

7201



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN**

**NOTIMEX, AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS
ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DE SU
SERVICIO RADIOFONICO**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
GRACIELA ORNELAS PRADO**



MEXICO, D. F.



1990.



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

**ORGANIZACION Y FUNCIONAMIENTO DEL SERVICIO
RADIOFONICO DE NOTIMEX, AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS.**

Indice

Introducción.....1

Capítulo I. NOTIMEX, AGENCIA MEXICANA DE NOTICIAS.

- A. Antecedentes, objetivos e importancia.....15
- B. Estructura de la organización43
- C. Servicios que ofrece y cobertura.....55
 - 1. Servicio informativo nacional.
 - 2. Servicio informativo internacional.
 - 3. Servicio editorial sindicado.
 - 4. Servicio de publicidad.
 - 5. Servicio de televisión.
 - 6. Servicio de radio.
 - 7. Servicio de notifono.
 - 8. Sistema de comunicación para Estados y Municipios.

Capítulo II. AREA RADIOFONICA DE NOTIMEX.

- A. Antecedentes del noticiero Síntesis Informativa....76
- B. Su estructura organizacional.....88
 - 1. Objetivos
 - 2. Programas
 - 3. Sistema de organización
 - 4. Funciones
 - a. Jefe del departamento de radio
 - b. Jefe de realización de productos informativos.
 - c. Redactor
 - d. Jefe de producción de audio.
 - e. Operador de audio.
 - 5. Recursos humanos
 - a. Personal de redacción .
 - b. Personal de producción.

**Capítulo III. PROCESO DE ELABORACION DEL NOTICIERO
"SINTESIS INFORMATIVA"**

- A. Elaboración del guión radiofónico116
- B. Trabajo de producción y proceso de transmisión del noticiero.....130

C. Manejo de la información.....	139
C O N C L U S I O N E S	149
FUENTES	
BIBLIOGRAFIA GENERAL.....	160
HEMEROGRAFIA.....	162
ENTREVISTAS.....	163

INTRODUCCION

La importancia de la radio como medio electrónico radica, entre otras cosas, en que ha sido utilizado por el hombre como instrumento de difusión con diferentes fines: dar entretenimiento, reforzar la cultura, además de que constituye un vehículo noticioso de información política, económica y social.

La radio en nuestros días es uno de los medios electrónicos de más penetración en nuestro país y por lo tanto uno de los que más influencia tienen en la opinión pública. Se ha visto que en el ámbito de la información, la radio posee características técnicas y tecnológicas que le permiten difundir la noticia en el momento mismo en que se produce y lograr que el radioescucha se entere de inmediato de lo que acontece en el mundo, inclusive con más oportunidad que la televisión.

Los antecedentes del invento de la radio se remontan hacia la segunda mitad del siglo XIX. El intenso desarrollo de la ciencia y de la técnica en ese período permitió el conocimiento científico de fenómenos tan importantes para la radiotelefonía como los de las ondas electromagnéticas.

El científico escocés J.C. Maxwell, en 1865 formuló matemáticamente la teoría de las ondas electromagnéticas. 22 años después, el físico alemán Henrich Hertz comprobó experimentalmente los resultados teóricos de Maxwell

demostrando la existencia de las ondas electromagnéticas mediante un equipo con el que logró transmitir las y recibir las. Por esta razón son conocidas como ondas hertzianas. Sin embargo el italiano Guillermo Marconi es considerado el inventor de la radio, pues fue él quien perfeccionó los instrumentos que los otros habían desarrollado. Marconi le agregó a su aparato una antena y una conexión en tierra, logrando transmitir y recibir señales por primera vez.

La primera utilización que se dio a la radio fue en la Marina para la comunicación entre barcos y estaciones receptoras de las costas. Varias décadas después la aplicación de la radio en el ámbito militar fue muy importante durante la Primera Guerra Mundial, ya que fue indispensable para la emisión de señales entre oficiales de mando, tropas y centros de operación, entre otros.

La utilidad de la radio empezó a tener tanto éxito que empezó a constituirse en una importante industria. Los países que demostraron mayor interés por la radio fueron aquellos que tuvieron la visión tecnológica y la capacidad para apoyar económicamente las investigaciones de perfeccionamiento del novedoso medio de comunicación. En Inglaterra, Estados Unidos y Alemania se obtuvieron grandes éxitos en su utilización comercial (1)

Fue en la década de los 20's cuando aparecieron las radiodifusoras y los periódicos que tuvieron miedo de perder sus anuncios y sus lectores, por lo que mantuvieron un estado de lucha contra la radio. Sin embargo, al percatarse que a través de este medio podrían obtener abundantes ingresos, compraron emisoras o pagaron para emitir anuncios de sus periódicos y noticias que aparecían al día siguiente

(1) UNAM. Ciencias de la Comunicación. Las Humanidades en el Siglo XX.
p. 120

en los mismos. Fue en este momento en que se difundieron anuncios, cuando la radio adquirió características comerciales definidas que aún se conservan en los países del mundo.

Algunas experiencias en el ejercicio de la radio en los países en vías de desarrollo han demostrado que es el medio más adecuado para las tareas de educación; que su presencia ha sido importante en las revoluciones insurgentes, como en la de Nicaragua o El Salvador, en América Central, en Argel y en las revoluciones culturales, de las que forman parte las radios libres. Esto, en contraposición con la manifiesta vocación de los dueños o concesionarios de estaciones de radio por la comercialización de productos, sobre todo musicales.

En México, la radio constituye en nuestros días presencia permanente en el hogar, en el traslado de un lugar a otro, o en el recinto de trabajo de los ciudadanos.

En el prólogo del libro "El sonido de la Radio", editado conjuntamente por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, y el Instituto Mexicano de la Radio, se señala lo siguiente:

La radio, de hecho, cubre en su totalidad el territorio nacional, incluyendo áreas urbanas, semiurbanas, rurales y hasta zonas marginadas. En la actualidad se estima que en la República Mexicana existen aproximadamente 12 millones de radihogares (con un promedio de cinco habitantes por hogar, de acuerdo a los censos de población de 1980), a los que debe añadirse el auditorio de automovilistas y de radios portátiles, lo que en suma representa la conformación de una población de radioescuchas que oscila entre 65 y 70 millones de mexicanos, o sea, el 95 por ciento de la población

total; puede afirmarse, incluso, que virtualmente todos los mexicanos escuchan la radio. (2).

