para una radio de servicio público*. Manuscrito no publicado. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martell, L. y Calderón-Adel, A. (Julio, 2016). Urge consolidar Sistema de Radio y Tv pública en la Capital del país. *Zócalo*, (197), pp. 22-24.
- Miguel, J. C. (2004). Sobre pluralismo y diversidad. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, (16), pp. 9-26.
- Napoli, P.M. (2001). *Foundations of communications policy: principles and process in the regulation of electronic media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Ortega, P. (2011). Por qué es necesaria la televisión pública. Su presente y futuro. En *Desafíos de la Televisión Pública* (pp. 95-109), Ciudad de México: UNAM.
- Ramírez, K. (10 de julio de 2015). Ricardo Rocha rinde protesta como director del Canal TV de la ALDF. *Excélsior*. Recuperado el 24 de junio de 2016 de:
<http://www.excelsior.com.mx/>
- Repoll, J. (2012). En defensa propia. El papel de las audiencias y sus defensores en la era de las redes sociales. *Derecho a Comunicar*, (5), pp. 92-108.

Sistema de Radio y Televisión Digital de la Ciudad de México. (2015). Art. 14, Fracción XXVII, Adjudicación directa. Recuperado el 22 de junio de 2016 de: http://www.transparencia.df.gob.mx/work/sites/vut/resources/LocalContent/15079/17/ART14FRACXXVII2015_4T_MODIFICADO.xlsx

Toussaint, F. (1998). *Televisión sin Fronteras*. Ciudad de México: Siglo XXI.

UNESCO. (2006). *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas*, Oficina de la UNESCO para América Central. Recuperado el 24 de junio de 2016 de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584s.pdf>

Noticias de calidad en la televisión pública de México: el caso del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión

Brenda Guadalupe Ramos Villaseñor⁷

Resumen

Este trabajo tiene como propósito evaluar la calidad informativa del primer noticiario del día transmitido por la estación televisiva de servicio público C7, la cual pertenece al Sistema Jalisciense de Radio y Televisión. A través de la implementación de un análisis de contenido, se hizo una medición de la calidad entendida como la diversidad y el pluralismo de los formatos, las temáticas y los actores sociales representados en el noticiario. A su vez, la revisión de los antecedentes sociopolíticos sobre el tratamiento de los contenidos informativos del canal arrojó que el programa aún no parece haberse conformado como un espacio de calidad periodística de acuerdo con los parámetros explícitos en la legislación que regula a los medios públicos en el país.

⁷ Licenciada en periodismo por la Universidad de Guadalajara. Estudiante de la Maestría en Estudios Humanísticos con especialidad en Comunicación y Medios Digitales del Tecnológico de Monterrey. Correo: brenda.ramosv@gmail.com

Noticias de calidad en la televisión pública de México: el caso del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión

1) Antecedentes

El presente trabajo tiene como objetivo identificar la calidad de la información que se transmite en la primera emisión noticiosa del día en Canal 7 (C7), frecuencia de televisión pública operada por el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV). Jalisco, ubicado en el Occidente de la República Mexicana, cuenta con 7.8 millones de habitantes (Inegi, 2016), de los que el 57.9% se concentra en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG), integrada por los municipios de Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá y Tlajomulco. Esto quiere decir que, aunque existe una mayor densidad poblacional en dicha zona, hay un importante porcentaje de la población (42.1%) que vive en regiones periféricas del interior del estado.

A pesar de ser la cuarta entidad en cantidad de habitantes, así como el cuarto lugar en la medición del Producto Interno Bruto (PIB) (Inegi, 2014), Jalisco apenas supera por una décima el promedio nacional de escolaridad con 9.2 años. Una de las características importantes del estado es precisamente la disparidad que existe entre la calidad de vida de la población que habita en centros urbanos, particularmente en la ZMG, la cual goza de un mayor acceso a servicios públicos, instituciones educativas y de salud, así como de una amplia oferta cultural, en comparación con aquella que vive en zonas rurales. Basta recordar que al menos siete municipios de Jalisco se encuentran en un índice de marginación catalogado como «Alto» y «Muy Alto», según cifras del Consejo Nacional de Población, siendo Bolaños y Mezquitic, dos localidades de la Región Norte del estado, las que presentan las peores condiciones (Conapo, 2015).

En el panorama político, Jalisco es uno de los estados que históricamente ha mostrado más dinamismo en cuanto a la alternancia de partidos. Fue uno de los primeros en elegir un gobernador no emanado del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en 1995, y después de tres sexenios panistas, regresó el partido tricolor con el actual gobierno en turno.

En los últimos 10 años ha habido tres partidos distintos al frente de los municipios más poblados del estado: Guadalajara, Zapopan y Tlaquepaque.

En la ZMG se concentra una variedad de medios de comunicación tanto impresos como electrónicos y digitales. Sin embargo, a pesar del avance en la penetración de internet, los noticiarios de televisión siguen siendo el principal medio por el que se informa y consume noticias la mayor parte de los mexicanos, siendo el preferido de 76.1% de la población según el promedio nacional (Segob, 2012) y de 52% de los habitantes del Área Metropolitana de Guadalajara (Jalisco Cómo Vamos, 2014).

En Jalisco existen dos televisoras comerciales con señal abierta que cuentan con noticiarios locales: Televisa y TV Azteca, mientras que a su vez hay dos televisoras públicas con noticieros producidos en el estado: el Canal 44 de la Universidad de Guadalajara y C7, señal perteneciente al Sistema Jalisciense de Radio y Televisión. Dentro de la oferta de medios públicos, esta última es la más antigua, pues arrancó operaciones el 16 de enero de 1991. Actualmente y gracias a la apertura del espectro digital en la señal de televisión, el SJRTV cuenta con cuatro frecuencias: 25.1, 25.2, 25.3 y 25.4 (SJRTV, 2016).

En el año 2013, el SJRTV pasó de ser un organismo desconcentrado de la Secretaría de Cultura estatal a un organismo público descentralizado, en aras de dotarlo de mayor autonomía y de reforzar la calidad de su programación. Sin embargo, a tres años de distancia y después de la transición a la Televisión Digital Terrestre, por encima de los contenidos han sobresalido los cambios administrativos en el organismo y políticas implementadas que derivaron en escándalos mediáticos.

Uno de los sucesos destacados es que a poco menos de cuatro meses de su toma de protesta, Gabriel Orozco, el primer ombudsman⁸ electo en el SJRTV, presentó su renuncia el 31 de octubre de 2014 ante desencuentros con el tratamiento de la información sobre la contaminación de la laguna de Cajititlán en Tlajomulco y las marchas por la desaparición de los 43 normalistas de Ayotzinapa (Masini, 2014, p. 89).

⁸ De acuerdo con la *Ley Orgánica del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión*, el defensor del lector tiene la misión, entre otras cosas, de «velar por los derechos de la audiencia, criterios editoriales, calidad, variedad y veracidad de la información».

En la reforma que convirtió al SJRTV en un organismo público descentralizado, además de la figura del ombudsman, también se contemplaba la creación de un consejo consultivo de carácter permanente integrado por especialistas, académicos y representantes de la sociedad civil que emitirían «opiniones, recomendaciones y propuestas relativas a las atribuciones del Instituto» (*Ley Orgánica del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión*, 2013). Sin embargo, dicho consejo sólo sesionó dos veces durante el año 2014 y una vez en 2015, según consta en las actas publicadas en la página web del canal (SJRTV, 2016).

Durante el periodo electoral de 2015, en el que los habitantes de Jalisco eligieron alcaldes, diputados federales y locales, la dirección del SJRTV, a cargo del entonces titular Sergio Ramírez Robles, decidió suspender la transmisión de campañas a raíz de una recomendación emitida por el entonces defensor de la audiencia interino, Julio César Hernández Gutiérrez (Valdovinos, 2015). Lo anterior provocó el reclamo de distintas organizaciones de la sociedad civil, incluyendo al capítulo Jalisco de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información y al Centro de Justicia para la Paz y el Desarrollo (Amedi, 2015), las cuales argumentaron que dicha determinación violaba el derecho a la información de las audiencias y la propia ley del SJRTV, en particular el artículo 4⁹. Eventualmente, el director Ramírez Robles renunció para desempeñarse como secretario de comunicación del PRI.

Aparte de las criticadas decisiones sobre el contenido informativo del canal, falta ver si el noticiero de C7 ha sido capaz de cumplir su misión en materia de calidad contemplada dentro de sus propios instrumentos regulatorios. Precisamente son los medios de comunicación con concesiones para uso público y social los que gozan de mayor libertad para abordar temáticas y consultar actores que por lo general no interesan a los medios comerciales, así como para llegar a espacios geográficos y sociales que han quedado marginados en la cobertura mediática hecha por empresas privadas. Como dice Ortega (2006): «en México, la existencia y sustentación de verdaderos medios públicos representa

⁹ El SJRTV tiene como objeto: «proporcionar información pertinente, veraz y oportuna a los habitantes del Estado para fomentar y acrecentar su participación en la protección y defensa de la libertad»; así como «fomentar la participación ciudadana y el acceso a la información pública».

para los ciudadanos la posibilidad de acceder a una televisión de calidad y de contenidos distintos».

2) Planteamiento del problema

En México operan múltiples canales de televisión pública a través de diversas instituciones y de gobiernos estatales. A estas frecuencias se les asignan recursos del erario, pues tal y como lo marca la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* (2014), no tienen permitido buscar el lucro. En teoría, deberían satisfacer los derechos de acceso a la información de las audiencias, mismos que se encuentran salvaguardados por la *Constitución* (1917) y los tratados internacionales a los que México está suscrito. Por el contrario, los canales públicos parecen replicar los formatos y contenidos de los medios comerciales en el mejor de los casos, o servir como aparatos de propaganda estatal, en el peor.

Bajo este panorama, este proyecto tiene como propósito evaluar la calidad los contenidos del primer noticiario (cuyo nombre es «Noticias al momento») que la estación televisiva C7, operada por el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, transmite durante el día. Lo anterior se hará a través de mediciones que permitan dimensionar el pluralismo de sus formatos, alcance geográfico, temáticas y actores sociales.

La legislación vigente en el país señala la necesidad de que exista una diversidad informativa sobre los temas relevantes de la sociedad y que ésta se encuentre a disposición de los ciudadanos. El artículo 5 de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* (1917) garantiza el «libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión», mientras que el artículo 256, Capítulo IV de la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* (2014), indica que el servicio público de radiodifusión (categoría a la que pertenecen las televisoras públicas), deberá satisfacer los derechos de las audiencias a:

- I. Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico de la Nación;

- II. Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;

Para cumplir con los objetivos, se plantearon tres preguntas de investigación que permitan conocer si la información transmitida en «Noticias al momento» cumple con los criterios de calidad relacionada a la diversidad:

1. ¿En qué medida «Noticias al momento» de C7 transmite contenidos informativos sobre las distintas regiones del estado de Jalisco?
2. ¿Qué tan plurales son las temáticas que abordan los contenidos en «Noticias al momento» de C7?
3. ¿En qué medida «Noticias al momento» de C7 presenta información que representa a los diversos actores del sistema social de Jalisco?

3) Marco referencial

En un país donde el principal medio de comunicación sigue siendo la televisión, es urgente que a través de ella la población tenga acceso a contenidos de calidad y pueda informarse de los acontecimientos que le conciernen desde diversos puntos de vista. Cobran especial importancia en ese contexto los noticieros o emisiones informativas que se transmiten de manera audiovisual, pues es a través de éstos por los que la mayoría de las audiencias obtienen información relevante sobre el acontecer político, social y cultural de sus comunidades.

En palabras de Ortega, la televisión es el «medio ideal —por su capacidad para construir consensos, por su influencia y penetración social— para lograr la propagación de valores como los de tolerancia, equidad, justicia y participación social» (2006, pp. 100-101). Por su popularidad y accesibilidad, la televisión se encuentra en una posición única como medio de comunicación para propiciar el fortalecimiento de la sociedad democrática, lo que ha sido una de las principales preocupaciones políticas de prácticamente toda América Latina (Trejo, 2010). Incluso Sartori, crítico del modelo televisivo actual y de las

consecuencias que éste ha tenido en la política y el gobierno, reconoce el potencial de la televisión para moldear a los públicos: «si proporciona un volumen suficiente de información crítica sobre noticias del mundo, la audiencia se interesará por el mundo; pero si el mundo desaparece de la pantalla, es obvio que el mundo dejará de interesar» (1997, pp. 139-140).

Desde la transición a la Televisión Digital Terrestre, la oferta de canales se ha multiplicado en el país, sin que eso signifique que los contenidos de estas frecuencias realmente sean distintos entre sí, pues «pluralidad no es sinónimo de muchos canales con los mismos contenidos y una sola voz» (Ortega, 2006, p. 98). El panorama se complica aún más porque la televisión mexicana es una de las que mayor concentración de propiedad tiene en todo el mundo, con dos empresas a la cabeza de la audiencia nacional (Trejo, 2010).

Por televisión pública se entiende aquella que depende de alguna instancia del Estado, no tiene fines de lucro y opera mediante una concesión de uso público o social otorgada por el gobierno. Toussaint (2011) explica que México, al igual que muchos países latinoamericanos, desarrolló a las televisoras públicas sólo después de que el gobierno apoyó económica y legalmente el crecimiento de las privadas. Desde la creación del Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional en 1958, la televisión pública nació despojada de autonomía política y financiera. Pero con todo y los factores en contra, podría decirse que durante décadas vivió una etapa de crecimiento sostenido hasta que inició su declive en 1993, cuando se consumaron las políticas neoliberales que privatizaron las telecomunicaciones y la televisión pública.

A casi seis décadas de su nacimiento, se pueden distinguir dos modelos de TV pública que han tenido fuerte influencia en el espacio latinoamericano: el europeo y el estadounidense. México se encuentra en un sitio intermedio entre uno y otro. Si bien la TV privada se instaló primero en este país, más tarde se abrieron canales adscritos a la dimensión gubernamental con orientaciones que recuerdan los principios europeos, aunque más laxos. (Toussaint, 2009, p. 106)

Precisamente en Europa, las reflexiones sobre medios públicos apuntan a que es necesario orientarlos hacia unos objetivos comunes: «servir al público, reconocer los derechos de los ciudadanos en la sociedad y actuar como la mejor fuente posible de información para apoyar el diálogo público» (Gutiérrez, 2000). Para alcanzar dichos propósitos, tendrían que cumplirse determinados factores, entre ellos, la independencia del poder gubernamental, desarrollar las diversas dimensiones necesarias para la diversidad y alcanzar la excelencia profesional.

Pero por más nobles que sean las intenciones detrás de la creación y el sostenimiento de la televisión pública, la realidad es que su fracaso en muchos países ha hecho que surjan múltiples cuestionamientos al modelo. Por un lado, se le critica su «mimetismo con el Estado» (Martín-Barbero y Rey, 1999), y por el otro, su estilo acartonado y elitista (Sartori, 1997). Martín-Barbero y Rey resumen que en los países latinoamericanos se cayó «en un modelo subsidiado que terminó por parecerse demasiado a los canales comerciales o, por el contrario, por adoptar un enfoque supuestamente educativo que le restaba creatividad, sentido de la innovación y lo alejaba irremediabilmente de las audiencias» (p. 73).

Uno de esos países donde parece que el sistema de televisión pública fracasa en gran medida es México, donde la televisión comercial sobrepasa por mucho en niveles de audiencia y en cantidad de producciones. Desde que la televisión llegó a la sociedad, se insertó en un sistema capitalista y como una industria de la cultura «que puso en primer plano la obtención de ganancias y en segundo lugar el crear y el expandir una visión del mundo, una ideología y pautas culturales» (Toussaint, 2011, p. 94). Sin embargo, la preponderancia de los medios comerciales ha dejado un vacío en las necesidades informativas y en la representación de amplios sectores de la sociedad. Trejo (citado en Ortega, 2006, p. 98) apunta que la oferta televisiva comercial «no ha logrado constituir un auténtico mercado con la diversidad de enfoques y programaciones que supondría la existencia de competidores capaces de disputarse la audiencia de un país tan grande y heterogéneo».

Por ello, cabe cuestionarse si dentro de ese amplio espectro disponible para los telehogares mexicanos, se satisfacen las necesidades de las audiencias para obtener

información diversa y de calidad, que refleje el acontecer de todas las comunidades del país.

3.1) Hacia una medición de la calidad

Es difícil definir lo que es televisión informativa de calidad. Mientras algunos abordajes consideran cuestiones como las rutinas y ciertos aspectos de la producción, otros se concentran exclusivamente en el producto final, es decir, en los contenidos. Desde esta última perspectiva, una de las coincidencias de varios autores es que la calidad de la información en los telediarios debe estar sostenida por valores democráticos, entre los que se incluyen el pluralismo y la diversidad (Godoy, 1999). Por ello es que muchas investigaciones concuerdan en que para medir la calidad, es necesario considerar la diversidad programática, de géneros, de contenidos y opiniones (Gutiérrez, 2000). Esto implica que no sólo se está haciendo buena televisión, sino también buen periodismo. Como dicen Martín-Barbero y Rey: la televisión tiene el reto de formar «un espacio común donde la sociedad civil se exprese en su pluralidad» (1999, p. 69).

Godoy expone que hay tres razones principales para medir la diversidad en la televisión: «a) el sistema televisivo debe servir todos los intereses de la audiencia; b) la audiencia debe poder elegir libremente entre alternativas reales, y c) difundir diferentes personalidades y perspectivas refuerza la convivencia democrática» (2009, p. 78). De acuerdo con la *Declaración universal de la Unesco sobre la diversidad cultural*, la defensa de ese pluralismo «es un imperativo ético, inseparable del respeto de la dignidad de la persona humana» (Unesco, 2003, p. 4). Su artículo 6 establece:

La libertad de expresión, el pluralismo de los medios de comunicación, el multilingüismo, la igualdad de acceso a las expresiones artísticas, al saber científico y tecnológico —comprendida su forma electrónica— y la posibilidad, para todas las culturas, de estar presentes en los medios de expresión y de difusión, son los garantes de la diversidad cultural. (p. 5)

Otro aspecto fundamental cuando se habla de telenoticias de calidad tiene que ver con que la información pueda ser clasificada mayoritariamente dentro de lo que se conoce en la jerga periodística como noticias «duras», o relevantes política y socialmente para la

comunidad, en lugar de noticias «blandas», o aquellas que incluyen historias de interés humano y se enfocan en cuestiones como entretenimiento y deportes (Belt y Just, 2008).

Mientras que los medios privados no contemplen entre sus fines la producción de un periodismo televisivo de calidad, la televisión pública está, más que nunca, forzada a trabajar para satisfacer ese derecho fundamental de la ciudadanía.

4) Metodología

En este estudio se empleó un análisis de contenido cuantitativo para dar respuesta a las preguntas planteadas anteriormente. Se propone un enfoque cuantitativo ya que éste «permite estudiar una muestra amplia y aplicar un tratamiento estadístico a los datos obtenidos» (Gómez-Domínguez, Aguilar, Villanueva Baselga, y Sánchez, 2016, p. 168). Para implementar la técnica de investigación se consideró una muestra aleatoria de dos semanas comprendidas entre los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2015.

«Noticias al momento» es la primera emisión noticiosa televisiva del SJRTV. Se transmite de lunes a viernes de 13:30 a 14:30 horas y el conductor es Antonio Ceja Mercado. El estudio tomó en cuenta sólo los mensajes transmitidos como géneros periodísticos: noticias, entrevistas, reportajes, crónicas y editoriales de opinión. Quedaron excluidos los comentarios del conductor, los anuncios institucionales, así como otras secciones no periodísticas.

De igual forma, a cada pregunta de investigación se le asignó una matriz de variables o categorías para su clasificación.

5) Resultados

Los primeros resultados arrojaron que en total se transmitieron 221 noticias durante las semanas analizadas, acumulando 6.5 horas de contenido exclusivamente informativo. Aunque se analizaron 10 programas con una duración de una hora cada uno, cabe recordar que los cortes comerciales o institucionales y los comentarios del conductor fueron excluidos de la codificación.

El género periodístico más utilizado fue la noticia, con 93.7% de los contenidos producidos en dicho formato. Después, el que más se presentó fue la entrevista, con apenas 5% del total. Enseguida apareció el reportaje, con una representación del 0.9%, así como la crónica, con 0.5%. Durante el tiempo en que se realizó este análisis no se transmitió ningún formato editorial o de opinión.

E 70.1% de la información transmitida puede ser clasificada como «dura», es decir, aquellos hechos inmediatamente relevantes y que generan un impacto en las comunidades que atañen; mientras que el 29.9% restante podría considerarse «blanda», o situaciones no urgentes que no afectan directamente a las audiencias, sino que más bien son historias de interés humano, anécdotas curiosas o cuestiones relacionadas con entretenimiento.

5.1) Representación de la diversidad geográfica de Jalisco

Del total de noticias analizadas, prácticamente el 100% ocurrió o se reportó desde el estado de Jalisco: de 221 mensajes emitidos, sólo dos se dieron fuera del territorio jalisciense. Sin embargo, se consideró que la mayoría eran de relevancia municipal (50.7%), en segunda instancia del ámbito estatal (37.6%), nacional (4.1%), regional (0.9%) e internacional (0.5%). Se excluyeron algunos contenidos cuyo orden de influencia no pudo ser identificado (6.3%).

Con respecto a la diversidad geográfica que abarca el noticiero dentro del estado de Jalisco, es de destacar que en el análisis sólo figuran 11 de los 125 municipios que componen la entidad federativa. Así mismo, sobresale la concentración de mensajes emitidos desde los cinco municipios que integran la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG)¹⁰, a los cuales se destinó 90.6% del tiempo total (Tabla 1). Incluso dentro de éstos existe una disparidad, pues los sucesos ocurridos en Guadalajara —la capital jalisciense y la ciudad más poblada con un millón 400 mil habitantes (Inegi, 2016)— recibieron una cobertura que ocupó casi dos tercios del tiempo total del periodo analizado; mientras que Tlajomulco, el municipio más reciente en integrarse a la ZMG, apenas obtuvo un 1.7%. Lo anterior sugiere que la emisión «Noticias al momento» privilegia un modelo centralista, generando una abrumadora cantidad de información desde la capital del estado.

¹⁰ Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá y Tlajomulco.

Tabla 1:

Tiempo dedicado a la noticia según el municipio donde ocurrió

Municipio	% Notas	% Tiempo
Cihuatlán	1.8%	1.8%
Guadalajara	71.7%	72.8%
Lagos de Moreno	.5%	.3%
Mascota	.5%	.1%
Puerto Vallarta	5.5%	6.3%
El Salto	.5%	.6%
Tala	.5%	.4%
Tlajomulco de Zúñiga	1.8%	1.7%
Tlaquepaque	3.2%	2.1%
Tonalá	2.3%	2.0%
Zapopan	11.9%	12.0%
Total	100% (n=219)	100% (n=390 min)

*Fuente propia.

*Se excluyó la información que no ocurrió dentro del territorio estatal.

Después de la ZMG, la ciudad con mayor representación en el noticiero es Puerto Vallarta, con 6.3% del tiempo total. Junto con Cabo Corrientes y Tomatlán, Puerto Vallarta es parte de la Región Costa Norte¹¹ de Jalisco, y es el destino turístico número uno de la entidad. Además, con más de 250 mil habitantes (Inegi, 2016) es el sexto municipio más poblado (después de los cinco que integran la ZMG), lo que indica una tendencia de que las poblaciones con mayor número de habitantes son las que reciben mayor cobertura.

El resto de los municipios que recibieron tiempo de transmisión y que se encuentran entre los más poblados de Jalisco y de sus respectivas regiones fueron: Lagos de Moreno, de la Región Altos Norte; Tala, de la Región Valles, y El Salto. Éste último, forma parte del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG)¹² y, por ende, de la Región Centro del estado. Las excepciones fueron Cihuatlán, superado en cantidad de población por Autlán de Navarro (el cual no figura en la información transmitida por el noticiero) dentro de la Región Costa Sur; y Mascota, superado en cantidad de población por Talpa de Allende (el

¹¹ Algunos autores integran en una sola las regiones Costa Norte y Sierra Occidental.

¹² Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque, Tonalá, Tlajomulco, El Salto, Ixtlahuacán de los Membrillos y Juanacatlán.

cual no figura en la información transmitida por el noticiero) en la Región Sierra Occidental. De todas las poblaciones que aparecieron en los resultados, Mascota es la que menos habitantes tiene, con poco más de 14 mil personas (Inegi, 2016).

Quedaron fuera de toda cobertura las regiones Altos Sur, Ciénega, Norte, Sur, Sureste y Sierra de Amula.

5.2) La diversidad temática

Durante el periodo que abarca la muestra del análisis, se clasificó cada nota según la temática general que aborda, o, para efectos de este estudio, el macrotema. Se excluyeron un par de casos debido a que no se pudieron codificar conforme a las categorías determinadas, por lo que en total se tomaron en cuenta 219 noticias.

Tabla 2:
Tiempo dedicado a los temas del noticiero

Macrotema	% Notas	% Tiempo
Salud	6.8%	9.4%
Educación	2.7%	2.6%
Economía	10.5%	11.1%
Derechos Humanos	4.1%	4.1%
Política	10.5%	13.4%
Seguridad pública	23.7%	22.5%
Religión	1.4%	2.9%
Tecnología / Desarrollo	1.8%	2.6%
Ecología**	2.3%	1.4%
Eventos Naturales / Protección Civil	11.0%	12.4%
Arte / Cultura	25.1%	17.7%
Total	100% (n=219)	100% (n= 389 min)

* Fuente propia.

* La cantidad de temas es menor a la suma de notas porque se excluyeron un par de casos en los que no se pudo categorizar la temática de acuerdo con la matriz de variables.

** Se omitieron cápsulas de noticias que se transmitían durante los cortes comerciales, pues no quedaba claro si formaban parte del noticiero o eran anuncios institucionales del canal.

Por la cantidad de tiempo y número de notas dedicadas, sobresalieron las coberturas relacionadas con «seguridad pública» y «arte/cultura». En estas dos categorías se concentró el 40.2% del tiempo total del noticiero, pues tan sólo «seguridad pública» resultó ser el tema más abordado con 22.5% (Tabla 2). Al analizar los datos a detalle, en ese rubro destacaron las cuestiones relacionadas con vialidad y movilidad urbana, mientras que prácticamente ninguna noticia consistía en relatar o investigar hechos u olas criminales que afectan a la entidad. En uno de los dos reportajes que se transmitieron durante el periodo analizado, la temática principal fue «seguridad pública», mientras que el otro pertenecía a información sobre «salud».

Todos los días el noticiero tiene una sección fija de breves o noticias cortas dedicadas al acontecer artístico y cultural del estado, lo cual explica por qué esta temática aparece en primer lugar en porcentaje de notas destinadas, pero se va a segundo si se toma como medición el tiempo.

Por otro lado, destaca que el tema más marginado es la «ecología», seguido por los asuntos que tienen que ver con «tecnología/desarrollo» y «educación». «Religión» también resultó una categoría poco abordada, y únicamente hubo coberturas relacionadas con la religión católica. No obstante, destaca que la única crónica que se registró en el material analizado tenía como tema principal una fiesta religiosa.

5.3) Los actores del sistema social

Como fuentes y personajes de la noticia en total aparecieron 279 actores del sistema social. Hay mayor cantidad de actores que de noticias porque algunas de éstas presentan a más de un actor. De ellos, 62.73% está vinculado con algún orden de gobierno (ejecutivo, legislativo y judicial) o con un partido u organización política. Tan sólo los funcionarios tanto de instancias estatales como municipales y federales abarcaron cerca de 43.91% de las apariciones en el noticiero. Lo anterior parece comprobar que existe un tinte oficialista y gubernamental que la mayoría de los teóricos critican de los medios públicos en México.

Del total de las veces que aparecen gobernantes, 34.62% resultó ser empleado del gobierno estatal, es decir, secretarios estatales o dirigentes de instituciones. En seguida, los actores más consultados fueron empleados de gobiernos municipales, con 19.23%; los

alcaldes figuraron en 13.85% y el gobernador Aristóteles Sandoval Díaz en 7.69%. Se contabilizaron en 7.69% las apariciones de empleados de dependencias federales (delegados y titulares de instituciones de dicha índole). Con respecto a otras figuras concretas, el secretario de Desarrollo Social de la República (entonces José Antonio Meade) apareció en 1.54% de las veces. El resto (15.38%) no se pudo categorizar de acuerdo con la matriz de variables disponibles.

Tabla 3:
Frecuencia de aparición por categoría de actor

Categoría de actor	% Aparición
Gobernantes	46.24%
Parlamentarios	5.73%
Políticos	7.89%
Ciudadanos	31.90%
Poder Judicial	2.87%
Internacionales	1.08%
Empresarios	3.58%
Religión	0.72%
Total	100% (n=279)

* Fuente propia.

* La cantidad de actores es mayor al número de noticias porque algunas de ellas presentaban a más de un actor. En total se consideraron hasta tres actores por noticia.

Resalta que la segunda categoría de actores sociales fueron los miembros de la sociedad civil, con poco menos de la tercera parte del tiempo total de la muestra. No obstante, cabe la aclaración de que la mayoría de los ciudadanos consultados participaron en calidad de testimonios a quienes se les pidió que dieran su opinión sobre diversas temáticas abordadas por el noticiero, y no fueron miembros de la sociedad civil organizada, como por ejemplo líderes de asociaciones y grupos de índole política.

La categoría de actores que recibió menor cobertura fueron los líderes religiosos, quienes aparecieron 0.72% de las veces. Después le siguen las figuras internacionales y los empresarios.

6) Conclusiones

La televisión pública debe constituirse como una alternativa de calidad ante un sistema mediático comercial concentrado en pocas manos, el cual no refleja la pluralidad de un país como México en su conjunto ni de un estado tan diverso como lo es Jalisco. Sin embargo, como han planteado académicos y especialistas, pese a que se destinan millones de pesos anuales a la operación de los medios de servicio público, éstos se han quedado cortos en el cumplimiento de las funciones previstas dentro sus propios instrumentos regulatorios y en la legislación nacional.

El propósito principal de esta investigación era responder si al cumplir con los criterios de diversidad, la información noticiosa que se transmite en el programa «Noticias al momento» de C7 constituye una propuesta periodística de calidad. Para ello se diseñó una metodología con variables que permitieron evaluar la diversidad geográfica, temática y de actores sociales de dichos contenidos informativos.

Una de las principales cuestiones de relevancia es la poca utilización de distintos géneros periodísticos. La supremacía de la nota informativa sobre otros formatos de largo aliento, como la crónica o el reportaje, no sólo es un problema de la televisión, sino que también ocurre en la mayoría de los medios de comunicación. El conflicto radica en que la noticia es, de todos, el género más limitado, que muchas veces se constriñe a responder las preguntas básicas del periodismo y no logra llegar más allá para ofrecer una visión crítica de la realidad.

El noticiero de C7 no es la excepción a esa regla, por lo que, de entrada, es notable que al producir mayoritariamente notas informativas, se pierde la oportunidad de aportar reflexiones más profundas. Además, debido a la ausencia de formatos de periodismo de opinión, se advierte una comprensión errónea sobre lo que significan imparcialidad y equidad: ser imparcial implica transmitir contenidos desde varios puntos de vista, lo que no se refiere de ninguna manera a censurar toda opinión sobre un tema social o políticamente

relevante. Esta observación coincide con los antecedentes del canal: basta recordar la decisión de la administración pasada al omitir la cobertura de las elecciones intermedias de Jalisco, supuestamente en aras de no incidir sobre las preferencias del electorado, en lugar de presentar distintas visiones y una repartición equitativa de las diferentes propuestas políticas. Como primera observación a la pregunta número uno de investigación, los resultados obtenidos demuestran que el noticiero de C7 tiene al menos la intención de configurarse como un espacio informativo verdaderamente estatal, dejando fuera las cuestiones que no están relacionadas con la entidad federativa. En ese sentido, en principio podría considerarse que la oferta del SJRTV es una alternativa a los formatos noticiosos que dominan los horarios estelares de las televisoras privadas, mismos en los que las noticias nacionales e internacionales tienen primacía.

Sin embargo, los resultados también arrojan una preocupante falta de diversidad geográfica en la cobertura interna de un estado con altas disparidades entre sus poblaciones urbana y rural. El hecho de que casi dos tercios de la información se concentren únicamente en el municipio de Guadalajara y más del 90% en la zona metropolitana es evidencia de un centralismo preocupante. La situación es que de las 12 regiones en las que se divide el estado de Jalisco, el noticiero sólo llegó a cubrir la mitad, por lo que una parte importante de la población quedó excluida. Cada una de las zonas omitidas no sólo se enfrenta a realidades complejas y problemas de diversa índole, sino que está habitada por un crisol de identidades y tradiciones que el resto de los jaliscienses desconocen.

Con respecto a la segunda pregunta de investigación, el problema de la diversidad temática no fue tan grave como en la cuestión geográfica. Sobresale que, a pesar de que la mayoría de la información pertenecía a la categoría de seguridad pública, el noticiero adolece completamente de lo que se conoce como nota roja o policiaca, lo que puede interpretarse como una censura a los problemas de violencia que afectan al territorio estatal. La mayor parte de dicha información estaba vinculada a cuestiones que tienen que ver con vialidad, principalmente reportes de tráfico e inversiones gubernamentales en infraestructura.

De igual forma, la cobertura de temas ambientales fue más bien escasa, pese a que Jalisco tiene graves problemas de deterioro ecológico en algunas partes de su territorio.

Esto recuerda al desencuentro que la anterior administración del SJRTV tuvo con su primer ombudsman por la omisión de la cobertura en la contaminación de la laguna de Cajititlán.

Lo que también es de destacarse es que el noticiero tenga una sección fija para el arte y la cultura, en la que abundan anuncios relacionados con eventos y exposiciones de diversas expresiones artísticas, lo que en efecto sí es un factor diferenciador de los modelos de televisión comercial, que suelen destinar espacios ínfimos a noticias de esta clase.

Finalmente, en los resultados de la última pregunta de investigación se constató que casi la mitad de los actores consultados pertenece al gobierno del estado. Lo anterior coincide con investigaciones previas que documentaron que el gobernador es el personaje al que más tiempo se le dedica dentro del noticiero.

Como contrapartida interesante, entre los actores más recurrentes figuró casi un tercio de voces ciudadanas. Es necesario hacer el matiz, empero, de que en pocas ocasiones se consultaron líderes ciudadanos organizados en oposición a algún orden de gobierno.