Sin duda alguna, esta penetración de la radio obedece a sus características como la inmediatez, la instantaneidad, la simultaneidad y la rapidez. Todas ellas permiten que el mensaje que transmite la radio sea escuchado en el momento mismo de su ejecución. En el terreno informativo, la rapidez del medio permite que los hechos noticiosos de "última hora", es decir, los acontecimientos de actualidad, sean dados a conocer si no en el momento mismo en que acontecen sí unos minutos después, lo que hace de la radio el primer medio en difundir la noticia.

Los géneros informativos como el reportaje, la crónica y la entrevista, pueden trabajarse para la radio, aunque de los géneros periodísticos la nota informativa es la que más se difunde en la radio a través del llamado noticiero y que, en términos generales, consiste en la redacción previa y la lectura en vivo ante el micrófono de textos semejantes a los encabezados y el primer párrafo de las noticias de los periódicos.

Emilio Prado, en su libro "Estructura de la Información Radiofónica", señala que "la radio será la primera en suministrar la primera noticia de un acontecimiento y ésta es una de las principales características del periodismo radiofónico" (3).

(2) IMER-UAM Xochimilco P.Y.V. El Sonido de la Radio, p. 6

(3) Emilio Prado. Estructura de la Información Radiofónica, p. 23

Las ondas de radio se propagan en el espacio y éste es considerado propiedad del Estado, por lo que es éste quien administra las emisoras radiofónicas o da concesiones a grupos de particulares. De esta forma, la radiodifusión opera de tres formas: radiocomercial, radio estatal y un sistema mixto que incluye a las anteriores..

El fundamento legal para el desarrollo de los medios de comunicación masiva, se encuentra en el artículo 27 de la Constitución Mexicana, que define el espacio situado sobre el territorio nacional como parte integrante del mismo y deposita en la Nación el dominio directo de ese espacio.

También el artículo 42 de nuestra Carta Magna, en su fracción VI, estipula que el espacio situado sobre territorio mexicano es propiedad de la nación; es decir, desde el momento en que funciona en México la telegrafía sin hilos, antecedente de la radio, el Estado mexicano subordina formalmente a sus designios la utilización del medio en que se propagarán las ondas hertzianas.

Durante el régimen del presidente Alvaro Obregón, los radiodifusores organizados en la Liga Central Mexicana de Radio, elaboran un proyecto de ley para conciliar los intereses privados y los generales en esta materia, pero fue hasta el 23 de abril de 1926 con la Ley de Comunicaciones Eléctricas, que se establece en su artículo 26 que ninguna concesión se otorgará en condiciones de competencia para la red nacional o en condiciones en que pueda constituir

monopolio en favor del concesionario. Sin embargo, no hace referencia alguna al contenido de las transmisiones radiales, lo que dio pie a los radiodifusores a implantar el modelo de radiofonía comercial ya practicado en Estados Unidos.

Años más tarde, el presidente Abelardo L. Rodríguez promulga el Reglamento del capítulo VI del libro quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, dedicado a la radiodifusión, en el que se otorga todo tipo de facilidades para la expansión de la radio comercial, como lo hace también la Ley Federal de Comunicaciones norteamericana, promulgada en 1934.

En 1936, el presidente Lázaro Cárdenas expide el primer Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados que, comparado a la legislación que le precede, sólo hace modificaciones en aquellos aspectos que requieren una actualización dados los avances técnicos de la radiodifusión.

La significación de su gobierno, en lo que se refiere a la industria radiofónica, reside en haber promulgado el 18 de agosto de 1936, la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, mediante la cual se obliga a los comerciantes e industriales de cada rama económica a integrarse en su cámara respectiva, para constituirse en órganos de colaboración del Estado. Los industriales de radiodifusión forman inicialmente la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras para transformarla después en cámara industrial, consolidando así una organización empresarial que de hecho existía en forma cohesionada -dado el carácter monopolístico de la industria misma- desde años atrás (4).

Pero fue hasta el año de 1960 que la historia de la radiodifusión mexicana sufrió un cambio importante porque el

(4) Revista Nueva Política, Vol. 1. Núm. 3 Jul-sep. 1976. p. 247

Estado, a través de la actual Ley Federal de Radio y Televisión, manifiesta su intención de participar por primera vez como emisor, en forma reglamentada, con la limitación de hacerlo a través de los canales operados por la empresa privada.

El año de 1960, -segundo del régimen de Adolfo López Mateos- fue significativo para la radiodifusión mexicana; el 19 de enero se promulgaba la Ley Federal de Radio y Televisión, en la que el Estado manifestaba por primera vez su decisión de participar en la industria en forma reglamentada. A través de la Ley, el Estado se reservó tres posibilidades de emplear tiempo para sus propios fines en las radiodifusoras concesionadas (5).

Tanto en la Ley Federal de Radio y Televisión, como los artículos de la Ley General de Vías de Comunicación relacionados con ella, el Estado mexicano reconoce que le corresponde regular el cumplimiento de las finalidades de cultura y entretenimiento de los medios de comunicación.

En su artículo primero, la Ley Federal de Radio y Televisión establece que el dominio directo del espacio territorial, y por consiguiente del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, corresponde a la nación y es inalienable e imprescriptible. Esta disposición añade que la radio constituye una actividad de interés público, por lo que el Estado debe proteger y vigilar sus funciones, regulando el uso del espacio y el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas a través del régimen de concesiones y permisos.

En su artículo 13, la Ley clasifica a las estaciones de radio en "comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole", y establece que las emisoras de carácter comercial requerirán concesión para transmitir y las restantes permiso. Compete a la Secretaría de Comunicaciones y

(5) Alma Rosa Alva de la Selva. Radio e Ideología. p. 54

Transportes otorgar y revocar concesiones y permisos para las emisoras, determinando previamente su naturaleza y propósito; además, corresponde a dicha dependencia asignarles la frecuencia respectiva, declarar la nulidad o caducidad de las concesiones y permisos y autorizar y vigilar, desde el punto de vista técnico, el funcionamiento de las estaciones, así como intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de las emisoras (6)

En cuanto a los permisos para las estaciones oficiales, culturales y de experimentación y las escuelas radiofónicas, sólo pueden otorgarse a ciudadanos mexicanos y entidades u organismos públicos o sociedades cuyos miembros sean mexicanos.