En resumen, aún queda mucho por hacer para que la supuesta autonomía de la que ahora goza el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión pase del papel a la práctica. Además de la necesidad de consolidar debidamente los organismos de defensa de las audiencias y resolver las pugnas políticas al interior del canal, hace falta una verdadera intención porque los contenidos informativos de «Noticias al momento» sean verdaderamente de calidad y constituyan un espacio de debate plural, que refleje toda la diversidad temática, de actores, geográfica y de opiniones que existe en el estado de Jalisco.

7) Referencias

Amedi. (2015, June 24). Exigimos se adopten medidas para asegurar que se respeten los derechos de las audiencias del SJRTV. *Amedi Jalisco*. Guadalajara. Recuperado el 13 de noviembre de 2016 de: <http://www.amedijalisco.org.mx/comunicados/exigimos-se-adopten-medidas-para-asegurar-que-se-respeten-los-derechos-de-las-audiencias-del-sjrtv/>

Belt, T., y Just, M. (2008). The Local News Story: Is Quality a Choice? *Political*

Communication, 25(2), 194–215. Recuperado el 11 de octubre de 2016 de:
<http://doi.org/10.1080/10584600801985714>

Conapo. (2015). *Índice de marginación municipal 90-15*. Ciudad de México. Recuperado el 11 de octubre de 2016 de:
http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Datos_Abiertos_del_Indice_de_Marginacion

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (1917).

Godoy, S. (1999). Una medida de calidad: diversidad programática en la TV chilena 88-97. *Cuadernos de Información*, (13), 75–88.

Gómez-Domínguez, P., Aguilar, C., Villanueva Baselga, S., y Sánchez, L. (2016). Calidad informativa: un estudio comparativo de los servicios informativos de las televisiones autonómicas públicas y privadas en España. *Cuadernos.info*, (38), 165–181. Recuperado el 25 de octubre de 2016 de: <http://doi.org/10.7764/cdi.38.741>

Gutiérrez, C. (2000). Televisión y diversidad: génesis, definiciones y perspectivas de la diversidad en las televisiones públicas y comerciales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (31). Recuperado el 23 de octubre de 2016 de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/z31jl/84gea.htm>

Inegi. (2014). *PIB. Entidad federativa, anual. PIB y cuentas nacionales de México*. Aguascalientes. Recuperado el 25 de octubre de 2016 de:
<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/pibe/default.aspx>

Inegi. (2016). *Principales resultados de la Encuesta Intercensal 2015: Jalisco*. Aguascalientes.

Jalisco Cómo Vamos. (2014). *Encuesta de percepción ciudadana 2014: ¿Cómo nos vemos los tapatíos?* Guadalajara. Recuperado el 11 de octubre de 2016 de:
www.jaliscocomovamos.org

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014). Ciudad de México.

Ley Orgánica del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (2013). Guadalajara.

- Martín-Barbero, J., y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (Primera ed). Barcelona: Editorial Gedisa.
- Masini, J. (2014). La institucionalidad puede esperar: el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, entre el oficialismo y la improvisación. In M. Paláu (Ed.), *Qlteso: Análisis Crítico de Medios. Medios de comunicación y derecho a la información en Jalisco, 2014* (pp. 83–99). Tlaquepaque: ITESO.
- Ortega, P. (2006). Muchos canales no es sinónimo de pluralidad: Dos empresas, una voz. *Anuario de Investigación UAM-X*, 96–111.
- Sartori, G. (1997). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Segob. (2012). *Encuesta nacional sobre cultura política y prácticas ciudadanas*. Ciudad de México. Retrieved from http://www.encup.gob.mx/en/Encup/Quinta_ENCUP_2012
- SJRTV. (2016). C7 Jalisco. Recuperado el 22 de octubre de 2016 de: <http://c7jalisco.com/newsite/?q=acerca-del-sjrtv>
- Toussaint, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas Y Sociales*, LI(206), 105–118. Recuperado el 22 de octubre de 2016 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42115999006>
- Toussaint, F. (2011). La política cultural y las televisoras públicas en México, Venezuela y Brasil. *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*, XVII(33), 91–111.
- Trejo, R. (2010). Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina. *Intercom*, 33(1), 17–51.
- Unesco. (2003). *Declaración universal sobre diversidad cultural*. Johannesburgo.
- Valdovinos, J. (2015, March 11). Exigen investigar nula cobertura. *Mural*. Guadalajara. Recuperado el 12 de octubre de 2016 de: www.mural.com

La calidad de la información en los noticiarios de la televisión pública mexicana: Caso del Noticiero Televisivo Visión Informativa del Instituto Morelense de Radio y Televisión, Canal 49

Susana Gómez Loperena y
Ana Elena Aguirre Yuen¹³

Resumen:

El estudio es resultado de la aplicación de la técnica del Análisis de contenido para identificar la calidad de la información se transmite en el noticiero Visión Informativa del Instituto Morelense de Radio y Televisión, Canal 49. La Calidad del contenido se determinó en base a los parámetros de diversidad de la representación de los actores sociales.

Los resultados muestran que, en la representación de actores sociales hay una proporción de dos actores políticos por cada actor ciudadano. El tiempo de pantalla lo dominan los actores políticos del estado con actores con imagen y voz. Los funcionarios públicos estatales son los actores políticos más representados. Los actores civiles más representados son los ciudadanos, seguidos por los profesionistas, artistas, deportistas, intelectuales, empresarios, productores de arte y estudiantes, principalmente beneficiados por acciones gubernamentales. Se mencionó el caso de ciudadanos que en grupo demandaban con sus manifestaciones públicas acciones del gobierno estatal. Se destaca la presencia de actores civiles en grupo que son personas de todas las clases sociales y edades, así como la presencia de personas pobladores de localidades pequeñas e indígenas que muestran sus tradiciones culturales. Por otra parte, en el noticiero se destaca la existencia del resumen semanal de noticias en lenguaje Náhuatl es un signo de inclusión de los pueblos indígenas que habitan el Estado de Morelos.

¹³Susana Gómez Loperena es licenciada en Ciencias de la Comunicación y maestra en Administración Pública, líder del Cuerpo Académico en Formación Comunicación Humana y Tecnología, Universidad Autónoma de Tamaulipas (gloperena@docentes.uat.edu.mx).

Ana Elena Aguirre Yuen es licenciada en Ciencias de la Comunicación y tesista de la Maestría en Comunicación, Universidad Autónoma de Tamaulipas.

**"La calidad de la información en los noticiarios de la televisión pública mexicana:
Caso Análisis de Contenido del Noticiero Televisivo Visión Informativa del
Instituto Morelense de Radio y Televisión, Canal 49."**

1) Introducción

El desarrollo de la televisión pública en México ha dependido de reformas legales y del interés político por proveer presupuestos que permitan su desarrollo, con el objetivo de crear espacios de comunicación que den voz e imagen a actores sociales y temas no cubiertos por la televisión privada del país. Así, el 14 de julio del 2014 se reforma la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que en su Artículo 256 especifica “condiciones de competencia y calidad” para “satisfacer los derechos de las audiencias” “preservando la pluralidad y veracidad de la información”. Especifica que las audiencias tienen derecho a “recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación”, con programación diversa y plural, sin discriminación y con respeto a los derechos humanos. Y señala que “se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta”. (DOF, 14 julio, 2014).

Lo anterior nos remite a lo que los teóricos de la comunicación llaman “calidad de la información” para García Canclini (2011) está depende de, “si la oferta cultural respeta la diversidad étnica y de creencias, da espacio a las distintas opiniones de una sociedad, estimula la imaginación de los espectadores, fomenta el conocimiento de otras tradiciones culturales”. También lo relaciona con la representatividad de actores sociales como “ancianos, niños, mujeres y trabajadores, o grupos lingüísticos minoritarios” (P. 7)

El objetivo general de este trabajo es determinar la calidad de la información de acuerdo a los parámetros de diversidad en la representación de los actores de las noticias que se transmite en el noticiero Visión Informativa del Instituto Morelense de Radio y Televisión (IMRyT), Canal 49. Los objetivos particulares son medir el impacto de la noticia, identificar la zona geográfica origen de la noticia, identificar el género periodístico de la noticia, clasificar los macro temas y los actores sociales de las noticias para medir su nivel de representatividad y relevancia. Las preguntas que guían esta investigación son: ¿En qué medida el noticiero Visión Informativa de la televisión

pública del IMRyT proporciona información relacionada con el ámbito local y regional? ¿Cuáles son los géneros periodísticos desarrollados en las notas informativas? ¿Qué tan plurales son los macro temas y los subtemas de las notas que se tramiten en el noticiario? ¿Cuál es el nivel de acceso que distingue al noticiario al presentar a los actores del sistema social?

2) Metodología

La presente investigación forma parte de un esfuerzo conjunto por parte de investigadores de diversas universidades para el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, tiene como finalidad de estudiar los noticiarios que se transmiten en horario matutino en las televisoras públicas de los estados. Se recurrió para ello al método de análisis de contenido, recurriendo al mismo libro de código, considerando los mismos aspectos temporales como día y mes, aspectos periodísticos como segmento, clasificación de la noticia, género periodístico, duración y contextualización; aspectos territoriales del origen de la noticia; relevancia de macro temas y subtemas y por último la representatividad de los actores sociales. En este caso se elige una muestra de la población del noticiario Visión Informativa transmitido de 20:00 a 21:00 de la noche de lunes a viernes en la televisoras del IMRyT, conducido por Gina Batista, actual Directora de Información del IMRyT.

Para escoger la muestra de noticiarios se utilizó un muestreo aleatorio de conformación de semanas compuestas. En total se analizaron 213 noticias en 10 noticiarios durante dos semanas compuestas con listas de números aleatorios.

3) Marco referencial

Florence Toussaint (2009) define a la televisión pública como aquella que surge de “un interés político, de un objetivo que apunta al uso social y educativo de una tecnología puesta al servicio público con un alcance masivo y que dependen de alguna instancia del Estado” (P.109). El propósito de creación de las televisoras públicas fue abrir nuevos espacios mediáticos que enriquecieran la cobertura informativa y programática al ofertar opciones de contenidos ajenos a los intereses dominantes del mercado y servir al mismo tiempo como canal para visibilizar temáticas y actores ignorados por los grandes medios de comunicación comercial. Sin embargo, las televisoras estatales en México como lo

señala Ortega “han sufrido los vaivenes políticos y han sido presas de los intereses de los gobiernos en turno. Han padecido escasez de recursos económicos, falta de continuidad en sus proyectos, atraso tecnológico y la presión que genera la hegemonía” (Ortega, 2006, p. 105).

Las televisoras públicas enfrentan los retos de subsistir económicamente como entidades gubernamentales mientras buscan cumplir su misión de desarrollar una línea editorial de interés social que fomente la participación ciudadana y fortalezca la cultura nacional y estatal mediante la producción de contenidos mediáticos propios e informativos. Mir *et al.*, citan a Arrese quien señala que “La calidad de los productos informativos, por lo tanto, no tiene sólo una implicancia económica, sino que involucra aspectos sociales (Arrese, 2004) y políticos” (Mir *et al.*, 2008, p.58).

En la construcción de la calidad informativa los medios de comunicación operan como constructores de una visión comunicativa de la realidad que coloca actores y temáticas en la esfera de la opinión pública, y es precisamente la televisión por su poder de conjunción de la imagen y el sonido quien con mayor potencial impregna la mente del perceptor. “La televisión cumple más fehacientemente las políticas de visibilidad/invisibilidad al mostrar, con evidencias visuales, o al no mostrar y hacer aparecer otras imágenes, la realidad de cualquier fenómeno” (Mendizábal, 2011, p.68). Surgen así en los medios de comunicación contenidos donde, “La imagen que prevalece acerca de los gobernantes se construye en buena medida (y a veces de manera exclusiva) con la suma de simpatías o antipatías propaladas en los medios de comunicación.” (Trejo Delarbre, 2010, p. 47).

Lo mismo ocurre con otros actores sociales y temáticas que pueden ser propulsadas o no por el medio informativo. Gutiérrez Coba expresa que para Shultz (2000) “los criterios esenciales de la calidad periodística son la diversidad y la objetividad, que están conectados con los valores de una sociedad democrática y participativa: libertad e igualdad.” (Gutiérrez Coba, 2006, p.33). Las televisoras estatales son entidades dependientes del gobierno y cumplen con la función de informar al pueblo de las acciones gubernamentales, al mismo tiempo tienen la tarea de ser portavoces de las demandas sociales de todos los sectores de la sociedad y permitir que actores y temáticas excluidos en los medios masivos comerciales tengan una opción para llegar a un medio de comunicación y hacer visible su situación y demandas. Gómez M. y Palau citan a María González quien propone para el estudio de los medios

de comunicación “tres ejes: calidad formal, calidad de contenidos y calidad social, vinculada al marco legal y la deontología (Gómez Mompart y Palua Sampio, 2013, p.781).

3.1) La calidad social en el aspecto deontológico

Elizabeth Brauer quien fuera “Defensora de las audiencias” en el IMRyT en entrevista transmitida por el canal 49, en el programa “Morelos Trabajando” señala que los medios de comunicación públicos:

“Creamos ciudadanía segura de sí misma, más valorada y creamos también un tejido social más fuerte”. “Los medios públicos tienen como ámbito de competencia toda la ciudadanía”. “Lo que hacemos es abierto, se hace cultura nacional, lo que da pauta a la creación del Defensor de las Audiencias, quien está para que el contenido de cada programa de radio y televisión siga cumpliendo con la creatividad y principios culturales ajustados a un código de ética, no a lo que quiera un patrocinador.” (IMRyT, 2016)

3.2) La calidad social en lo que respeta al marco legal

En 1985 se crea el Sistema Morelense de Radio y Televisión y el 8 mayo de 2013 se decreta el Instituto Morelense de Radio y Televisión (IMRyT), por medio del cual se buscaba la participación de los ciudadanos, mientras que el mismo Instituto se comprometía a orientar a la sociedad de Morelos a través de sus contenidos. En diciembre de 2012 el Instituto Morelense de Radio y Televisión adquiere presupuesto propio como organismos descentralizado con la posibilidad de acceder a recursos públicos y privados, nacionales e internacionales.

Actualmente el Instituto Morelense de Radio y Televisión, es el primer grupo de medios públicos del Estado de Morelos con cobertura estatal, está formado por el canal 49 de Televisión (121 de Cablemás) y cuatro estaciones de radio: Universal Stereo 102.9, FM (Cuernavaca), Jojutla FM 100.5 (Jojutla), Yautepec FM 90.9 (Yautepec) y Radio Cuautla 1390 AM (Cuautla).

En la visión del instituto se detalla una “programación plural, incluyente y confiable, que fortalezca la conciencia y la participación ciudadana” y entre los principios éticos el IMRyT está “la libertad de expresión, de pensamiento y de opinión, el respeto al pluralismo informativo, político, social y cultural, y la libertad de información veraz e imparcial”. Específicamente al considerar la función informativa

del noticiario Visión Informativa el IMRyT señala en su página web que busca “Informar a la población de manera veraz y objetiva de lo que sucede en el estado de Morelos, con la inclusión de reportajes, crónicas, entrevistas, difusión de políticas públicas y servicios a la comunidad.” (IMRyT, 2016 b)

4) La calidad de contenidos

En las 10 emisiones estudiadas hay un total de 213 notas informativas transmitidas en 33.14 horas de contenidos analizados, con el 50.2% del tiempo dedicado a noticias con una media de 94.23 segundos, el 32.4% a reportajes con una media de 182.40 segundos, el 14.1% para entrevistas con una media de 565.71 segundos, el 3.4% para otros géneros periodísticos con una media de 159.17 segundos. Además, estuvieron los resúmenes semanales en lenguaje Náhuatl para atender al 1.8% de la población indígena del estado. (Coespo, 2010, p. 6).

4.1) Géneros periodísticos

En la distribución de los géneros periodísticos hay un 70.4% de noticias que son relatos de actualidad inmediata que transmiten la realidad en forma concisa, el 13.3% de las noticias estuvieron en el primer segmento, el 16.6% en el segundo segmento, el 17.3% en el tercero y el 52.6% en el cuarto segmento.

Hay un 23.5% de reportajes que narran hechos de actualidad amplia expuestos con mayor profundidad desde “el punto de vista personal o institucional sujeto a la verdad, pero no a un modo de contarla” (Fernández, 2001, p. 6), hubo 16% en el primer segmento, 6% en el segundo, 26% en el tercero y 52% en el cuarto segmento del noticiario.

El 3.3% de entrevistas, hechos narrados en la voz del propio actor, con el 14.3% en el segundo segmento y tercer segmento y 71.4% en el cuarto segmento del noticiario.

Un 2.8% de otros géneros periodísticos con el 33.3% en el primero y cuarto segmento y el 16.6% en el segundo y tercer segmento del noticiario.

Al estudiar por segmentos noticiosos el uso de los géneros periodísticos se observa que en el primer segmento del noticiario que va de la nota uno a la tres se caracterizó por notas de amplia cobertura y con alta relevancia, donde aparecen actores

dominantes de la esfera gubernamental en actos de importancia estatal; se difundió el 13.3% de noticias, el 16% de reportajes, y el 33% de otros géneros. En el segundo segmento fueron transmitidas notas de la cuatro a la seis generalmente complementarias a la información del primer segmento, donde aparecen actores que divulgan las acciones de gobierno, con el 16.6%, entrevista con el 14.3%, reportajes con el 6% y el 16.6% de otros géneros.

En el tercer segmento del noticiario de la nota siete a la diez, hubo notas sobre asuntos diversos a los de los segmentos anteriores con el 17.3% de noticias, entrevista con el 14.3%, reportajes con el 6% y otro género con el 16,6%.

Tabla 1.

Géneros periodísticos a los que se recurrió en el Noticiario Visión Informativa en tiempo y cantidad.

Género Periodístico	Cantidad de Mensajes	Tiempo
Noticia	70.4%	50.2%
Entrevista	3.3%	14.1%
Reportaje	23.5%	32.4%
Otro	2.8%	3.45%
Total	100%	100%
	(n=213)	(n=470 Mins.)

Fuente Propia:

En el cuarto segmento del noticiario las notas fueron cortas y rápidas, con actores de la sociedad civil, principalmente beneficiarios de acciones de gobierno, lo que permitió que su número aumentara del once hasta el veintiséis como máximo, fluctuando este número en cada emisión con un mínimo de 14 notas analizadas. Aquí hubo noticias con el 52.6%, entrevistas con el 71.4% reportajes con el 52% y otros géneros con el 33.3%.

4.2) Noticias duras vs noticias blandas

Si para este proyecto definimos a las noticias duras como las que tienen impacto directo en las personas de la comunidad (política, economía, salud, seguridad pública, etc.) y a las noticias blandas como aquellas que no afectan directamente ni a las personas ni a la comunidad (interés humano, información de personajes prominentes, anécdotas, etc.)

resulta que 56.8% de las noticias fueron catalogadas como duras con 121 notas y el 43.2% como noticias blandas con 92 notas.

Así, se clasificó como noticias blandas a las concernientes a la cultura y los deportes. En el tiempo del estudio estuvo la celebración del 43° Festival Internacional Cervantino donde el Estado de Morelos fue el estado invitado del 7 al 25 de octubre, motivo por el cual hubo coberturas amplias de notas de cultura y arte, tanto de artistas morelenses como nacionales e internacionales. Además, es importante aclarar que para el noticiario Visión Informativa las notas de cultura alcanzaron en ocasiones nivel de alta relevancia y fueron presentadas en el primer segmento, en cambio deportes fue un tema de baja relevancia y ocupó el cuarto segmento del noticiario.

4.3) Contextualización de la noticia

Al revisar si las noticias tratan sobre un tema nuevo, es decir si se relacionan con un evento recién ocurrido se encontró que el 58.2%, con 124 notas, corresponde a hechos novedosos y el 31.5%, con 67 notas identifica a información noticiosa con antecedentes de noticias de días previos. El 10.3%, con 22 notas, no se pudo identificar en ninguno de los dos supuestos anteriores. Una noticia está “contextualizada cuando la información aporta detalles claros sobre los hechos que la originan, la forma en que ocurren, el lugar, las personas que intervienen y los antecedentes que provocaron el evento noticioso y el tiempo en que este ocurrió”.

La contextualización es un parámetro que permite al espectador comprender de forma clara la noticia que recibe y al mismo tiempo la dimensiona dentro del concierto informativo. El 63.8% de la información con 136 notas, tuvo una contextualización excelente porque cubrió todos los aspectos de las seis preguntas noticiosas. El 25.4% con 54 notas fue de buena contextualización.

Tabla 2.
Contextualización de la Noticia

Calificación	Frecuencia	%
Excelente	136	63.8%
Buena	54	25.4%
Regular	10	4.7%
Mala	13	6.1%
Total	213	100%

Fuente Propia

Lo anterior demuestra que la información noticiosa está ampliamente contextualizada lo que permite una mejor comprensión por parte del perceptor del noticiario. El 4.7% fue catalogada como una contextualización regular con 10 notas y el 6.1% con 13 notas con mala contextualización, por que existían lagunas en la información. Es importante señalar que más del 89.2% de las noticias tienen de buena a excelente contextualización.

4.4) La cobertura informativa del Estado

En el informativo suele privilegiarse la información relacionada con los eventos generados en Morelos con el 87.3% de las notas con 186 notas de 213 y ocupan el 88.8% del tiempo noticioso con una media de 134.54 segundos. En forma mínima con el 3.3% se informa sobre notas producidas en México como país. Existe un 2.3% de notas generadas en Jalisco motivadas por la actuación del gobernador de Morelos en el 5° Foro Mundial de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y la inauguración de la Feria Internacional del Libro. Existe menos del 1% de notas generadas en Yucatán por la celebración de la Para Natación 2015. Generalmente se trata de información sobre la actuación de morelenses en otros lugares geográficos.

Tabla No. 3.

Estado donde se generó la noticia

Estado	% Núm.	% Tiempo
Distrito Federal	1.9%	1.1%
Guanajuato	3.3%	4.0%
Jalisco	2.3%	2.8%
México	3.3%	2.7%
Morelos	87.3%	88.8%
Yucatán	0.9%	0.2%
Fuera del país	0.5%	0.2%
Más de un Estado	0.5%	0.2%
Total	100% (n= 213)	100% (n= 470 Mins.)

Fuente Propia:

El noticiario dedica el 84.4% del tiempo noticioso a transmitir noticias generadas en Morelos. El estado de Morelos tiene en su división geográfica 33

municipios, en las noticias analizadas solo se menciona a 14 municipios donde habitan el 66.4% de la población total del estado, siendo Cuernavaca la población con el 19% de habitantes de Morelos, capital del estado y sede del gobierno estatal, quien concentra la atención informativa con el 59.8% de las noticias, con 64 notas, en segundo lugar está el municipio de Cuautla que concentra al 10.2% de los habitantes del estado, con el 10.3% de contenido informativo, con 11 notas, se observa una concentración informativa en estas dos ciudades del 70% del contenido.

En tercer lugar, aparecen los municipios de Temixco, Xochitepec y Zacatepec con el 4.7%, con 5 notas cada uno de ellos. Por debajo están los municipios de Miacatlan con el 3.7% con 4 notas, así como Jiutepec y Yautepec ambos con el 2.8% y 3 notas. Amacuzac solo obtiene el 1.9%, con dos notas y con el 0.9% los municipios de Atlatlahucan, Coatlán del Río, Mazatepec, Tepalcingo y Tlaltizapan, todos con 1 nota cada uno. Es importante destacar que se cubrieron notas en municipios con una población menor a los 10,000 habitantes como es el caso de Coatlán del Río y Mazatepec, lo que indica una atención a poblaciones pequeñas. De los otros 19 municipios del estado que concentran el 33.5% de los habitantes de Morelos no se generaron noticias durante el periodo estudiado.

4.5) Los macro temas del noticiario

Las notas informativas en ocasiones tratan más de un tema en su contenido, en este estudio se analizaron hasta tres temas por cada nota, lo que resulto en 411 temas noticiosos repartidos en 213 notas. Para su análisis se les vinculo a la zona geográfica de impacto.

La cobertura informativa a nivel nacional fue del 13.1% con 28 notas. Se ocupó el 11.6% del contenido total en 48 temas. Predominan tres macro temas, política con el 25%, seguridad pública con el 20.8% y de fenómenos naturales y protección con el 18.8%. Muy por debajo empatan con el 6.3% los macro temas de desarrollo y tecnología, ecología y deportes y con el 4.2% están educación, economía, derechos humanos y arte y cultura.

A nivel estatal, con el mayor número de notas, se obtuvo el 54.4% de cobertura informativa con 116 notas. Se cubrió el 56.4% del contenido total en 232 temas. Son relevantes los macro temas de política con el 15.5%, seguridad pública con el 14.7% y economía con el 13.4%. Derechos humanos y desarrollo y tecnología con el 10.8%.

Salud con el 8.6% y arte y cultura con el 7.8%. Educación en el 6.9%, deportes con el 4.3% y con el 3.4% ecología y fenómenos naturales y protección.

El menor número de notas fue a nivel regional con un 6.1% de cobertura informativa en 13 notas. Se llegó solo al 5.5% del contenido total en 23 temas, los macro temas dominantes son arte y cultura con el 30.4%, y desarrollo y tecnología y economía ambos con el 13%. Empatan con el 8.7% los macro temas de derechos humanos, política, seguridad pública y ecología.

A nivel municipal con 35 notas y el 16.4% de cobertura informativa. Se transmitió el 17% del contenido total en 70 temas. Los macro temas más tratados fueron arte y cultura con el 37.1%, seguridad pública con el 12.9% y deportes con el 10%. Con el 7.1% están educación y derechos humanos. Empatan con el 5.7% economía, política, desarrollo y tecnología y ecología, por ultimo con el 1.4% salud y fenómenos naturales y protección.

Tabla 4

Espacio destinado a cada uno de los temas de acuerdo al impacto de la información

Temas abordados	Nacional	Estatal	Regional	Municipal	Internacional	% Tiempo
Salud	0.0%	8.6%	0.0%	1.4%	0.0%	5.1%
Educación	4.2%	6.9%	0.0%	7.1%	2.6%	5.8%
Economía	4.2%	13.4%	13.0%	5.7%	2.6%	9.9%
Derechos Humanos	4.2%	10.8%	8.7%	7.1%	2.6%	8.5%
Política	25.0%	15.5%	8.7%	5.7%	0.0%	13.1%
Seguridad Pública	20.8%	14.7%	8.7%	12.9%	10.5%	14.3%
Religión	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
Desarrollo y Tecnología	6.3%	10.8%	13.0%	5.7%	7.9%	9.2%
Ecología	6.3%	3.4%	8.7%	5.7%	5.3%	4.6%
Fenómenos Naturales	18.8%	3.4%	0.0%	1.4%	0.0%	4.6%
Arte y Cultura	4.2%	7.8%	30.4%	37.1%	55.3%	18.0%
Deportes	6.3%	4.3%	8.7%	10.0%	13.2%	6.5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	(n= 48)	(n=232)	(n= 23)	(n=70)	(n= 38)	(n=411)

Fuente propia

Con 21 notas y el 9.8% de cobertura informativa a nivel internacional. Se alcanzó el 9.2% del contenido total en 38 temas, las notas con mayor frecuencia fueron de los macro temas de arte y cultura con el 55.3%, deportes con el 13.2% y seguridad

pública con el 10.5%. Desarrollo y tecnología con el 7.9% y ecología con el 5.3%. Empatán con el 2.6% educación, economía y derechos humanos.

El 78.9% del contenido informativo se centra en los niveles estatal, regional y municipal. Se informa principalmente sobre acciones de programas del gobierno estatal y se convoca a la participación ciudadana para obtener los beneficios de los mismos o se divulga la participación de morelenses destacados en diversos actos. El resto de las notas se divide dando preferencia a lo nacional en relación a lo internacional.

Los macro temas en forma general fueron cubiertos de la siguiente manera, arte y cultura con el 18% de contenido, seguridad pública con el 14.3%, política con el 13.1%, economía con el 9.9%, desarrollo y tecnología el 9.2%, derechos humanos el 8.5%, deportes el 6.5%, educación el 5.8%, salud el 5.1%, ecología el 4.6%, fenómenos naturales y protección el 4.3% y el 0.2% religión.

4.6) Los actores del noticiario

Al estudiar la representatividad de la diversidad de actores sociales de las 213 notas hay personas en el 92.5% y en el 7.5% de las notas no existen actores sociales representados.

Los actores dominantes de las noticias son los gobernantes con 172 apariciones y el 54.4% de cobertura informativa, en el primer segmento aparecen el 78.8% y en el segundo el 85.4%, en el tercer 61% y 36.6% en el cuarto. El 42.7% de los gobernantes aparecen con imagen y 35% hablan, el 6.25 no tienen imagen y el 13.8% no hablan. Predominan los funcionarios de secretarías estatales con 124 apariciones y el 62.9% y en segundo lugar con solo 21 representaciones y el 6% funcionarios de secretaría federal y en tercer lugar con 14 notas y el 4.4% el Gobernador de Morelos.

Los actores parlamentarios tienen 15 apariciones con el 4.7% de cobertura informativa, con el 7.7% en el primer segmento, 2.4% en el segundo, 10.2% en el tercer segmento y 2.4% en el cuarto. El 3.4% de los parlamentarios tienen imagen y el 2% hablan mientras el 0.9% no tiene imagen y el 2.2% no habla. Los actores políticos son muy poco representados con sólo 2 apariciones y el 0.8% de cobertura informativa, el 1.9% en primer segmento y el 0.6% en el cuarto.

Los actores ciudadanos tienen 111 apariciones representados de forma individual con el 35.1% del contenido informativo, tienen alta representatividad en 11 notas, aunque con baja relevancia, en el primer segmento el 3.8%, el 9.8% en el segundo, el

27.1% en el tercero y el 54.3% en el cuarto segmento. Alcanzaron el 33.1% del tiempo informativo, con 23 notas duras y 88 blandas, con una relevancia muy baja en el cuarto segmento la mayoría. El 34% de los ciudadanos tienen imagen y el 25.1% hablan, el 5.8% no tienen imagen y el 14.8% no habla. Son representados individualmente por 38 ciudadanos con el 12%, 20 profesionistas con el 6.3%, 17 artistas con el 5.4% y 16 deportistas con el 5.1%, 14 intelectuales con el 4.4%, 5 productores de arte con el 1.6% y 1 estudiante con el 0.3%. Es importante señalar que existen representaciones de ciudadanos en grupos transitando por la calle o realizando actividades cotidianas que aparecen como imagen mientras el locutor da una nota, en reportajes sobre localidades y tradiciones, y en el resumen en náhuatl, y no fueron contabilizados en el estudio.

Los actores del Poder Judicial tuvieron muy baja representatividad con 3 apariciones con el 0.9% del contenido informativo, 1.9% en el primer segmento, 2.4% en el segundo y 0.6% en el cuarto.

Tabla 5

Actores que aparecen en el noticiero

Actores	N	Porcentaje
Gobernantes	172	54.4%
Parlamentarios	15	4.7%
Políticos	2	0.6%
Ciudadanos	111	35.1%
Poder Judicial	3	0.9%
Internacionales	4	1.3%
Empresarios	8	2.5%
Religión	1	0.3%
Total	(n= 316)	100%

Fuente propia

Los actores internacionales fueron poco representados con 4 apariciones con el 1.3% del contenido informativo y el 5.8% en el primer segmento y el 0.6% en el cuarto. Los actores empresarios alcanzaron 8 apariciones con el 2.5% del contenido informativo, con el 1.7% en el tercer segmento y el 4.3% en el cuarto. Los empresarios ocupan el 2.5% de representatividad y el 2.6% del tiempo de contenido, con 8 apariciones en 5 notas duras y 3 blandas, con 2% de imagen y 1.7% de habla y con 0.6% de no imagen y 0.9% de no habla. Los actores en religión tuvieron solo una

aparición con el 0.4% del contenido informativo, con el 0.6% en cuarto segmento y se refiere a la religión católica.

Al revisar los aspectos generales de los actores sociales el 64.9% son hombres, de ellos el 3.3% son niños, el 4.9% jóvenes, el 18.1% jóvenes adultos, el 23.8% adultos y el 13.6% adultos mayores. El 54% de los hombres tienen imagen y el 10% no y el 39% habla y el 25% no. La relación a las mujeres son el 35.1%, el 3.1% son niñas, el 3.9% mujeres jóvenes, el 14.8% mujeres jóvenes adultas, el 8.7% mujeres adultas y el 5.3% mujeres mayores. El 31.3% de las mujeres tienen imagen y el 4.6% no, el 26.3% de las mujeres habla y el 9.5% no.

5) Conclusiones

Los medios de comunicación sean privados o públicos cuentan con una línea editorial y privilegian la difusión de ciertos actores y hechos sociales sobre otros, tratando al mismo tiempo de cumplir con estándares de objetividad, calidad en la información desde la diversidad y códigos de ética en el ejercicio de sus funciones.

Específicamente al considerar la función informativa del noticiario Visión Informativa el Instituto Morelense de Radio y Televisión, señala su página web que busca “Informar a la población de manera veraz y objetiva de lo que sucede en el estado de Morelos, con la inclusión de reportajes, crónicas, entrevistas, difusión de políticas públicas y servicios a la comunidad.”

La calidad informativa desde la diversidad está concentrada en el cumplimiento de la función informativa asignada al noticiario Visión Informativa del IMRYT, y en el seguimiento de los parámetros que le son señalados de origen como propósitos de su actuación.

El noticiario Visión Informativa de la televisión pública del Instituto Morelense de Radio y Televisión está dedicado a transmitir información relacionada con el ámbito estatal, regional y municipal del Estado de Morelos en sus contenidos informativos cumpliendo con la visión propuesta de informar lo que sucede en Morelos. Sin embargo, se observa una concentración informativa en dos ciudades Cuernavaca y Cuautla, otros 12 municipios tienen poca cobertura informativa y 19 municipios no fueron mencionados durante el estudio.

En el aspecto periodístico predomina el género noticia que da información rápida y sintetizada de los hechos, el género reportaje que amplía la información ocupó el segundo lugar y el género entrevista que da visibilidad a actores sociales, aunque fueron pocas en número, tiene el tercer lugar en tiempo dedicado, los otros géneros fueron minoritarios en número y tiempo. Se cumple con la inclusión de reportajes, crónicas y entrevistas señaladas en su misión.

Cumple con la difusión de políticas públicas y servicios a la comunidad. Las notas que se transmiten en los noticiarios están relacionadas con las acciones del Gobierno del Estado, la convocatoria a la participación ciudadana para obtener beneficios de programas gubernamentales y la actuación de morelenses destacados en otros estados, el país o extranjero.

Los macro temas fueron cubiertos siguiendo un orden de mayor a menor contenido informativo como siguen: arte y cultura, seguridad pública, política, economía, desarrollo y tecnología, derechos humanos, deportes, educación, salud, ecología, fenómenos naturales y protección y en forma mínima religión.