Sin embargo, fue hasta 1969 que se especificó que el Estado contaría con el 12.5 por ciento del tiempo de transmisión de los canales comerciales. En el mes de mayo de ese año, se aprobó en la Cámara de Senadores un acuerdo en el que se acordó una forma en que los concesionarios pagarían el impuesto para gravar el importe total de los ingresos de las estaciones de radio y televisión que funcionan bajo el amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la nación por concepto de los pagos que reciban por los servicios prestados. Este fue el tiempo fiscal.

En la disposición, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público es autorizada para recibir el pago de los concesionarios que así lo soliciten al 12.5% de los ingresos totales.

Las principales organizaciones radiofónicas en las que están agrupadas las estaciones comerciales del Distrito Federal y

(6) Ibid, pp. 44-45

su área metropolitana son: Organización Radio Centro, Núcleo Radio Mil, Organización Radio Fórmula, Grupo Acir y Televisa Radio, entre otras.

En lo que se refiere a la radio Estatal, hasta noviembre de 1988 operaban las siguientes emisoras: 21 del Instituto Mexicano de la Radio, de las cuales siete están localizadas en la capital de la República y 14 repartidas en distintos lugares del territorio Nacional: XEPP, "Radio Educación", cuyo manejo se encuentra a cargo de la Dirección General de Educación Audiovisual de la SEP y dos radiodifusoras culturales que están a cargo de la UNAM: XEUN, "Radio Univesidad y XEUN-FM.

Para fines de este trabajo, nosotros nos referiremos en concreto a la función de la radio en Notimex, cuyo servicio "Síntesis Informativa" aparece en 1982, al obtener un permiso para funcionar como una modalidad de radio estatal que difunde servicios informativos a través de tres noticiarios. El entonces Director General de Notimex, Héctor Manuel Ezeta, dijo en una entrevista que este servicio de radio, enmarcado en el trabajo de una agencia nacional de noticias tiene básicamente dos compromisos :

Uno, con el gobierno del que forma parte y otro más amplio con la sociedad que tiene como destinatario sus informaciones; por tanto, una estructura de radio informativa debe responder a estos propósitos. Es así que los noticieros de radio deben recoger la visión, la versión del Estado de los hechos nacionales e internacionales, pero también, al mismo tiempo, debe enriquecer su material con aquellas aportaciones provenientes de los distintos sectores de la sociedad que tengan legitimidad y validez para el proyecto nacional que a final de cuentas es el que debe defender una agencia nacional de noticias (7)

(7) Entrevista con el Lic. Héctor Manuel Ezeta, Director General de Notimex. 25/nov/1988

Dijo que en el caso de Notimex, la estructura de radio se vincula directamente a la estructura de captura, procesamiento y difusión de las informaciones, ya que como no hay un equipo especial de reporteros de radio, se da una compenetración, una imbricación de la captura general de información de la agencia y su difusión directa al auditorio a través del sistema de radio.

Esta añadió que de esta manera, para una agencia nacional, los objetivos en el campo de la radio tienen que ser los mismos que en los de la prensa y televisión, esto es, dar la versión del Estado mexicano constituyéndose en un instrumento para tratar de aminorar distorsiones informativas, intentar corregir rumores y esforzarse por clarificar el punto de vista del Estado y de los principales sectores de la sociedad en aquellos asuntos relevantes para el proyecto nacional.

El director de Notimex definió así la función de la radio estatal:

La radio estatal se vincula a un medio llámesele de "libertad de expresión y de libertad comercial". El número de estaciones de radio del Estado, algunas de perfil meramente cultural, algunas de entretenimiento, francamente es muy reducido en relación con el número de cadenas y concesiones privadas. Dado este hábito que ocupa la radio estatal frente a esa potencia de la radio privada, yo pienso que la radio estatal tiene que tener bien definidos los propósitos de su funcionamiento, esto es, en primer lugar, un compromiso con la difusión de cultura, con la difusión de información, con la divulgación en el caso de los aspectos informativos de la versión del Estado y de la sociedad mexicana y también un compromiso con grupos a los cuales en general, la radio comercial no constituye tribunas de expresión para ellos, como puede ser la riqueza cultural de las comunidades indígenas, los grupos urbanos que tienen expresiones de cultura muy rica, y que luego difícilmente tienen posibilidad de presencia; el aliento a los nuevos valores en las artes, en la ciencia, etc. Yo creo que eso tiene que ser el espacio muy bien identificado de la radio del Estado.

Ya para tener otro tipo de Radio, una radio simplemente comercial, yo creo que el mercado está saturado. (8)

A la pregunta de que si la radio estatal es escuchada, Ezeta dijo que hay que hacer diferencias entre la misma radio estatal. Mencionó que hay radioemisoras del Estado muy buenas y otras que se han armado más bien con un criterio comercial que con un perfil propio vinculado a un proyecto social. Citó el ejemplo de cuando se desempeñó como Director de Radio Educación esta estación tenía una penetración muy notable en el país frente a otras opciones de radio cultural. Estimó que hay universidades como la Veracruzana, la de Sonora, Guanajuato y Oaxaca que son modalidades de radio estatal de muy alta calidad. Agregó que Morelos tiene un proyecto interesante en este sentido. En cambio, dijo, hay algunas otras radios tanto en el interior de la República en que francamente su perfil se ha querido armar simplemente haciendo una mala copia de la radio comercial y su penetración es escasa, por lo que es necesario diferenciar.

De esta forma vemos que el Estado y la iniciativa privada disponen de medios radiofónicos a través de los cuales y a su modo, cumplen la función de informar. Uno de estos medios estatales es el servicio de radio que ofrece a sus "clientes" Notimex, Agencia Mexicana de Noticias".

En este trabajo, pues, pretendemos precisamente describir la organización y el funcionamiento del servicio de radio de Notimex, dando a conocer en qué consiste este, sus

objetivos. Se analizan las formas y sistemas de trabajo del personal que labora en el área, así como el equipo técnico del que se dispone para la transmisión de los noticiarios.

Como se sabe, de una buena administración depende el éxito de cualquier ente que produce bienes o servicios, que se traduce en resultados reales y positivos como mayor productividad, incremento en el volumen de ventas, una baja en costos de operación y mayores ganancias, a través del rendimiento de los recursos humanos y materiales, la simplificación del trabajo, eficiencia en el uso del equipo, lo cual fructificará en mayores índices de expansión y desarrollo.

Así pues, describiremos la organización de esta área de Notimex y analizaremos si ha dado resultados o no esta parte básica del proceso administrativo para un funcionamiento exitoso del servicio de noticieros de radio, en función del compromiso social para el que fue creado.