Es importante señalar que se cubren temáticas alternativas con una invitación a la participación ciudadana como son difusión de la actuación de artistas locales, la protección del medio ambiente, la protección a los derechos humanos, la equidad de género y empoderamiento de la mujer, capacitación a niños, niñas y jóvenes para prevenir delincuencia y adicciones, difusión del arte y la cultura tradicional, apoyo a microempresarios y atención a pueblos indígenas.

En la representación de actores sociales hay una proporción de dos actores políticos por cada actor ciudadano. El tiempo de pantalla lo dominan los actores políticos del estado con actores con imagen y voz. Los funcionarios públicos estatales son los actores políticos más representados. Los actores civiles más representados son los ciudadanos, seguidos por los profesionistas, artistas, deportistas, intelectuales, empresarios, productores de arte y estudiantes, principalmente beneficiados por acciones gubernamentales. También se mencionó el caso de ciudadanos que en grupo demandaban con sus manifestaciones públicas acciones del gobierno estatal. Además, se destaca la presencia de actores civiles en grupo que son personas de todas las clases sociales y edades, así como la presencia de personas pobladores de localidades pequeñas e indígenas que muestran sus tradiciones culturales. La existencia del resumen

semanal de noticias en lenguaje Náhuatl es un signo de inclusión de los pueblos indígenas que habitan el Estado de Morelos.

Hay una representación proporcional de dos hombres por cada mujer, y las edades dominantes son joven adulto y adulto con similar porcentaje, es menor la representatividad de jóvenes y personas mayores de edad y con poca representatividad los niños y niñas.

6) Referencias

- Consejo Estatal de Población del Estado de Morelos, Coespo (2015) Grupos Étnicos. Recuperado el 22 de febrero de 2016 de: http://coespo.morelos.gob.mx/lengua_indigena/grupos-etnicos
- Di Bella Roldán J. (2004) La universidad y la televisión pública como promotores de la cultura, revista Reencuentro, núm. 39, abril, pp.85-89. Recuperado el 7 de marzo de 2016 de: <http://www.redalyc.org/pdf/340/34003911.pdf>
- Diario Oficial de la Federación, DOF (14 julio, 2014). Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Recuperado el 7 de marzo de 2016 de: <http://www.sct.gob.mx/comunicaciones/ley-federal-de-telecomunicaciones-y-radiodifusion/>
- García Canclini, N. (2011). ¿Qué queremos decir con diversidad y calidad en los medios. *Derecho a Comunicar*, 2, 1-12.
- Gómez Mompart J. L. y Palau Sampio (2013) Métodos y Técnicas de Análisis y registro para investigar la calidad periodística. *Actas del 2º Congreso nacional sobre metodología de la Investigación en Comunicación*. Pp. 771-786. Recuperado el 12 de marzo de 2016 de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/3032>
- Gutiérrez Coba L. (2006) Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio, Revista Palabra-Clave, Vol. 9 Núm. 1, pp. 29-56, junio. Recuperado el 14 de marzo de 2016 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2053231>
- IMRyT (2016) *Defensoría de las Audiencias y el beneficio que le da a su público*, Programa de televisión con entrevista a Elizabeth Brauer. Recuperado el 7 de marzo de 2016 de: <http://imryt.org/television/morelos-trabajando/defensoria-de-las-audiencias>

Instituto Morelense de Radio y Televisión (2015). Recuperado el 11 de marzo de 2016 de <http://imryt.org/> , <http://imryt.org/noticias/noticiarios#sthash.I8CNaPd5.dpuf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2016). Cuéntame. Recuperado el 12 de marzo de 2016 de:

http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mor/territorio/div_municipal.aspx?tema=me

Martínez Garza F.J., González Macías R. A., Miranda Villanueva O.M. (2015): “Actores políticos y sociales de los telediaristas: Una tarea pendiente de las televisoras mexicanas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 750 a 764. Recuperado el 18 de abril de 2016 de

<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1069/39es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1069](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1069)

Mendizabal Ivan R. (2011) Calidad Informativa: Credibilidad de medios y periodistas en el Ecuador, *Revista ComHumanitas*, Vol. 3 No. 3, Año 3, pp. 53-69, [en línea]

<http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/comhumanitas/article/view/5>

Parratt Fernández. S. (2001) El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa: nuevas propuestas de clasificación. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, pp. 1-9, vol 6 no. 11. Recuperado el 12 de marzo de 2016 de:

<http://www.ehu.es/zer/eu/hemeroteca/gaia/El-debate-en-torno-a-los-gneros-periodsticos-en-la-prensa-nuevas-propuestas-de-clasificacin/160>

Toussaint Alcaráz, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 51(206), 105-118. Recuperado el 10 de marzo de 2016 de:

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182009000200006&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182009000200006&lng=es&tlng=es)

Noticias de calidad en la televisión pública de México: el caso de RTV Canal 28, de Nuevo León

Francisco Javier Martínez Garza¹⁴

Resumen

El estudio se propuso identificar la calidad de la información que se transmite a través del noticiario matutino del canal 28, televisora de carácter público del Sistema de Radio y Televisión del Estado de Nuevo León. Apoyado en la técnica del análisis de contenidos y tomando como parámetro de calidad, la diversidad en lo que corresponde al ámbito geográfico, temas y actores sociales, el estudio concluyó que noticiario estatal de Nuevo León no ha cumplido con los objetivos de ofrecer a los neoloneses información distinta a la que le ofrecen las televisoras privadas.

¹⁴ Profesor/Investigador del Departamento de Comunicación y Periodismo del Tecnológico de Monterrey. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1.

Noticias de calidad en la televisión pública de México: el caso de RTV Canal 28, de Nuevo León

1) Antecedentes

El presente trabajo se tiene como objetivo principal identificar la calidad de la información que se transmite en el noticiario matutino de Canal 28, televisora pública integrante del Sistema estatal de Radio y Televisión de Nuevo León, México, entidad ubicada al noreste de la República Mexicana, la cual cuenta con poco más de cinco millones de habitantes, la mayoría de los cuales (88%), radica en la ciudad capital, Monterrey y su área metropolitana (INEGI, 2010).

El estado de Nuevo León es considerado como una de las entidades más ricas y con mayor calidad de vida en México, entre otras cosas se distingue de la mayoría de estos por las condiciones laborales y académicas, por su infraestructura urbana y los servicios de salud a los que pueden acceder sus habitantes, ya que todas ellas superan la calidad que prevalece en la media nacional.

A lo anterior habría que añadir la participación activa que han manifestado sus habitantes, situación que se refleja en la alternancia de Gobierno, el cual ha estado encabezado por diversos partidos políticos y más recientemente, con la llegada del primer Gobernador Independiente del país.

En la consolidación de la alternancia política que existe en Nuevo León, los medios de comunicación han jugado un rol importante, sobre todo los impresos. Sin embargo, para la mayoría de sus habitantes -al igual que ocurre en todo el país-, prefieren a los noticiario de televisión para enterarse de los acontecimientos cotidianos (ENCUP, 2012). En ese sentido, la oferta que tienen los neoloneses para acceder a información en la cual se aborden los acontecimientos locales y regionales en dicho medio es muy amplia.

Sin embargo, con excepción de los informativos producidos en el Canal 28, el resto de los telediarios de la localidad se producen en televisoras ligadas a las grandes cadenas privadas nacionales de Televisa y Tv Azteca o a la regional del Grupo Milenio. Esto es, en todos los casos se trata de empresas privadas, de manera que, Canal 28 se constituye como la única televisora que mantiene una independencia de las condiciones que impone el mercado y de presentar, “el país que no pasa por la lente de la televisión de los grandes emporios nacionales” (García R, 2015, p. 36).

Las condiciones bajo las que participa Canal 28, dejando al rating en segundo plano, le permiten ofrecer a su público, contenidos en donde los nuevoleonenses puedan compartir lugares, temas y actores que difícilmente serían abordados en otros medios. El entorno bajo el que opera Canal 28, le permite contribuir para que en sus mensajes prevalezca la pluralidad política, social y la diversidad cultural que caracteriza a las sociedades modernas (Ortega, 2007).

2) Planteamiento del problema

A diferencia de lo que sucede con los informativos que se ofertan en la televisión privada, los contenidos que se difunden a través del Canal 28, deberían alinearse más que cualquier otro a salvaguardar el derecho de la sociedad a recibir información de calidad, y mantenerse en concordancia con los artículos VI de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 256¹⁵, de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en los cuales se resalta el derecho que todo mexicano tiene para acceder a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole. Contenidos en los cuales se refleje el pluralismo ideológico político, social y cultural de la Nación.

Al Estado más que a nadie, le corresponde brindar las garantías necesarias para que el derecho de las y los mexicanos sea respetado. En ese sentido, a TV Nuevo León más que a ninguna otra televisora de la región, le corresponde participar a los neoloneses de información que se distinga por la pluralidad y diversidad con la que abordan los mensajes políticos, sociales y culturales. Tomando en consideración lo anterior, en el presente trabajo se pretende analizar la calidad de la información que transmite el noticiario matutino de Canal 28 a los neoloneses.

Para efectos del trabajo, se relacionará el concepto relacionado con la calidad informativa a la diversidad y pluralidad incorporada en los contenidos transmitidos en el informativo matutino del Canal 28, televisora estatal del Estado de Nuevo León. Por lo tanto, más allá del rating, protagonismo o liderazgo del o la conductor(a), el estudio

¹⁵ **Artículo 256.** El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de los fines establecidos en el artículo 3º de la Constitución.

considera que la información que se transmita en el telediario será de mayor calidad en tanto presente a su público un abanico más diverso y plural de temas, actores y localidades de la entidad.

Para responder al cuestionamiento se plantearon tres preguntas de investigación relacionadas con el objetivo central del estudio. La primera, implica la cobertura geográfica del noticiario, ya que se considera imprescindible que un noticiario de este tipo ofrezca a los ciudadanos una visibilidad de las distintas comunidades y localidades de Nuevo León. La segunda, se orienta a identificar la variedad y la pluralidad de los temas que forman parte de la agenda informativa del noticiario. Finalmente, el tercer cuestionamiento pretende identificar la diversidad de los actores sociales que se reflejan en el contenido del mismo telediario.

Las preguntas señaladas permitirán identificar en qué medida el noticiario matutino del Canal 28 actúa en congruencia, a la vez que cumple con la misión de brindar a los neoloneses, una información de calidad en la cual es posible encontrar una oferta más amplia de contenidos vinculados a la entidad. De antemano, y conscientes de que los resultados del trabajo no se pueden ni deben extrapolarse a otras televisoras, las conclusiones del estudio aportarán una información que conduzca a repensar con respecto a la participación que tienen en México las televisoras públicas.

3) Marco referencial

La calidad de la información que proporcionan los medios de comunicación a los mexicanos, históricamente ha sido cuestionada por grupos de académicos e intelectuales del país, sobre todo, por la relación que han establecido con el poder político: “La democracia mexicana tiene una de sus principales lagunas en la tortuosa relación que existe entre el Estado, la sociedad y los medios de comunicación” (Trejo, 2011, p. 36).

El interés que despierta el análisis de las industrias de la comunicación, se desprende del papel que éstas desempeñan como mediadoras de los acontecimientos que ocurren en la sociedad, ya que mantienen una alta injerencia en la implantación de la vida democrática, dado que la “verdad social” está mediada en buena parte por sus contenidos (Esteinou y Alva de la Selva, 2011).

El desarrollo de la televisión en México, está ligada a una larga historia de privilegios, mismos que han sido otorgados a un minúsculo grupo de empresarios y en donde el estado mexicano ha jugado un papel determinante. Las prerrogativas bajo las

que ha operado, ha permitido consolidarse como uno de los actores más importantes e influyentes de la vida nacional, situación por demás delicada, ya que su participación, además de limitar la modelación de la opinión de los mexicanos, llega a influir en las decisiones del Estado (Trejo, 2011).

Una de las principales características que distinguen a la industria de la televisión mexicana, apunta hacia su alto grado de concentración. Ante la pasividad del estado mexicano, hasta principios del 2016, solo dos instituciones mantenían el control de poco más del 90%, de las frecuencias de televisión comercial en un país de casi 120 millones de habitantes.

Lo anterior ha contribuido para que florezcan a su alrededor una gran cantidad de intereses, ya que finalmente éstas son quienes se benefician de los fondos destinados a la publicidad oficial, del otorgamiento de frecuencias, etc. Situaciones todas ellas que encierran ciertos acuerdos e intereses que repercuten en la calidad de los contenidos que transmiten a los televidentes. Situaciones como las descritas, han contribuido para que ésta se convierta en un centro del poder ideológico y político en el país:

... después de haber sido instrumentos de difusión relevantes en 1960, de transformarse en instituciones importantes de socialización en 1970 y de convertirse en el cuarto poder político a partir de 1980, como corresponsables del poder en México; a principios del 2000 se transformaron en el vértice del poder actual. Es decir, ya no son simples instituciones importantes de información o el cuarto poder, sino que ahora se han convertido en el primer poder ideológico que existe en nuestra sociedad (Esteinou, 2005, p. 210).

El número tan limitado de actores que existe en la industria de la televisión mexicana, se contrapone con los principios emanados de la Comisión Interamericana de los Derechos Humanos (CIDH), ya que las situaciones de este tipo obstaculizan el libre debate de ideas y opiniones, además de que limitan la libertad de expresión y el efectivo desarrollo del proceso democrático (2015). Bajo las condiciones que opera la industria de la televisión en México, es de presuponerse de acuerdo con la CIDH, que ésta impacta directamente en la pluralidad y la diversidad de contenidos que se ofertan, lesionando con ello, el pleno ejercicio del derecho a la información de los mexicanos.

El control que ejercen de la televisión privada tan sólo dos grandes instituciones de medios, magnifica el papel que debería cumplir la televisión pública en la vida

económica, política y social de este país. Sin embargo, las evidencias indican que en lo que a esto corresponde, el Gobierno mexicano se ha conducido con total displicencia, dejando entrever con su actuación, que los medios públicos nunca han sido prioridad para la clase política dominante de México.

La displicencia con la que se han conducido las autoridades gubernamentales, se refleja entre otras cosas en sus contenidos, los cuales en muchas ocasiones se establecen con base en la lógica del mercado comercial, pretendiendo con ello imitar el modelo de información implantado por las grandes cadenas nacionales, situación que se contrapone con la misión y el espíritu del origen de este tipo de los medios públicos.

Durante los últimos años, organizaciones de la sociedad civil, intelectuales y académicos han tratado de impulsar la participación de los medios públicos. Lo que se pretende mediante esta acción, es que el tema sea incluido en la agenda del Congreso y de los partidos políticos. De concretarse lo anterior, esto sería un paso importante para promover la democracia y la diversidad cultural en los medios de comunicación (Gómez y Plata, 2011, p. 32).

3.1) *Los cuestionamientos al modelo*

La aparición de Canal 28, coincidió con el momento político que en materia de medios se vivía en México durante la década de los años ochenta. Para entonces, grupos de académicos e intelectuales promovían la participación de la televisión pública, bajo el presupuesto de que un sistema de medios de ese tipo, contribuiría a la democratización de la comunicación en México. “Fue entonces, cuando una buena cantidad de estados de la República Mexicana obtuvieron permiso de transmisión. Su presencia significó un importante esfuerzo de descentralización frente a la televisión nacional y de regionalización de la comunicación en México” (Ortega, 200, p. 186).

Sin embargo, los resultados no fueron los esperados, motivo por el cual se hicieron acreedores a fuertes críticas, acusándolos de repetir los errores en los que había incurrido la televisión pública nacional. Sobre todo, se les cuestionaba el oficialismo con el que se conducían. “En múltiples ocasiones su funcionamiento se vinculó con el gobierno estatal en turno, lo que resultó en políticas contradictorias y cambiantes y en una programación que fluctúan entre la calidad y el oficialismo (Toussaint, 2009, p. 112).

A las televisoras estatales se les acusó de convertirse en una especie de trampolín o premio de consolación para funcionarios y políticos, ya que muchos de

quienes fungieron como sus directivos, además de mostrar un total desconocimiento del campo, parecían estar poco interesados en su funcionamiento y más preocupados por consolidar su imagen o la del gobernante en turno (Ortega, 2007). Situaciones como éstas, deterioraron seriamente su imagen y lesionaron seriamente su credibilidad.

Ni siquiera podemos afirmar que existiera un proyecto de gobierno definido o planeado para el uso de esas televisoras, más bien lo que prevaleció y ha seguido existiendo es un vacío en la política de comunicación del estado para orientar el quehacer de los medios que están en su poder (p. 171).

La falta de un verdadero compromiso y el desinterés que ha prevalecido en torno a las televisoras estatales, impacta además seriamente en el derecho a la información de los ciudadanos. Bajo las condiciones en las que opera la televisión en México, los medios públicos, representan un contrapeso a un sistema comercial que no garantiza ni equidad, ni la pluralidad de la información, ya que, “Las emisoras comerciales basan su operación en la competencia y el libre mercado, se financian con la venta de publicidad, su programación se orienta a las masas y el propio mercado determina sus contenidos” (Rueda de León y Mota, 2014, p. 55).

Las condiciones que les impone el mercado inciden para que las televisoras privadas fijen su agenda informativa tomando en consideración su propio interés, por lo que depender exclusivamente de ellas, significa un fuerte obstáculo para que los ciudadanos tengan la oportunidad de acceder a contenidos en donde se refleje la diversidad de opinión, ideologías, visiones y expresiones que requieren los ciudadanos. Lo anterior, es primordial cuando se alude a la televisión de calidad, concepto que desde hace muchos años ha estado presente.