Cabe aclarar que en este trabajo daremos a conocer cuáles son las estaciones de radio del país que reciben el servicio de Notimex, aunque no se mide el impacto ni el rating que tienen los noticiarios.

Tampoco se profundizará en el análisis de la información que se difunde, aunque sí se enunciará el tipo de noticias que se transmiten, el formato adoptado para su redacción y el equipo técnico que se utiliza para su transmisión.

En el **Capítulo I** trataremos de estudiar en qué tiempo y espacio se registró el nacimiento de Notimex, Agencia Mexicana de Noticias, como un fenómeno del periodismo en nuestro país. Explicaremos de manera general cuál es el papel que desempeñan las agencias transnacionales de información para intentar entender en qué contexto internacional se mueve Notimex, como agencia oficial del gobierno de México. También mencionaremos de paso y a grosso modo cómo se configura el sistema de información del país y dentro de este ámbito, cómo compete Notimex con otros medios de información.

También daremos a conocer la estructura organizacional de la Agencia, esto es: su sistema de organización, el organograma de Notimex, sus niveles jerárquicos y las funciones básicas de cada una de sus unidades de administración.

En el **Capítulo II** estudiaremos los antecedentes del noticiario "Síntesis Informativa", principal servicio noticioso que presta el área de radio de Notimex. También describiremos cuál es la estructura organizacional del departamento en cuestión, sus objetivos, programas, sistema de organización y funciones básicas del personal que labora en radio.

En el **Capítulo III** mencionaremos el procedimiento y los recursos humanos y materiales que intervienen para elaborar el guión radiofónico y realizar la transmisión al aire del noticiario.

Este trabajo es resultado de la experiencia acumulada durante nueve años de trabajo ininterrumpidos dentro de la agencia. Esto nos permitió recopilar información a través de la observación directa, entrevistas, de la revisión del archivo interno y de la obtención de datos institucionales que nos permitieran formular un testimonio y un marco crítico sobre el funcionamiento de la radio en Notimex.

Desde luego también fue necesaria la revisión de otras fuentes de información como algunos textos cuyos temas se refieren a la radio, la información, historia del periodismo y régimen legal de los medios de comunicación en México, para tratar de dar un bagaje conceptual que enriquezca este trabajo.

Finalmente, se dan algunas líneas propositivas para el mejoramiento de este servicio, desde el punto de vista administrativo.

Esperamos que este trabajo realmente exponga un ejemplo de cómo está organizado un medio de comunicación y cómo funciona; ojalá sea de utilidad para las personas que se interesan en el estudio del periodismo y la comunicación colectiva.

Capítulo I

A. ANTECEDENTES OBJETIVOS E IMPORTANCIA.

En este capítulo trataremos de estudiar en qué tiempo y espacio se registró el nacimiento de Notimex, Agencia Mexicana de Noticias, como una institución del periodismo en nuestro país.

Empezaremos por señalar que una agencia de noticias es un medio de comunicación que se dedica a la búsqueda, selección, tratamiento y difusión de los hechos que acontecen en nuestra sociedad y que son considerados como noticia. La información que genera una agencia de noticias se ofrece a otros medios como periódicos, estaciones de radio o televisión y revistas, entre otros, los cuales no tienen los recursos ni la infraestructura mínima necesaria para recabar ellos mismos las noticias en el lugar y tiempo en que se producen.

Pensamos que para poder entender lo anterior, es importante definir los conceptos de información, periodismo, comunicación y noticia.

Camilo Táufic, en su obra "Periodismo y Lucha de Clases", señala que el periodismo es una parte inherente a la comunicación y agrega que ésta

designa el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas, y está vinculado no sólo al lenguaje, sino a todo sistema de señales, desde las luces de un semáforo a una sinfonía, desde un simple gesto facial a una expresión de

televisión vía satélite, desde un cartel de un diario editado en cinco millones de ejemplares (9).

De esta manera, el autor llega a la conclusión de que los problemas del periodismo son, pues, los de la comunicación y éstos, los de la sociedad en su conjunto.

Es importante señalar que la comunicación es parte inherente de nuestra vida, pues gracias a ella podemos convivir con nuestros semejantes a través de diversos sistemas. Por ejemplo, gracias a la comunicación se puede realizar el aprendizaje humano, pues éste consiste precisamente en recibir los conocimientos que han experimentado otros hombres. Así, vemos que la comunicación asegura la transmisión de los conocimientos, de la información y de la experiencia, permitiendo la perpetuación de la comunidad. En pocas palabras, comunicar es transmitir significados, y aún más, compartirlos.

Comunicar es transmitir significados: difundir conocimientos, estados de ánimo, ideas, sentimientos o intenciones entre las personas. Pero el acto comunicativo es también un proceso físico, que implica el desplazamiento de signos y símbolos concretos, entre un emisor y un receptor, a través de un canal apropiado. Esto se expresa en la necesaria conversión de los "significados" en "señales" para su transferencia en el seno de la sociedad. Las señales, a su vez, requieren de instrumentos que las produzcan y las transporten entre una persona y otra, o entre un grupo de personas y un auditorio masivo, tarea que cumplen los medios de comunicación (10)

Para Jorge Urrutia, "la comunicación es la base de todas nuestras relaciones y de nuestro pensamiento". (11)

El renombrado periodista Manuel Buendía hablaba de comunicación, pero de comunicación social y decía que ésta es, por definición, un elemento indispensable para la

(9) Camilo Táufic. Periodismo y Lucha de Clases, p. 17

(10) Ibid. p. 29

(11) Jorge Urrutia. Sistemas de Comunicación, p. 27

gestión democrática de las comunidades humanas, es decir, para la política. En su libro "Ejercicio Periodístico", Manuel Buendía apuntaba lo siguiente:

La información es una de las acciones básicas que pone en marcha los mecanismos totales de la comunicación social. No hay sociedad sin comunicación. No hay comunicación sin información. El periodismo es esencialmente información. Por tanto, el periodismo es un instrumento de la comunicación social, y, en consecuencia, el periodismo es parte de la política (12)

Para José Antonio Paoli, la información "es un conjunto de mecanismos que permitan al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de tal manera que le sirvan como guía de su acción" (13). Esta definición conlleva al acto de seleccionar, jerarquizar y organizar determinados acontecimientos que el hombre requiere para tratar de entender mejor su entorno o bien para el logro de determinados fines, como podría ser el del convencimiento o la persuasión a través del proceso informativo.