La discusión relacionada con la calidad de la información ha sido muy cuestionado, sobre todo, porque representa un aspecto subjetivo de los contenidos vinculados a la noticia. Aun y cuando se trata de un concepto intangible, algunos autores lo han relacionado con la diversidad y la pluralidad (McQuail, 1998). Desde esta perspectiva, se considera que los contenidos que se difunden en los medios de comunicación deberían brindar las mismas oportunidades de acceso a las diversas voces y sentidos de vida que prevalecen en la sociedad.

En ese sentido, corresponde a los medios públicos, más que a ninguna otra organización de medios poner en práctica la transmisión de contenidos de calidad a su

público. Ya que de esa forma, se garantiza la inclusión de las diversas voces y puntos de vista que prevalecen en la sociedad moderna.

Moragas y Prado (2001) y sostienen que, los medios públicos deberían garantizar un sistema de televisión para todos, evitando la existencia de un sistema limitado de voces. Gómez (2009), sostiene que los medios públicos deberían participar en la construcción de ciudadanía, ser reflejo democrático y promover la diversidad cultural, “impulsar la vocación educativa y difusión de conocimiento, pues desempeñan una función de servicio público en la búsqueda de beneficios desde los enfoques políticos y socioculturales” (p.158-159).

Ante un sistema de televisión privada, controlado por un duopolio y ante los cuestionamientos que se han realizado a las televisoras públicas, el estudio se propone identificar la calidad de la información que transmite el noticiario matutino de Canal 28 a los ciudadanos de Nuevo León, México. La respuesta al cuestionamiento anterior, implica identificar la variedad y la pluralidad de contenidos en torno a la cobertura informativa que se hace de las diferentes localidades de Nuevo León, de los temas que se incluyan en su agenda informativa y la incorporación de los diferentes actores sociales.

Los aspectos a evaluar, finalmente son los mismos que en mayo de 1982, el Gobierno de Nuevo León utilizó para justificar la fundación del Canal 28. En aquel momento, se argumentó que éste contribuiría al fomento de los valores, la identidad regional, así como a participar de la transmisión de contenidos alternativos a los que presentaba la televisión privada.

4) Metodología

Para responder a cada uno de los cuestionamientos que han sido planteados, se recurrió a la técnica del análisis de contenido cuantitativo. Tomando en consideración lo anterior, se eligió conformar una muestra consistente en dos semanas, mismas que se construyeron aleatoriamente, tomando como referencia los meses de octubre, noviembre y diciembre del año 2015. Se procedió de esa manera, para evitar cualquier sesgo ocasionado por alguna sobre representación de un tema en específico, situación que suele ocurrir cuando irrumpe algún evento noticiable.

El matutino de Canal 28 RTVNL se transmite de lunes a viernes de siete a nueve de la mañana, esto es, se transmite diariamente durante dos horas. Aun y cuando en un

principio la intensión fue estudiar sólo la primera hora, finalmente se decidió elegir aleatoriamente si se trabajaría con la primera o la segunda hora. La intención por la cual se decidió proceder de esa manera, fue para evitar perder algunos segmentos importantes que forman parte del mismo informativo, los cuales se transmiten únicamente bien sea durante la primera o la segunda hora.

El estudio incluyó solamente los mensajes que se difundieron bajo el género periodístico de la noticia, el reportaje, entrevistas y editoriales. No se contabilizó ni los comentarios realizados por los conductores, ni tampoco la publicidad que se transmitía en los diferentes cortes.

Para evaluar la diversidad de los contenidos, se recurrió al índice Gini, indicador que ha sido utilizado por economistas para medir la desigualdad que existe en la repartición de la riqueza en las naciones. En este caso, se recurrió al mencionado índice, para identificar la inequidad que existe en la repartición del tiempo que el noticiario asigna a las distintas categorías informativas que derivaron en las preguntas de investigación.

Para tener una idea más puntual de la equidad con la que se condujo el informativo, las dos primeras preguntas de investigación el indicador de desigualdad se utilizó tomando como referente la información vinculada al estado de Nuevo León, en este caso, el tiempo y la frecuencia que dedicaron a los distintos municipios y regiones del Estado, así como a las diferentes categorías de contenidos, para analizar lo concerniente a los temas. Finalmente, en lo que corresponde a los actores sociales, además de enfocar la atención en el tiempo y la frecuencia que concedieron a los diversos actores de la entidad, se incluyó a quienes forman parte del ámbito nacional.

5) Resultados del estudio

Durante el período analizado, se conformó una muestra de 197 noticias en total, las cuales en términos de tiempo abarcaron poco más de seis horas y media de información efectiva. Es decir, casi una tercera parte de las diez horas contempladas en el análisis del informativo estuvieron encaminadas a la transmisión de cortes comerciales y mensajes ajenos a la información requerida.

El matutino de Canal 28, recurrió principalmente al género periodístico de la noticia, ya que la mayoría de los mensajes transmitidos se presentaron bajo dicho esquema (92%), superando al que se dedicó a los editoriales (3%), crónicas periodísticas

(1%), entrevistas (1%) y reportajes (1%). En el noticiario predominaron las noticias “duras” (52%). Este último concepto, ha sido utilizado para reconocer los contenidos informativos clasificados como relevantes para su público. Sin embargo, la proporción de noticias “Duras” generadas en Nuevo León, representan casi tres cuartas partes (71%). Es decir, la mayor parte de los contenidos del Estado, son considerados como importantes para sus ciudadanos.

5.1) Representación del estado y sus comunidades

La información presentada en el matutino se clasificó de acuerdo a su origen en contenidos “Nacionales”, “Internacionales” y “Estatales”. A la vez, aquellos que estaban ligados al estado de Nuevo León se les clasificó también, tomando para ello su ubicación geográfica, en “Área metropolitana”¹⁶, “Área periférica”¹⁷, “Zona Norte”¹⁸, “Zona Sur”¹⁹, “Zona Citrícola”²⁰.

En el noticiario estudiado, suele presentarse mensajes cuyo impacto influyen en el ámbito nacional (28%) e internacional (30%). El resto participan de las actividades generadas en el Estado de Nuevo León. Poco más de dos quintas partes (42%), trataban aspectos vinculados a municipios o poblados de la entidad. Sin embargo, si se repara en el tiempo que brinda a cada uno de ellos, poco más de la mitad del tiempo de transmisión se cubrió con mensajes que impactaban directamente a la entidad (51%).

Una tercera parte de la transmisión de información de Canal 28, está sustentada en contenidos relacionados con el ámbito nacional (29%). Sin embargo, dentro de este escenario, tres de cada cuatro notas se generaron solamente en tres de las cincuenta y dos entidades del país: Cd. de México –antes Distrito Federal– (37%) y los estados de México (34%) y Guerrero (11%).

Aún y cuando en este mismo segmento del noticiario se incluyó información relacionada con siete entidades más del país, en realidad la participación que tuvieron

¹⁶ Área metropolitana comprende las siguientes ciudades: Apodaca, General Escobedo, Cd. Benito Juárez, Cd. Guadalupe, Capital del estado Cd. De Monterrey, Santa Catarina, San Nicolás, San Pedro Garza García.

¹⁷ Abasolo, Cadereyta Jiménez, Ciénega de Flores, Dr. González, El Carmen, García, Hidalgo, Higuera, Marín, Mina, Pesquería, Salinas Victoria y Gral. Zuazua.

¹⁸ Agualeguas, Anáhuac, Bustamante, Cerralvo, China, Dr. Coss, Gral. Bravo, Gral. Treviño, Lampazos de Naranjo, Los Aldama, Los Herrera, Los Ramones, Melchor Ocampo, Parás, Sabinas Hidalgo, Vallecillo, Villaldama.

¹⁹ Aramberri, Dr. Arroyo, Galeana, Gral. Zaragoza, Iturbide, Mier y Noriega.

²⁰ Gral. Allende, Gral. Terán, Hualahuises, Linares, Montemorelos, Los Rayones.

fue mínima, esto es en comparación con la que recibieron las tres primeras. La asimetría que existe en este rubro se magnifica si se reparara en el tiempo que se destinó a cada una de las regiones o entidades del país, ya que visto desde esta perspectiva la información que se generó en la Ciudad y en el Estado de México ocupó casi tres cuartas partes (71%) del tiempo total que el Canal 28 dedicó a las noticias “Nacionales”.

Ubicación de la noticia	% Notas	% Tiempo
Zona Sur	1	3
Área Periférica	4	2
Zona Citrícola	3	3
Zona Norte	3	2
Municipios Varios del Estado	7	12
Cd. de México	7	9
Otras entidades	13	14
Área metropolitana	27	33
Internacional	35	22
Total	100% (n= 172)	100% (n= 357 Mins.)

Fuente propia.

*El cuadro no incluye la información cuya ubicación geográfica no fue identificada con certeza.

Ig= .89

La escasa representación del total de las entidades del país que se presenta en el noticiario, es similar cuando se trata de ofrecer información de las distintas comunidades del estado de Nuevo León, ya que la mayor parte de la información refieren eventos acontecidos dentro del área metropolitana de Monterrey, ciudad Capital del estado de Nuevo León. En ese sentido, la mayoría de los municipios de la entidad, sobre todo, a aquellos que forman parte de la zona sur y norte del estado están relegados y no son considerados en la agenda del noticiario.

Las noticias que se generaron en el área metropolitana de la ciudad Capital de Nuevo León, representaron el 76% del tiempo total destinado a la transmisión de los mensajes que se generaron en la entidad. Sin embargo, esta proporción se incrementa aún más si a la cantidad señalada se incluye también el tiempo que el informativo destinó a la transmisión de información relacionada con las ciudades del área periférica, ya que tomándolo en cuenta la proporción de tiempo se incrementa hasta ocupar el 82%.

La proporción de tiempo que se dispensa a la transmisión de contenidos relacionados con el área metropolitana y periférica de Monterrey, pone de manifiesto cómo este Canal, propone a su público una agenda en la cual no tienen cabida muchos de los municipios y regiones del estado de Nuevo León.

La Encuesta Intercensal del INEGI (2015), señala que Nuevo León está constituido por 51 municipios, 35 de los cuales (69%), no sobrepasan los 50,000 habitantes. Sin embargo, sólo dos de estas últimas poblaciones recibieron alguna atención en el telediario. Se trata de Los Aldama e Iturbide, mientras que el resto no fue contemplado en el espacio informativo.

La inequidad del espacio que se concede, así como la poca representación que existe de la mayoría de los poblados del estado de Nuevo León en la agenda informativa del matutino estudiado, se hace evidente a través del Índice Gini ($Ig=.89$)²¹, ya que el resultado refleja y da constancia de la asimetría que prevalece en lo que corresponde al tiempo que se destina a los distintos municipios y regiones de Nuevo León.

5.2) Los temas del matutino

Durante el período en el cual se realizó el estudio, en el noticiario se abordaron un total de 206 temas, sobresaliendo debido a la cantidad y al tiempo que se les destinó, aquellos que trataron aspectos relacionados con la economía, la política, la tecnología y el desarrollo y también el de la inseguridad pública. Los tópicos referidos representaron el 61% del total de temas difundidos en el espacio informativo estudiado. Sin embargo, los relacionados con la economía, la política y los eventos naturales, fueron quienes más frecuentemente se reflejaron en la pantalla del matutino (Tabla 2).

En la agenda informativa del noticiario se confiere poco espacio a algunos temas que por su relevancia sociedad tendrían que estar más representados. En esta situación se encuentran aquellos vinculados con la “tecnología y el desarrollo”. Los contenidos de este tipo, aun y cuando mantienen una presencia diaria -en promedio se transmiten tres

²¹ El índice Gini, mide la desigualdad de una distribución, en este caso del tiempo que se concede a cada una de las regiones del estado de Nuevo León en el noticiario matutino estudiado. De acuerdo con la herramienta, el valor 0 representa una igualdad total, mientras que el valor 1 representa la máxima desigualdad. Los parámetros de lectura refieren que un resultado inferior a .33 indican escasa desigualdad, entre 0.33 y 0.67 refieren una desigualdad moderada y mayor a 0.68 puede considerarse una alta desigualdad.

noticias relacionadas con el tema-, por lo general se les destina poco espacio, esto es, en comparación con el que se brinda a otros tópicos.

Tabla 2

Proporción de notas y espacio que se dedicó en el noticiario a los distintos temas.

Macro-Temas	% Notas	% Tiempo
Salud	6.3	4.6
Educación	4.4	3.9
Economía	22.8	21.4
Derechos humanos	6.3	7.9
Política	12.6	13.4
Seguridad Pública	12.6	10.4
Religión	1.5	0.5
Tecnología/Desarrollo	12.1	6.1
Ecología	3.9	2.0
Estado del Clima	9.7	17.0
Arte y Cultura	4.4	4.6
Servicios Públicos	3.4	8.1
Total	100% (n= 206)	100% (n=413 Mins).

Fuente propia

- * La cantidad de temas supera a la suma total de notas, ya que en algunos casos, en una misma noticia se manejaron dos o más temas diferentes.
- * $I_g = .80$

Por otra parte, la información relacionada con “eventos naturales”, se conformó en su totalidad por contenidos relacionados con el pronóstico del tiempo. Los mensajes de este tipo ocuparon en promedio casi cuatro minutos diariamente. Su participación de una magnitud tal que por sí sola ocupó el 12% del tiempo total que dedica el noticiario a la difusión de información. En contraste, otros contenidos considerados trascendentes para los ciudadanos del Estado, esto es, en concordancia con los objetivos de las televisoras públicas, tuvieron poca presencia. En esta situación están temas como el de la “Tecnología y Desarrollo” (7%), “Derechos humanos” (9%), “educación” (4%), “arte y cultura” (5%) y “ecología” (2%), los cuales recibieron poca atención en el matutino.

Por lo que hace a la información relacionada con el ámbito “Nacional”, se destacaron temas como el de la “economía” (37%), “política” (13%) y “seguridad pública” (12%). Dos de cada tres noticias relacionadas con este ámbito giraron en torno a estas tres categorías. Sobresalió también –aunque en menor medida– la temática de los “derechos humanos”. Sobre este último caso, aun y cuando aparecieron pocas notas

sobre el tema, cuando lo hicieron se les concedió una buena cantidad de tiempo, sobre todo, al abordar aspectos relacionados con las políticas públicas.

En el ámbito de las noticias “Internacionales”, sobresalieron por la cantidad y el espacio que se les concedió, los contenidos relacionados con “tecnología y desarrollo”, “seguridad pública”, “economía” y “eventos naturales”. La información relacionada con estos temas representó casi el 80% del total de contenidos “Internacionales”. Sin embargo, el de los conflictos bélicos, fue el tema al cual se le destinó la mayor cantidad de tiempo en el matutino. Este último tema, el cual fue clasificado dentro del ámbito de la seguridad pública, ocupó en promedio casi tres minutos de tiempo diariamente, superando así al minuto de tiempo que en promedio destinó a la transmisión de mensajes en donde se abordaban temas como el de la “Tecnología y desarrollo” o el de la “ecología”.

En lo que corresponde a las noticias generadas en Nuevo León, la situación también muestra un serio desequilibrio, sobre todo, por la ausencia de contenidos relacionados con la “Tecnología y desarrollo”, “Arte y Cultura” y “Derechos Humanos”, los cuales apenas si fueron incluidos en el matutino. En la agenda de la entidad suele destacarse –de acuerdo al tiempo que les destinan a cada uno de ellos-, información relacionada con economía, política y el pronóstico del tiempo. La atención que se brindó a la difusión de éste último tema superó por mucho al que destinaron a cualquier otro. Lo anterior es una de las causas por las cuales el índice Gini, refiere un marcado desequilibrio en el tiempo que se destinó a cada uno de los temas relacionados con el estado en el noticiario de Canal 28 ($I_g = .80$).

5.3) Los actores del noticiario

En las diez emisiones que se incluyeron en el análisis, se presentaron un total de 103 actores²² del sistema social, la mayoría de los cuales (67%) mantenía relación con actividades vinculadas a alguna dependencia de tipo gubernamental (estatal o federal). Aun así, si lo anterior se incluye también a los actores vinculados al ámbito legislativo y político, la proporción se incrementa hasta el 84%. Esto es, cuatro de cada cinco actores del sistema social pertenecen o tienen relación con el ámbito de gobierno o político (tabla 3).

²² No se incluyó en este resultado a los actores internacionales, aunque sí se hace referencia a los mismos dentro del análisis.

Tabla 3
Presencia de los Actores sociales que aparecen en el noticiario de Canal 28 de acuerdo al ámbito de la noticia

Actores del sistema social	Total %	Tiempo %
Gobernantes	67	55
Parlamentarios	9	9
Políticos	8	6
Ciudadanos	6	6
Poder judicial	2	5
Empresarios	3	4
Religión	1	1
Seguridad Pública	4	7
Organismos Civiles	1	0
Deportistas	2	7
Total	100% (n= 103)	100% (n= 243 Mins.)

Fuente propia

*En la tabla se eliminó la información relacionada con el ámbito internacional, la cual equivale a 17 actores.

Ig = .86

La proporción de actores relacionados con el ámbito de gobierno o con los políticos, superó por lo tanto ampliamente, esto es, en lo que corresponde a cantidad de apariciones y tiempo que les destinó el informativo, a los miembros de la sociedad civil, intelectuales, expertos, empresarios y miembros de organizaciones no gubernamentales, los cuales tuvieron presencia en el 12 % de las notas, ocupando con ello casi una quinta parte del tiempo dedicada a los actores sociales (18%). La asimetría que existe en cuanto el tiempo destinado a los distintos actores sociales se corrobora de manera contundente con el resultado que arrojó el Índice Gini (Ig= .86).

Los actores sociales originarios de Nuevo León, fueron quienes más frecuentemente aparecieron en el matutino, fueron también quienes más tiempo permanecieron en la pantalla del matutino. La cobertura periodística realizada en torno de ellos representó dos terceras partes del total de tiempo destinado a los actores sociales (67%). El Gobernador de Nuevo León fue de entre todos ellos quien tuvo mayor representación. En promedio apareció 1.6 veces por día, obteniendo casi una quinta parte del tiempo total que el noticiario destinó a los actores de la entidad.

Lo anterior significa que el noticiario matutino de Canal 28 suele sobre representar a través de sus mensajes a los actores sociales ligados al gobierno de la entidad, a los parlamentarios y a los políticos. Sin embargo, deja a un lado otros

personajes de la entidad, como es el caso de los ciudadanos de a pie, situación que se contrapone con la participación que deberían tener las instituciones de medios públicos.

6) Conclusiones

Para efectos del trabajo, la calidad informativa del matutino de Canal 28 se evaluó tomando como referencia la diversidad y la pluralidad con la que se trató la información ofrecida al público de la entidad. Por lo tanto, al tomar en consideración los aspectos señalados, el trabajo se orientó a identificar la representación e inclusión que hace el informativo sobre los diferentes poblados, los temas y los actores sociales de Nuevo León.

Se decidió recurrir al concepto vinculado a la “Calidad de la información”, con la intención de contribuir desde este trabajo para que los informativos de la televisión pública participen a su público -en este caso, los neoloneses-, de una información en donde exista una representación de los diversos municipios que conforman la entidad, de los temas que se suscitan en ella y de una apertura en donde, las distintas voces de la entidad tengan la oportunidad de verter sus posturas.

Se destaca lo anterior, ya que se considera que en México el papel que juega la televisión pública, en este caso la televisión estatal de Nuevo León, es relevante para que todos los ciudadanos tengan la oportunidad de acceder a la información pública, sobre todo, porque en esta entidad, al igual que en la mayoría de ellas, los habitantes mantienen una gran dependencia de la información que se transmite a través de las grandes corporaciones nacionales, las cuales han demostrado estar más preocupadas por sus intereses económicos que por su contribución social.

Se buscó por lo tanto, conocer en qué medida el Canal 28 de televisión de Nuevo León, garantiza a los ciudadanos la oportunidad de acceder a información incluyente, en el cual el servicio a los ciudadanos esté por encima de cualquier otro tipo de interés, dado que Canal 28, más que ninguna otro medio de este tipo, está comprometida a garantizar a los neoloneses, el derecho a la libertad de información que la ley les atribuye.

Lamentablemente, las evidencias que resultaron del análisis realizado a los contenidos del telediario matutino muestran una evidente falta de compromiso de la institución para con su público, sobre todo porque Canal 28 mantiene una política

editorial o una agenda informativa que poco o nada se diferencia de la que ofrecen las televisoras privadas.

Por una parte debe reconocerse como positivo que se destine la mayor cantidad de tiempo y número de notas a difundir información relacionada con el estado de Nuevo León, situación que está en concordancia con la política informativa que debe asumir la televisora pública del estado. Sin embargo, es lamentable que en sus contenidos persista la información originada en el área metropolitana y se continúe ignorando a los municipios más alejados de la zona metropolitana de Monterrey.

De nada sirve que la señal de la televisora sea capaz de llegar a todos los rincones del estado, si en ella no se encuentran sus habitantes. Quienes participan de la producción del noticiario han olvidado atender las zonas del norte y sur del estado, sobre todo las más pobres y con menor cantidad de población.

La variedad de temas que se agendan en el matutino también quedó como tarea pendiente, ya que además de presentar contenidos similares a los que proveen las televisoras privadas, el telediario del Canal 28 excluyeron contenidos que de acuerdo con la investidura del mismo deberían ser representados. Sobre todo, aquellos que participen de la difusión de tradiciones, cultura o aborden la temática de la ciencia y la tecnología.

Uno de los principales problemas que enfrenta la entidad, tiene que ver con el medio ambiente y la ecología. Sin embargo, para los productores del matutino esta situación quedó de lado, ya que al abordar los temas relacionados con el medio ambiente, se concentraron en difundir exclusivamente información relacionada con el pronóstico del tiempo. Este último contenido, es a fin de cuentas que aparece con mayor frecuencia y al cual se le concede más espacio que a cualquier otro. Aun así, vista desde el ámbito de la calidad de la información, ésta es en sí muy limitada, ya que el diagnóstico que ofrecen sobre el clima, se concentra exclusivamente en la zona metropolitana de Monterrey.

Una situación muy similar se presenta en la información clasificada como internacional, ya que ésta ofrece muy poca variedad de origen y en la mayoría de las ocasiones se concentra en transmitir información relacionada con acontecimientos bélicos. Lo anterior demerita la participación del canal, primero porque carece de los recursos para competir con las grandes empresas nacionales de la televisión privada y segundo, porque la cobertura de ese tipo de conflictos, resta tiempo a la transmisión de mensajes locales.

Una de las características que distinguen al estado de Nuevo León, tiene que ver con su calidad académica. En la entidad existen excelentes universidades y centros de investigación en donde se participa del desarrollo de la ciencia. Sin embargo, la mayor parte de las notas relacionadas con este tópico provienen del extranjero y se les dedica poco tiempo.

La participación que tienen los diversos actores sociales en los contenidos del telediario, también acusa problemas relacionados con la diversidad y la pluralidad. Es evidente que las rutinas periodísticas implementadas por los reporteros de Canal 28 suelen repetir las que ponen en práctica los reporteros de las televisoras privadas.

En este ámbito existe una sobrerrepresentación de actores relacionados con las instituciones gubernamentales y quienes participan también del ámbito político y del poder legislativo. Sin embargo, no se encuentran las voces de los ciudadanos de a pie. La propuesta encaminada a brindar una participación más simétrica de las diferentes voces que conforman la sociedad, no se aprecia en Canal 28.

La información que se difunde en el matutino del Canal 28, contribuye poco para que los ciudadanos encuentren en este espacio una real opción desde donde poder acceder a todo tipo de contenidos. Es evidente que el propósito para el cual fue constituida no se ha concretado, de manera que los tres rubros en los cuales se enfocó la atención, en ninguno de ellos se satisface los requerimientos para considerar que se trata de información de calidad. Por el contrario, pareciera que las políticas editoriales asumidas se limitan a presentar diariamente su producto, sin reparar en el material que presentan a los neoloneses, mucho menos, existen indicios de que la televisora estatal del estado de Nuevo León, se preocupe por garantizar el cumplimiento de sus derechos en materia de información.

7) Referencias

Botero Marino, C. (2009). *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. Recuperado el 25 de febrero de 2016 de: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/cd/sistema_interamericano_de_derechos_humanos/index_ELERLI.html

De León, L. D. A. R., y Díaz, L. M. (2014). "Nuevas" políticas de radiodifusión para los medios no comerciales en México. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, (49), 49-64. Quito.

- Esteinou Madrid, J. y Alva de la Selva, A. R. (2011). *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información*. Mercedes de Vega (Coord.). Secretaría de Relaciones Exteriores. Vol. 6. México.
- Esteinou Madrid, J. (2005). "Internet y la transformación del Estado". En Islas, O. y Gutiérrez, F. (Coords.). *Internet. El medio inteligente*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey/Grupo Patria Cultural. 1era. Ed. Pp. 205-2015
- García Ramírez, D. G. (2015). El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado. *Signo y Pensamiento*, 34(66), 28-42.
- Gómez, R. y Sosa Plata, G. (2011). Los medios digitales: México. *Open Society Foundations*. Londres, Reino Unido.
- Gómez García, R. (2009). Panorama internacional de los sistemas de radiodifusión de servicio público. Vectores del pluralismo democrático. La diversidad y la producción culturales. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. N° 206. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42115999009>
- INEGI. (2010). Resultados definitivos, tabulados básicos. México. Recuperado el 1 de noviembre de 2015 de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/TabuladosBasicos/Default.aspx?c=27302>
- INEGI. (2015). Cuéntame. México. Recuperado el 26 de octubre de 2015 de: http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/nl/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=1
- MCQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Moragas, M. y Prado, E. (2001): *Repensar la televisión pública en el contexto digital*. Barcelona, Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Organización de los Estados Americanos. (2015). *Informe Anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión*. CIDH. Washington D.C. Recuperado el 25 de agosto de 2015 de: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/index.asp>
- Ortega, P. (2007) Muchos canales no es sinónimo de pluralidad. Dos empresas una voz. En *Anuario de Investigación 2006*. UAM-X. MÉXICO (pp. 96-111).
- Rueda de León Contreras, L.A. y Mota Díaz, L. (2014). "Nuevas" políticas de radiodifusión para los medios no comerciales en México. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, N°. 49, 2014, págs. 49-64.

SEGOB. (2012). *Encuesta Nacional de Cultura Política y prácticas ciudadanas*. México.

Toussaint Alcaráz, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 51(206), 105-118.

Puebla Noticias, el noticiario matutino de Puebla TV, “La señal de los poblanos”

Blanca Chong López²³

Isabel Muñoz Triana²⁴

Resumen

Durante los años ochenta en la mayoría de los estados de la República Mexicana surgieron, en casi todos los casos por iniciativa de gobiernos estatales o municipales, diversos sistemas de radio y televisión que a pesar de su desarrollo desigual han apoyado en muchos casos la creación de un espacio importante para la expresión de la cultura regional. Su objetivo fundamental es contribuir a la construcción del espacio público como escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las distintas comunidades culturales.

En este trabajo se presentan los resultados de un análisis del Noticiero Puebla Noticias, del canal de televisión pública Puebla TV. La investigación forma parte del proyecto Noticias de calidad en la TV pública de México. El estudio de la calidad en los contenidos de los medios de comunicación en México tiene como base la diversidad y relevancia de contenidos a los que el público puede acceder para conformar sus ideas. El equilibrio entre los distintos sujetos que aparecen en la información es otro de los criterios esenciales al hablar de calidad en la información. Los resultados muestran que en el noticiero analizado no se cumple cabalmente con estas condiciones.

²³ Profesora Investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Torreón.

²⁴ Estudiante del 8°. Semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Puebla Noticias, el noticiario matutino de Puebla TV, “La señal de los poblanos”

1) Introducción

Al referirnos a la televisión pública es importante tener en cuenta que la característica más clara de esta televisión es que se dirige al ciudadano, no al consumidor. Su objetivo fundamental es contribuir día con día a la construcción del espacio público como escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las distintas comunidades culturales. Otro rasgo que define esta televisión es ofrecer una imagen permanente de pluralismo social, ideológico y político, otorgando espacios a las voces más débiles (Martín Barbero, Rey y Rincón, 2000). Una peculiaridad del servicio público de televisión es también su autonomía relativa respecto del poder establecido (Toussaint, 2009).

Entre los deberes que la televisión pública tendría que cumplir están garantizar una política editorial plural e independiente de intereses particulares, políticos y económicos, así como contribuir a la formación de una opinión pública bien informada, proporcionando información veraz, oportuna y equilibrada (Ortega, 2007). Para tomar decisiones que tienen que ver con sus necesidades e intereses, la sociedad requiere información confiable que le permita comprender la realidad.

Las principales dificultades que han enfrentado la mayoría de los medios regionales, a fin de cumplir con sus responsabilidades como medio público, han sido falta de estabilidad financiera y política, escasez de recursos económicos y un limitado desarrollo tecnológico. Además, con frecuencia han sido objeto de presiones políticas y administrativas por parte de funcionarios y políticos que los han considerado como extensión de sus gobiernos.

Ortega (2006, p.196) describe la situación de los medios públicos y señala que se les da ese carácter porque dependen de financiamiento público y no tienen fines de lucro. Sin embargo, “en nuestro país la ausencia de políticas públicas en materia de comunicación social que orienten el quehacer de esos medios propiedad del Estado y que definan su responsabilidad y compromiso sociales por encima de intereses políticos, así como la falta de apoyo jurídico, político y administrativo, impiden que los podamos reconocer como auténticos medios públicos”.

No solo el origen del financiamiento o el régimen de propiedad determinan la función de servicio que deberían tener estos medios. Son necesarios también otros aspectos que permitan garantizar su responsabilidad social: definición jurídica, definición de las funciones de servicio público, autonomía política y financiera, pluralismo social, político y cultural. Una de las condiciones que se asocia a la función de servicio público es que en sus contenidos se vea reflejada la diversidad cultural, étnica y social, así como pluralidad política de los ciudadanos.

El concepto de servicio público en la televisión históricamente ha estado muy ligado a la noción de calidad. Desde sus inicios se consideró que la televisión pública debía cumplir una función cultural, elevar los estándares de calidad y de diversidad, así como proporcionar una programación cultural e informativa de alta calidad (Gutiérrez, 2000). La diversidad en la oferta televisiva puede analizarse a través de distintas dimensiones, una de ellas la diversidad sustancial, que entre otros aspectos refiere a la diversidad en relación a los argumentos y los temas tratados. La diversidad está directamente relacionada también con el reconocimiento de la complejidad de la realidad social, y a la consideración de los intereses minoritarios en un sentido amplio. Desde la perspectiva de la calidad de la información un valor esencial es el pluralismo, que garantiza el equilibrio entre los diferentes sujetos que participan en la relación informativa (Díaz, González y Aparicio, 2015).

En este trabajo se presentan los resultados de un análisis del Noticiero Puebla Noticias, que forma parte del proyecto de investigación Noticias de calidad en la TV pública de México, coordinado por Francisco Garza Martínez, investigador del Tecnológico de Monterrey. En la investigación se pretende dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿en qué medida el noticiero estatal Puebla Noticias refleja en su contenido información relacionada con el ámbito local y regional?, ¿qué tan plural es el contenido y los temas que se transmiten en ese noticiero?, ¿en qué medida en el noticiero se representa a los diversos actores del sistema social?

2) Puebla TV

Durante los años ochenta en la mayoría de los estados de la República Mexicana surgieron, en casi todos los casos por iniciativa de gobiernos estatales o municipales, diversos sistemas de radio y televisión que a pesar de su desarrollo desigual han apoyado en muchos casos la creación de un espacio importante para la expresión de la

cultura regional. En su funcionamiento, algunos de esos sistemas de radiodifusión han estado muy ligados al gobierno estatal en turno (Ortega, 2006; Toussaint, 2009).

En el caso de Puebla, fue hasta finales de la década de los noventa cuando se creó, el 31 de julio de 1998, el Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla, del que más tarde formaría parte el canal de televisión pública XHPUE-TV que inició transmisiones el 26 de noviembre de 2003 como una repetidora del Canal Once TV del Instituto Politécnico Nacional, condición que mantuvo hasta 2005 cuando se buscó crear un nuevo concepto para el canal, a partir de la transmisión de programas propios, junto con algunos del Canal 22, TV UNAM y varios organismos internacionales.

El 5 de agosto de 2011 se reformó la denominación del Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla, que en lo sucesivo sería llamado Televisión, Radio y Tecnologías Digitales (Gobierno de Puebla, 2011). Como parte de ese cambio el canal televisivo adquirió el nombre de Puebla TV, “La señal de los poblanos”, ubicado en la ciudad de Puebla y que transmite las 24 horas del día a través del Canal 26 de VHF en señal digital, con una potencia de 542 Mhz. Su cobertura alcanza 48 municipios y su auditorio potencial es del 48.75 por ciento de la población. En el Plan de Desarrollo Institucional 2011-2017 del organismo, se señala que su intención es convertir la emisora televisiva en un referente cultural importante a nivel nacional, y en particular, que sirva de enlace con las comunidades poblanas que residen en Nueva York y Los Ángeles.

La Filosofía del canal de televisión está plasmada en el Programa Institucional de Televisión, Radio y Tecnologías Digitales (2011), sistema del que forma parte Puebla TV, y es la siguiente:

MISIÓN: Conectar a los poblanos con la cultura, la educación y el arte.

VISIÓN: Posicionar a Puebla como un referente cultural importante en nuestro país.

VALORES: Responsabilidad Social, Compromiso, Ética Profesional, Trabajo en Equipo y Disciplina.

La máxima autoridad de Televisión, Radio y Tecnologías Digitales es una Junta de Gobierno integrada por un Presidente Honorario, que será el Titular del Poder Ejecutivo del Estado; un Presidente Ejecutivo que será el Secretario de Educación Pública del Estado y catorce vocales, entre los que figuran dos representantes del sector social invitados por el Gobierno del Estado, preferentemente de instituciones de

educación superior y dos representantes del sector privado, que también serán invitados por el gobierno estatal.

3) Metodología

El espacio informativo Puebla TV se transmite de lunes a viernes, en horario de 6:00 a 9:00 hs. Se realizó un análisis de contenido considerando solo la primera hora de transmisión, en virtud de que varios de los noticiarios incluidos en el proyecto general tienen esa duración, lo cual permite que exista equidad al momento de comparar los distintos espacios informativos. El análisis se basó en el manual de codificación utilizado por todos los equipos participantes en la investigación.