Por lo general, el término información es entendido como un sinónimo de noticia o mensaje con datos o cifras. Sin embargo, la información tiene las características de un proceso y la noticia debe cumplir con ciertas condiciones en cuanto a su estructura, que veremos más adelante. José Luis Martínez Albertos señala al respecto que:

no todos los fenómenos de información, en el mundo contemporáneo, desembocan necesariamente en un mensaje al que pueda propiamente calificarse como noticia. Hay fenómenos informativos que al final de su proceso arrojan un mensaje publicitario. Otros fenómenos de información van a producir un slogan propagandístico o cartel para una campaña electoral. Finalmente, determinados procesos informativos llegan a parir un ente híbrido y confuso, -entre noticia, el mensaje publicitario y el slogan- al

(12) Manuel Buendía. Ejercicio Periodístico, p. 17

(13) José A. Paoli. Comunicación, p. 21

que pudiéramos llamar asépticamente textos emanados de gabinetes de relaciones públicas (14)

De esta forma podríamos señalar que la información es un proceso de mensajes que, al convertirse en noticia, su contenido sufre cambios al seleccionar, organizar y tratar los datos que se adaptarán al estilo propio de este género periodístico.

Retomando entonces todas las ideas expuestas en párrafos anteriores podríamos afirmar que el periodismo es la actividad por medio de la cual damos a conocer a nuestros semejantes todo el acontecer de la vida política, económica, cultural, social y deportiva que se produce en nuestro medio, de tal manera que los miembros de una sociedad se mantienen vinculados entre sí.

Al hablar de este "acontecer", nos estamos refiriendo ya a la noticia, que es el objetivo fundamental y esencia del periodismo. El concepto de noticia ha sido definido por varios autores.

José Luis Martínez Albertos señala que "la noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para su difusión" (15).

Para Carl N. Warren, una noticia es aquel hecho cuya sustancia está compuesta por cualquiera de los siguientes

(14) José Luis Martínez Albertos. El mensaje informativo, p. 25

(15) Ibid.

elementos: actualidad, proximidad, Prominencia, curiosidad, conflicto, suspenso, emoción y trascendencia (16).

Juan Somavía señala por su parte que

aquéllos que dedican un tiempo considerable a leer noticias, a verlas en la televisión o a escucharlas por radio, en las naciones occidentales, pueden llegar a la conclusión de que la violencia, los conflictos, el crisis, lo que está fuera de lo común o los cataclismos constituyen una buena parte del paquete de las noticias (17)

Dentro del campo de la información a nivel mundial, las agencias transnacionales de noticias desempeñan un papel muy importante en la actividad periodística mundial. El mismo autor señala que

Uno de los casos de penetración cultural mas drásticos dentro de los países del tercer mundo es el papel que juegan estas agencias, las cuales consideran la noticia como una mercancía que se consume masivamente a diario y no como un bien social; entonces, la noticia como mercancía es incapaz de reflejar las realidades históricas, culturales y políticas que den real dimensión a los hechos. (18)

Las principales agencias internacionales en el mundo occidental son: United Press International UPI, estadounidense, Associated Press AP, también norteamericano, Latin Reuter, inglesa, Agencia France Press AFP, francesa, Agencia DPA, de Alemania Federal, Ansa, Italiana, y en la esfera socialista la Agencia de Prensa Soviética TASS.

En su libro "La Información en el Nuevo Orden Internacional", Juan Somavía asienta que para asegurar su expansión y crecimiento, las agencias norteamericanas en particular, con el apoyo de su gobierno, plantearon a fines de la década de los 40s la aplicación internacional del principio del "libre flujo de información" que en la práctica significa que las agencias determinen qué es lo que

(16) Carl N. Warren. Géneros Periodísticos, p. 55

(17) Juan Somavía et al. La información en el Nuevo Orden Internacional, p. 81

(18) Ibid., p. 31

debe considerarse como noticia. Se les ha reconocido el derecho a "seleccionar" de los eventos, aquéllos que deben transmitirse en el mundo. (19)

Estos criterios de selección no reflejan los intereses ni la realidad social concreta de los países del tercer mundo. Ello se manifiesta particularmente en relación con los acontecimientos que implican un cuestionamiento del status quo por parte de gobiernos o movimientos progresistas que buscan una modificación de las estructuras de dominación.

Ante el papel negativo que juega el sistema transnacional de comunicación en las sociedades del tercer mundo, los países subdesarrollados han propuesto algunas políticas que tienden a controlar su acción. o en otras palabras. que están encaminadas a crear un Nuevo Orden Informativo Internacional.

De esta manera, en la década de los años 60's. los países en desarrollo iniciaron los debates sobre un Nuevo Orden Económico Internacional en los cuales demandaban que las relaciones entre los países industrializados y el tercer mundo fueran más justas y equilibradas desde el punto de vista económico, político y cultural. Y fue precisamente en el seno de estos debates que los países en vías de desarrollo plantearon la necesidad de contar con medios propios de comunicación que constituyeran un factor de integración, instrumento de expresión y medio alternativo a los viejos flujos tradicionales.

(19) Ibid.

"En el terreno informativo, la creación de agencias nacionales facilitó su incorporación al debate mundial de las ideas. Con este tipo de cooperación Sur-Sur, se aseguraba que la voz y presencia de los países en desarrollo fueran conocidas y consideradas por los grandes auditorios de la tierra" (20).

Estas agencias nacionales se fijaron como objetivo proporcionar un servicio de noticias para revelar un punto de vista sobre el acontecer cotidiano nacional e internacional, que incorporara a la observación de los hechos, su interpretación de la historia y de la configuración de las relaciones internacionales. Lo anterior, en contraposición a la labor de las grandes empresas transnacionales de la información, ajustadas casi invariablemente en su política editorial a las perspectivas ideológicas de los países desarrollados.

Los países No Alineados han adoptado algunos acuerdos que se han traducido en la creación de algunas agencias nacionales de noticias y también de otras agencias regionales que funcionan con base a un intercambio de información entre los gobiernos de los países miembros. En 1976, en Nueva Delhi, los ministros de información de estos países crearon un "Pool" de agencias informativas, autofinanciadas por los países miembros y abierto a todas las agencias.

También es importante destacar la creación de ASIN, Acción de Sistemas Informativos Nacionales, en los inicios de la

(20) Proyecto Infonews-Notimex, p. 6

década de los 80's, integrada por 13 países de América Latina, de la cual forma parte México, a través de Notimex, así como el surgimiento de ALASEI, Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información, en el seno del Sistema Económico Latinoamericano (SELA).