La muestra se conformó por dos semanas compuestas seleccionadas de los meses de octubre a la primera quincena de diciembre, es decir, en total se analizaron diez noticiarios y las fechas incluidas fueron: 12, 7, 8, 13 y 27 de octubre; 16, 20, 26 y 30 de noviembre y 4 de diciembre de 2015.

4) Resultados

El número de notas analizadas durante las dos semanas de la muestra fue de 208, con un total de 20,390 segundos. En relación al género de la información se identificaron 196 noticias, que representan el 94 por ciento del total analizado. El 4 por ciento fueron reportajes y un 2 por ciento entrevistas. Estos datos nos indican que por lo general se recurrió a la noticia, y por tanto se profundiza poco en la información que se presenta.

De las noticias, el 45 por ciento se refieren al ámbito estatal, 32 por ciento al municipal, 14 por ciento al nacional, 8.5 por ciento al internacional y 0.5 por ciento al regional. De los reportajes el 50 por ciento fueron sobre situaciones de carácter nacional, 25 por ciento sobre acontecimientos del estado y 25 por ciento sobre el municipio. El 75 por ciento de las entrevistas tienen que ver con información estatal. De esas informaciones un 47 por ciento fueron noticias duras²⁵, es decir, que pudieron

²⁵ Ejemplo de noticias duras son las que tienen que ver con la violencia, con la política, impacto de la economía, incremento de precios, etc.; noticias blandas, las historias de interés humano, información relacionada con personajes prominentes, relatos insólitos, etc.

tener un impacto directo en la comunidad poblana, y el 53 por ciento noticias blandas, que no afectan directamente a las personas.

Considerando la manera en que se presenta la información, en el 68 por ciento del total de las notas que se analizaron está bien contextualizada; en un 11 por ciento fue excelente; en 20 por ciento mala y en el uno por ciento se ubicó como pésima. Es decir, la información que se presenta suele ser presentada excelentemente o bien contextualizada, lo cual es una situación positiva para el canal.

4.1) Cobertura regional de la información

Al considerar la entidad en la que se genera la información, casi la totalidad, el 84 por ciento de las notas, tienen su origen en el mismo estado de Puebla; el 6 por ciento en el estado de México y un dos por ciento en estados del norte del país, como son Chihuahua y Nuevo León. En el 8 por ciento no se ubicó el origen de las notas.

Del total de 208 notas analizadas, el 45 por ciento se refieren a información del estado de Puebla; un 31 por ciento corresponden a distintos municipios del mismo; 15 por ciento es de carácter nacional y el 8 por ciento internacional. Solamente el 0.5 por ciento, es decir, una sola nota, tiene un alcance regional.

El estado de Puebla tiene 217 municipios. Un alto porcentaje de las notas de información estatal, 67.8, se refieren a eventos que ocurrieron en la capital; hubo 17 notas, el 8.1 por ciento del total, sobre igual número de municipios; cinco municipios tuvieron dos notas cada uno, que representan el 4.8 por ciento; hubo dos municipios sobre los que se incluyeron tres notas, 2.9 por ciento, que refieren situaciones ocurridas en los mismos. No se presentó información sobre el resto de las municipalidades.

El hecho de que casi toda la información que se presenta se genere en el mismo estado es un aspecto positivo del canal. Sin embargo, el que un alto número de notas tenga que ver con acontecimientos que ocurren en la ciudad de Puebla muestra que no existe equidad en la cobertura.

El mayor número de notas durante el período analizado, 56.7 por ciento, fueron transmitidas en el cuarto segmento del espacio informativo; 17.3 por ciento en el tercer segmento; 13 por ciento en el segundo y la misma cantidad en el primero. En los cuatro segmentos la mayor cantidad de informaciones hicieron referencia al ámbito estatal; en lo municipal, salvo el tercer segmento que tuvo una cantidad de notas ligeramente

superior, los otros tres se ubican en segundo término; en los dos primeros y el cuarto segmento lo nacional se ubica en tercer orden de importancia; lo internacional, que concentró su mayor número de notas en el cuarto segmento y finalmente lo regional, solo tuvo una nota, transmitida en el tercer segmento.

Tabla 1

Espacio que se concedió al tema de acuerdo a su origen

	Nacional	Estatad	Regional	Municipal	Internacional	Total
20 a 30 Seg	6.3%	2.2%	0.0%	10.8%	0.0%	5.3%
31 a 60 Seg	28.1%	40.9%	0.0%	36.9%	17.6%	35.6%
61 a 90 Seg	28.1%	20.4%	0.0%	18.5%	23.5%	21.2%
91 a 120 Seg	3.1%	10.8%	0.0%	4.6%	35.3%	9.6%
121 a 150 Seg	9.4%	9.7%	0.0%	7.7%	11.8%	9.1%
151 a 180 Seg	9.4%	6.5%	100.0%	4.6%	5.9%	6.7%
Más de 180 Seg	15.6%	9.7%	0.0%	16.9%	5.9%	12.5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	(n= 32)	(n= 93)	(n= 1)	(n= 65)	(n= 17)	(n= 208)

Fuente Propia

De la información generada en el mismo estado, que representa el 83.7 por ciento del total de las notas analizadas, un 50 por ciento fueron transmitidas durante el cuarto segmento; el 20.7 por ciento en el tercer segmento; 14.9 por ciento en el segundo y 14.4 por ciento en el primer segmento.

En las noticias duras, que representan el 47 por ciento del total analizado, el 56.7 por ciento hacen referencia a lo estatal, el 33 por ciento tratan sobre acontecimientos municipales y solamente 7.2 por ciento son sobre situaciones nacionales. En las noticias blandas, el 53.4 por ciento de las informaciones analizadas, el 34.2 por ciento corresponden a lo estatal, el 29.7 por ciento a lo municipal y 22.5 por ciento a lo nacional. En los dos tipos de noticias el ámbito internacional y el regional tienen un escaso número de informaciones.

Al considerar el tiempo de duración de las notas en relación al ámbito al que se refieren (Tabla 1), en lo nacional el mayor porcentaje, 28.1, tuvo un tiempo de 31 a 60 segundos y la misma cifra se ubicó en el rango de 61 a 90 segundos; en lo estatal el 40.9 por ciento de las notas tuvo una duración de 31 a 60 segundos; lo municipal tuvo su mayor cifra, 36.9 por ciento, en el de 31 a 60 segundos; lo internacional el 35.3 por ciento en el rango de 91 a 120 segundos.

4.2) Pluralidad de temas

Para la codificación, en el proyecto general se contemplaron tres macrotemas y tres subtemas, suponiendo que en una nota pudiera haber más de un tema.

En el primer macrotema que abordan las notas incluidas en el análisis, Deportes es el tema con un mayor número de informaciones, el 24 por ciento del total (Tabla 2). Le sigue Economía y Política con 13.5 por ciento en cada caso; Arte/Cultura con 11.6 por ciento; Seguridad Pública 11.1 por ciento; Salud con 9.1 por ciento y Derechos Humanos 7.2 por ciento. El tema Educación solo suma 4.8 por ciento; Ecología 2.4 por ciento; Tecnología/Desarrollo 1.9 por ciento y Religión solo tuvo una nota, el 0.5 por ciento.

	Frecuencia	Porcentaje
Salud	19	9.1
Educación	10	4.8
Economía	28	13.5
Derechos Humanos	15	7.2
Política	28	13.5
Seguridad Pública	23	11.1
Religión	1	0.5
Tecnología/Desarrollo	4	1.9
Ecología	5	2.4
Internacionales	1	0.5
Arte/Cultura	24	11.6
Deportes	50	24.0
Total	N= 208	100

Fuente Propia

En lo que se refiere al segmento del noticiero en el que fue transmitido el mayor número de notas, las de Deportes se presentaron en un 79.7 por ciento en el cuarto segmento; las de Economía en un 39.3 por ciento en el cuarto segmento y 28.6 por ciento en el primero; las que hacen referencia al tema Política se transmitieron en un 50 por ciento en el cuarto segmento; las de Seguridad Pública en un 52.2 por ciento se ubicaron en el cuarto segmento; las que hacen referencia a Salud se presentaron en un 31.6 por ciento en el segundo segmento y la misma cifra en el tercero; el 53.3 por ciento de las que abordaron el tema Derechos Humanos se ubicaron en el cuarto segmento.

En el 76 por ciento del total de notas analizadas aparece un subtema. El que tiene una mayor cantidad es Acuerdos políticos con 6 por ciento, seguido de Actividades de gobernantes 7 por ciento, Campañas de salud y Crecimiento Económico 6 por ciento en cada caso.

4.3) *La diversidad de los actores*

La moda de actores sociales que aparecen por nota es de uno, lo que significa que en el espacio informativo analizado no se recurre a diversas fuentes de información, y por tanto las notas que difunden son muy similares a las que ofrecen los noticieros tradicionales.

Tabla 3.
Categoría en la que se ubican los actores sociales que aparecieron en el informativo, de acuerdo a su desempeño en la sociedad

	Frecuencia	Porcentaje
Gobernantes	54	44.6
Políticos	2	1.6
Ciudadanos	50	41.4
Poder Judicial	1	0.8
Empresarios	12	10.0
Religión	2	1.6
Total	N=121	100%

Fuente Propia

Del total de las notas incluidas en el análisis, en 121 notas, que representan el 58.2 por ciento aparece una persona o es mencionada de manera explícita (Tabla 3). De éstas, en el 96.7 por ciento aparece su imagen, y en todos los casos se pronuncian respecto al tema que se está tratando. Los gobernantes son quienes figuran con mayor frecuencia, con 44.6 por ciento del total; cifra muy similar a la de ciudadanos, que alcanzan 41.4 por ciento; en tercer sitio se ubican los empresarios, con 10 por ciento.

Considerando solo los Gobernantes, la referencia apunta que en la mayoría de los casos se trataba de los miembros del Gobierno del estado: el Gobernador recibió un 39 por ciento de las notas y miembros de su gabinete 15 por ciento. Es decir, poco más de la mitad de los actores que aparecieron en esta categoría tuvieron que ver con esos personajes.

El 79.3 por ciento de las personas que aparecen o son mencionadas explícitamente son hombres, y el 20.7 por ciento mujeres. De ellos, el 57 por ciento son

jóvenes adultos de entre 31 a 45 años; el 29.8 por ciento son adultos de 46 a 60 años; 11.6 por ciento jóvenes de 18 a 30 años y 1.6 por ciento niños/adolescentes de cero a 17 años.

Considerando la subcategoría de la primera persona que aparece o es mencionada en las notas el número más alto corresponde a Expertos/profesionales con 26.5 (Tabla 4.); le sigue el Gobernador del estado de Puebla, con 17.3 por ciento, miembros de la Sociedad Civil/Ciudadanos con 11.6 por ciento; Empleados/funcionarios del Gobierno Municipal, 8.3 por ciento; Empleados del Gobierno del Estado, 6.6 por ciento y Empresarios estatales 5 por ciento. En Otros se agruparon las subcategorías que tuvieron una frecuencia de una o dos personas.

Tabla 4.
Actividad específica en la que participan los actores sociales que se reflejaron en el noticiero

Actores sociales	Frecuencia	Porcentaje
Gobernador	21	17.3
Empleado Gob. del Estado	8	6.6
Alcalde	13	10.7
Empleado / funcionario Gobierno Municipal	10	8.3
Sociedad Civil /Ciudadanos	14	11.6
Expertos / profesionales	32	26.5
Empresarios estatales	6	5.0
Otros	17	14.0
Total	N= 121	100%

Fuente Propia

La mayor cantidad de notas en las que aparece o es mencionado un hombre, el 43.8 por ciento, se transmitió en el cuarto segmento; en el caso de las informaciones donde aparece o es mencionada una mujer, la mayor cantidad, el 36 por ciento se incluyó en el segundo segmento.

Las notas en las que aparece o es mencionado explícitamente un hombre tuvieron una duración de 31 a 60 segundos en un 34.4 por ciento, mientras que las notas en las que aparecen o son mencionadas mujeres tuvieron la misma duración en un 24.4 por ciento.

5) Palabras finales

Puebla Noticias es un espacio informativo que privilegia la información del estado, sobre todo lo que ocurre en la ciudad capital. Esto podría explicarse porque como se señala en el Programa Institucional del organismo que coordina su funcionamiento, uno de los objetivos del canal de televisión es que sirva de enlace con las comunidades poblanas que radican en Nueva York y Los Ángeles. Sin embargo, las personas del estado que emigran a los Estados Unidos provienen en gran medida de distintas regiones, a las que prácticamente no se hace referencia en la información del noticiario, que se centra en la ciudad de Puebla.

El estudio de la calidad en los contenidos de los medios de comunicación en México tiene como base la diversidad y relevancia de contenidos a los que el público puede acceder para conformar sus ideas. En el caso de Puebla Noticias, temas que por su importancia social deberían tener una mayor visibilidad en la información que se difunde, como son Educación, Ecología, Tecnología/Desarrollo, tienen los porcentajes más bajos en cuanto a número de notas, mientras que Deportes ocupa casi la cuarta parte de los temas tratados, muy por encima de Economía, Política, Seguridad Pública, Salud, que son temas que afectan directamente a las personas.

El equilibrio entre los distintos sujetos que aparecen en la información es otro de los criterios esenciales al hablar de calidad en la información. En lo que se refiere a los actores, aun cuando los gobernantes son quienes más aparecen con su imagen o son mencionados explícitamente en el espacio informativo analizado, el porcentaje de ciudadanos que se muestra en la pantalla durante el noticiario es muy semejante, lo que implica un nivel aceptable de equidad en cuanto a los sujetos a los que se da voz. Sin embargo, al considerar el sexo, una abrumadora mayoría son hombres, mientras que el número de mujeres no alcanza la cuarta parte de las personas cuya imagen se muestra o son mencionadas en forma explícita. También se privilegia la aparición de jóvenes adultos, de entre 31 a 45 años, la edad de plena productividad, minimizando la participación de otros sectores.

Si como se ha señalado, uno de los deberes de la televisión pública es garantizar una política editorial plural e independiente de intereses políticos y económicos, este aspecto no se cumple en la televisora pública poblana, pues son gobernantes, sobre todo miembros del gobierno del estado quienes aparecen o son mencionados con mayor frecuencia en la información que ofrece. Esto confirma un rasgo que Toussaint (2009) ha señalado para las televisoras públicas mexicanas: se encuentran supeditadas en gran medida al gobierno que les otorga un subsidio.

Considerando la importancia de la diversidad y el pluralismo como valores fundamentales para que una información sea de calidad, en relación a las cuestiones que hemos analizado: cobertura, pluralidad de temas y diversidad de los actores, lo que se transmite a través de Puebla Noticias no cumple cabalmente con esa condición.

6) Referencias

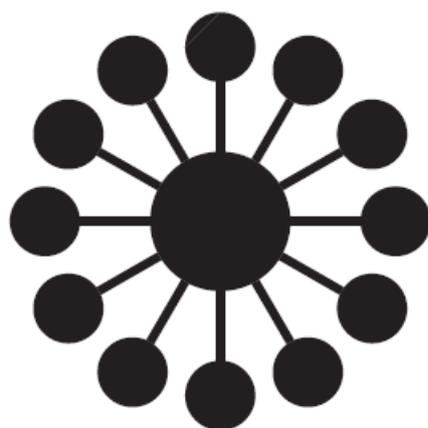
- Díaz, R., González, J. y Aparicio, D. (2015). Parámetros de calidad en la información de televisión. La metodología del observatorio de la calidad de la información en televisión. Recuperado el 15 de enero, 2015 de <http://eprints.ucm.es/34758/7/ambitoscomunicacion-Par%C3%A1metros%20de%20calidad%20en%20la%20informaci%C3%B3n%20de%20televisi%C3%B3n%20La%20metodolog%C3%ADa%20del%20observatorio%20de%20la%20calidad%20d.pdf>
- Gobierno del Estado de Puebla (2011). Decreto del H. Congreso del Estado que crea el Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla. Recuperado el 12 de diciembre de 2015 de http://www.puebla.mx/pdf/decreto_que_crea_television_radio_y_tecnologias.pdf
- Gutiérrez, Ch. (2000). Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación. Zer, 9 (5), noviembre. Recuperado el 16 de noviembre de 2015 de <http://www.ehu.es/zer/eu/hemeroteca/gaia/Televisin-y-calidad-Perspectivas-de-investigacin-y-criterios-de-evaluacin/124>
- Martín Barbero, J. Rey, G. y Rincón, O. (2000). Televisión pública, cultural, de calidad. Gaceta, número 47, p.p. 50-61. Recuperado el 16 de noviembre de 2015 de http://www.robertosuares.es/webs/comunicacionymedios/comunicacion/televisi on/textos/martin_barbero_tvpublicacalidad.htm
- Ortega, P. (2006). *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Ortega, P. (2007). Muchos canales no es sinónimo de pluralidad. Anuario de investigación 2006, UAM-X. P.P. 96-111. Recuperado el 10 de noviembre de 2015 de

http://148.206.107.15/biblioteca_digital/portal/MostrarPDF.php?id_host=6&tipo=CAPITULO&id=2219&archivo=74-2219ook.pdf&titulo=Muchos%20canales%20no%20es%20sin%EF%BF%BDnimo%20de%20pluralidad

Televisión, Radio y Tecnologías Digitales (2011). Programa Institucional 2011-2017. Recuperado el 25 de octubre de 2015 de

http://www.puebla.mx/pdf/programaInstitucional_2011-2017.pdf

Toussaint, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública en México. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 206, p.p. 105-118. Recuperado el 20 de octubre de 2015 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42115999006>



CONEICC

Febrero de 2017