México no se mantuvo al margen de este fenómeno y dejó de ser espectador del acontecer mundial, para participar activamente en el agitado escenario de los países en desarrollo, como actor y dueño de su destino.

El panorama informativo a nivel de los países en desarrollo influyó en la creación de Notimex, como instrumento de comunicación, con el cual

se buscaba contribuir a que se conociera, se decía, la verdadera imagen de México en el mundo y, aunque este proyecto era ambicioso, se pretendía ofrecer en lo interno una imagen del país, de sus avances y de sus problemas; en lo externo, además de divulgar la imagen que interesaba y representaba los intereses nacionales, se pretendía también expresar cotidiana y sistemáticamente los puntos de vista de México sobre el acontecer internacional. Nuestro país pretendía así, como otras naciones en desarrollo, incorporar su voz y su opinión en la toma de decisiones regionales y mundiales y precipitar la discusión de los problemas del desarrollo, tales como la dependencia, y las relaciones Norte-Sur, la transferencia de tecnología, los intercambios comerciales, etc. (21)

De esta manera surgió en 1969 Notimex, la cual con el slogan de "imagen de México en el Mundo", intentó penetrar en todos los medios. A decir del entonces director de la agencia, Licenciado Héctor Manuel Ezeta, Notimex nació tratando de ofrecer a los periódicos, estaciones de radio y de televisión de toda la República, una información completa sobre los eventos nacionales y mundiales y sobre todo, una interpretación de la realidad nacional adecuada a nuestros propios intereses. (22)

(21) Ibid.

(22) Conferencia pronunciada por el Lic. Héctor Manuel Ezeta, Director General de Notimex. s/f

En una conferencia que ofreció a los trabajadores de la agencia, Ezeta señaló que la creación de Notimex se hizo necesaria debido a que en el sistema de información del Estado se daba una serie de entrecruces de comunicación que determinaban básicamente incongruencias informativas, creadas o propiciadas por el medio de comunicación público, desperdicio de recursos que crearon en el impacto de la información pública una imagen distorsionada en mala calidad informativa o irregular y como consecuencia de lo mismo, baja credibilidad de la opinión pública hacia los medios de información estatales.

Dijo que esta misma dispersión en la coordinación de la información ha llevado a problemas en la dirección y orientación de la línea informativo y editorial, al desperdicio de recursos técnicos y financieros, así como a una debilidad en cuanto a la capacidad de captura y difusión de los medios públicos al extranjero.

Mencionó también que Notimex surgió como una alternativa de comunicación del Estado, ya que en ese entonces y ahora también éste ha tenido una gran dependencia informativa de los medios privados, además de que la voz del gobierno se tiene que expresar e interpretar a través de los mismos. En este sentido, destacó que el sistema de información nacional está constituido, en un 70 por ciento, por medios privados representados por una gran estructura de televisión privada llamada "Televisa", un grupo de periódicos integrado por

casi 200 medios de publicación regular en el país, alrededor de mil radiodifusoras a lo largo del territorio nacional, revistas de carácter político como Proceso, Siempre o Impacto, por citar algunas, así como la participación muy intensa de las grandes agencias transnacionales de noticias, cuyos recursos económicos y de comunicación son muy poderosos.

También cabe mencionar la penetración de medios informativos como periódicos o revistas como el New York Times y Newsweek, entre otras, así como la influencia directa de instrumentos como Cablevisión, los cuales, según Héctor M. Ezeta, inciden directamente en la concepción y conformación de pensamiento básicamente de la clase media, que en casi nada tiende a reflejar los problemas y necesidades que aquejan al pueblo mexicano.

Como sabemos, la información privada tiene una amplia cobertura y una elevada influencia, pero no atiende en realidad a las necesidades informativas de la población, tiene un carácter predominantemente centralista y presenta una imagen distorsionada de ciertos grupos sociales.

Pero ahora tratemos de describir brevemente cuál era la configuración económica, política y social de nuestro país en 1969, año en el que se dio el nacimiento de Notimex. Según datos del periódico Unomásuno, la economía nacional estaba conformada de la siguiente forma:

La población total del país era de 45 millones 995 mil habitantes, de los cuales el 46.7 por ciento se concentraba en áreas urbanas y el resto, 24 millones 390 mil, vivían en el campo. La población económicamente activa se ubicaba en 12.9 millones de personas, cantidad que representaba al 28.2 por ciento del total nacional. El Producto Interno Bruto por habitante era de 7 mil 404 pesos. El tipo de cambio del peso frente al dólar era de 12.50. La inflación, en el serenio de Gustavo Díaz Ordaz fue del orden de 8.5 por ciento y el crecimiento del índice nacional de precios al consumidor fue de 2.0 por ciento (23).

Pero recordemos también que fue un período muy importante para nuestro país sobre todo en lo que se refiere a su quehacer político y social pues en ese mismo año se suscitaron dos hechos muy importantes para la historia de México: el movimiento estudiantil y la celebración de los juegos olímpicos.

Con el movimiento del 68, que tuvo su punto de crisis en la matanza de Tlatelolco el dos de octubre, el pueblo mexicano vivió un hecho de gran trascendencia para su vida futura, pues fue un momento en el que participaron activamente diversos sectores de la sociedad que se oponían a la situación política imperante en ese momento y buscaban un régimen de democracia. Entre ellos destacaron, desde luego, los estudiantes, los maestros, grupos de intelectuales, de profesionistas de todas las áreas que querían hacer un México en el que imperara la justicia, la verdad y la libertad. Fue también un momento en el que el periodismo tuvo una gran oportunidad de brindar nuevas alternativas de comunicación, ya que fueron editadas numerosas publicaciones marginales, y cobraron auge los volantes, las pintas en las paredes y camiones, así como las mantas en las manifestaciones.

(23) UnoMásUno, Diario. México, D.F. 2 de octubre de 1988. p. 1

Sin embargo, Miguel Angel Granados Chapa, en su Columna "Plaza Dominical" del Periódico "La Jornada" del día 2 de octubre de 1988, señala que "si puede afirmarse en general que los medios de información han estado por debajo de los requerimientos de la sociedad, en fechas como aquella se advierte tal deficiencia de modo inequívoco" (24).

Refiriéndose a los sucesos del 2 de octubre del 68, Granados Chapa afirma que los periódicos de la época coadyuvaron a crear confusión y complicidad a favor del gobierno de Díaz Ordaz, responsable de la matanza de Tlatelolco. El autor de la columna, citando a Elena Poniatowska, hizo un recuento de los titulares de los diarios de la ciudad de México que presentaron dichos sucesos, llegando a la conclusión de que en todos ellos se daban los elementos básicos de la versión oficial de los acontecimientos, negando así al público una versión menos policiaca y más política de los hechos. Señala que el papel de la prensa fue tan importante, que su actuación explica por qué la sociedad no reaccionó más vivamente frente al gran crimen".

Para ese entonces, ya existía una agencia de noticias llamada Informex, que surgió en mayo de 1960 constituyendo la primera agencia informativa nacional, fundada por Alvaro Gálvez y Fuentes, conocido en la radio como "El Bachiller". "Esta agencia prestaba un limitado servicio a ciertos periódicos regionales, por lo que la comunicación del

(24) La Jornada. Diario. México, D.F. 2 de octubre de 1988. p. 4

quehacer nacional a los medios masivos del interior del país era fragmentada y escasa" (25).

Según Leopoldo Borrás, esta agencia de noticias contaba con poco personal pues sus recursos económicos eran limitados. La vida de Informex duró aproximadamente 25 años ya que en 1985 desapareció luego de una huelga que realizaron sus trabajadores por lo que dejó de ser un medio que competía con Notimex.

Por aquella época se empezó a publicar la revista Política, cuya línea editorial era de izquierda, a decir de Leopoldo Borrás, que aunque criticó las medidas internas del entonces presidente Adolfo López Mateos, simpatizó sin reservas con la nacionalización de la industria eléctrica. Sin embargo, en 1967, cuando el país era ya gobernado por el presidente Gustavo Díaz Ordaz, apareció en diciembre el último número de la revista tras una huelga de trabajadores en sus mismos talleres y la falta de papel (26).

En lo que se refiere a los medios Electrónicos, durante el régimen de López Mateos, se promulgó la Ley Federal de Radio y Televisión, el 19 de enero de 1960, mediante la cual se crea también el Consejo Nacional de Radio y Televisión para coordinar la emisión y el tiempo para difundir temas educativos, culturales y de orientación social.

Podemos ver que fue una época muy importante para el ejercicio de la radio y la televisión ya que el Estado

(25) Proyecto Infonews-Notimex, op. cit. p. 6

(26) Leopoldo Borrás. Historia del Periodismo Mexicano. p. 60

reconoce que le corresponde regular el cumplimiento de las finalidades de cultura y entretenimiento de los medios de comunicación. Con esta ley, el Estado manifestaba por primera vez su decisión de participar en la industria en forma reglamentada.

Un año más tarde apareció el primer número del periódico El Día, con un préstamo de Nacional Financiera, siendo sus fundadores Enrique Ramírez y Ramírez y Rodolfo "El Negro" Dorantes.

Pensamos que este diario, es de gran importancia para el periodismo mexicano de nuestros días, ya que en el manejo de su información trata de ser "imparcial" plasmando una gran diversidad de opiniones del acontecer político nacional, además de que el tratamiento de la información internacional es muy bueno en el sentido de que ofrece al lector un contexto general latinoamericano en el que ocurre la noticia a fin de que pueda comprender las causas de la situación que se esté dando a conocer. Asimismo, concede un espacio muy amplio a los problemas cotidianos que se suscitan en nuestra ciudad como la escasez de agua, la falta de vigilancia, la basura, etc.

"Por aquel entonces se transmiten también los noticieros de televisión "Diario Nescafé" y otro de Excelsior. El primero se convertiría después en "24 horas". bajo la dirección de Jacobo Zabłudowsky" (27).

Mientras tanto, la transmisión por radio y televisión de los informes presidenciales se habían convertido en un hecho común y a través de la radio el gobierno sostenía el programa llamado "La Hora Nacional", que continúa transmitiéndose hasta la fecha todos los domingos a las 22:00 horas en cadena a través de todas las radiodifusoras del país.

Moisés Ochoa Campos, en su libro "Reseña Histórica del Periodismo Mexicano", señala que en el año de 1967 "existían ya un total de dos mil 319 publicaciones periódicas, de las cuales 228 eran diarios, incluyendo 202 matutinos y 26 vespertinos, además de que aparecían 437 semanarios y mil 654 con diversa periodicidad" (28)

Agrega que "en ese mismo año, solamente las estaciones radiodifusoras, llegaban ya a la importante cifra de 528, de las cuales, 461 eran comerciales de banda normal, 16 comerciales de onda corta, 27 comerciales FM, 11 culturales de banda normal, diez culturales de onda corta y tres culturales FM" (29)

En lo que se refiere a la televisión,, el mismo autor señala en su obra que la televisión mexicana alcanzó en esa época un alto nivel de desarrollo, tanto en sus programas como en la amplitud del campo social que abarca. En 1966, dice, funcionaban en total 32 estaciones de televisión en el país, de las cuales 31 eran comerciales y una cultural. Dichas televisoras estaban ubicadas en las siguientes entidades de

(28) Moisés Ochoa Campos. Reseña Histórica del Periodismo Mexicano. p. 153

(29) *Ibid.* p. 166

la República: 6 en el Distrito Federal, 4 en el estado de Baja California, 1 en Coahuila, 1 en Colima, 3 en Chihuahua, 3 en Jalisco, 3 en Nuevo León, 1 en Puebla, 1 en Querétaro, 1 en Sinaloa, 3 en Sonora, 2 en Tamaulipas, 2 en Veracruz y 1 en Yucatán. En 1967, el número de las estaciones de televisión en el país, ascendió a 46 incluyendo tres repetidoras. De éstas, 45 eran comerciales y una cultural. El primer día de septiembre de 1968, inició sus transmisiones la estación televisora número 47, que usa el canal 13 y la concesión respectiva corresponde a la Corporación Mexicana de Radio y Televisión, S.A. (30)

Sin embargo, la mayor parte del territorio nacional no recibía todavía las señales de la televisión y la radio seguía siendo el mejor medio de comunicación.

En el año de 1968, el día dos de enero, se publicó el acuerdo del Secretario de Educación Pública declarando "incluida dentro del Sistema Educativo Nacional la enseñanza secundaria por televisión" (31)

En febrero del mismo año, nació la revista "Por qué?", bajo la dirección del periodista Mario R. Méndez, que

fue el único órgano periodístico de distribución comercial que publicó testimonios objetivos sobre la represión al movimiento estudiantil. La policía judicial decomisó varias ediciones de la revista, particularmente aquellas que mostraron con gran deslinde de fotografías la violenta reacción del gobierno contra las manifestaciones estudiantiles (32).

Como se puede observar, la vida de esta publicación fue muy corta debido a que su contenido revelaba un estado de cosas que no convenía que fueran motivo de difusión, por lo que

(30) Ibid. p. 167

(31) Revista Nueva Política, Vol. 1 Núm. 3 jul-sep. 1976 México, p. 228

(32) Raúl Trejo Delarbre, La Prensa Marginal, p. 64

las autoridades decidieron cerrarla, aunque lamentablemente, a través de hechos violentos.

El 10 de octubre de 1968 se inauguraron la Red Nacional de Microondas, la Torre Central de Telecomunicaciones, en el Distrito Federal y la estación terrena para comunicaciones vía satélite, en Tulancingo, Hidalgo, con lo cual, se constituyó la base de la ampliación de los servicios telefónicos de larga distancia, de radio-televisión y del desarrollo de la telefonía rural.

Asimismo, el 12 de octubre inició sus transmisiones el Canal 8 del grupo Monterrey, que después se fusionó con Telesistema Mexicano para formar la empresa Televisa. Ese mismo día se inauguraron en México los Juegos Olímpicos de 1968, cuya difusión estuvo a cargo de José Rogelio Álvarez.

En este contexto nació Notimex, agencia estatal de noticias, que empezaría a funcionar como medio de comunicación junto con Informex, alrededor de dos mil 319 publicaciones, cerca de 530 radiodifusoras y 47 estaciones de televisión, de las cuales una representa al canal 13 de Imevisión, según cifras manejadas por Moisés Ochoa Campos en la obra que citamos anteriormente. Este panorama nos muestra en qué medida los medios de comunicación colectiva eran y son en su mayoría propiedad de la iniciativa privada incidiendo definitivamente en su manejo económico, político e ideológico.

Notimex, organizada como una sociedad de participación estatal, es la agencia oficial del Estado. Su quehacer informativo está regido por la política de comunicación social delineada por el Estado, así como por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en sus artículos 6o. y 7o. que garantizan el respeto que el Estado tiene por la manifestación de las ideas y la libertad para publicar y escribir, lo mismo que la garantía que ésta otorga para que todos los mexicanos tengan derecho a estar bien informados.

Esta necesidad del Estado de disponer de un medio de comunicación, propio está reconocida en el Manual de Organización de Notimex:

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

Este objetivo se buscó alcanzar por medio de la actividad institucional de diversas dependencias gubernamentales, a las que se confió la responsabilidad de mantener informada a la población de los proyectos, propuestas y acciones asumidas por las autoridades, para dar cumplimiento al mandato popular.

Sin embargo, el auge y diversificación de los medios de comunicación en el país, así como la creciente influencia en sus informaciones de las agencias internacionales de noticias, provocaron la necesidad de crear un instrumento del Estado para divulgar los grandes objetivos del proyecto nacional e ilustrar cotidianamente a la opinión pública acerca del punto de vista mexicano sobre los hechos nacionales e internacionales relevantes para los intereses de la sociedad. El marco de participación del nuevo organismo estaría delimitado por el régimen de economía mixta establecido por la Constitución y el carácter plural de nuestro Estado democrático.

Para cumplir con esta finalidad, en agosto de 1968 fue constituida la Agencia Mexicana de Noticias Notimex, S.A. de C.V., con un capital social de cinco millones de pesos.

Los estatutos de la Agencia establecieron como sus propósitos básicos todas las actividades relacionadas con la captura, procesamiento, producción y difusión de noticias a través de medios impresos y electrónicos así como publicación y distribución de libros. (Estatutos constitutivos de Notimex, Notaría No. 37 del D.F., acta No. 398431. (33))

(33) Notimex, Agencia Mexicana de Noticias. Manual de Organización. Nov. de 1985. pp. 2-3

Asimismo, los lineamientos jurídicos que enmarcan la normatividad de Notimex están establecidos en el "Decreto de reformas y adiciones a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. D.O. 29/Dic/1982. En él se señalan las atribuciones que por ley corresponden a la Secretaría de Gobernación, y, especialmente, la que se refieren a su marco de competencia en materia de comunicación social y medios de información. A partir de estas atribuciones, y en ejercicio de sus facultades de coordinación, la Secretaría de Gobernación responsabilizó a Notimex a formular un programa de trabajo encaminado a colocarla en una situación profesional y tecnológica apropiada para actuar en lo interno e internacional, como la agencia nacional de información y el instrumento apropiado del Estado para fungir como su vocero autorizado. Asimismo, para suministrar noticias al sistema gubernamental de comunicación (34).

Estos lineamientos quedan bien claros dentro del apartado de "Atribuciones" del mismo manual de organización:

Notimex, por su carácter, ámbito de competencia y marco de regulación, tiene dos atribuciones básicas:

A. Informar a nivel nacional e internacional, con la óptica del Estado Mexicano, de los hechos relevantes para nuestra sociedad de acuerdo con los principios, políticas y programas que en materia de comunicación social señala el Plan Nacional de Desarrollo.

B. Actuar como el instrumento de la Secretaría de Gobernación para contribuir a la coordinación de la información gubernamental, fortaleciendo su congruencia editorial y elevando su calidad y capacidad informativa.

Sus atribuciones son realizadas en tres ámbitos estructurales de acción: A nivel nacional, internacional y gubernamental. (35)

Después de revisar estas ideas podríamos entender un poco

(34) Ibid. pp. 5-6

(35) Ibid. p. 6

mejor cuál es la esencia del trabajo diario de Notimex, sus antecedentes, y sobre qué bases se fundamentan sus objetivos.

Atendiendo a las causas y necesidades que obligaron a la creación de Notimex como instrumento de comunicación del Estado mexicano y concretamente, como agencia nacional de información, se fijaron los siguientes objetivos generales:

1. Constituirse en una auténtica, eficiente y representativa agencia nacional de información, capaz de captar y difundir oportunamente la información relevante que se genera en el país y ser conducto para expresar en lo interno y al exterior la posición del Estado mexicano, proveyendo un clima de confianza y seguridad sobre México a nivel nacional e internacional (36)

Efectivamente, Notimex es la única agencia informativa nacional que existe en el país, pues como ya hemos mencionado en algunos párrafos anteriores, es el instrumento de información que representa los intereses del Estado Mexicano. Sin embargo, entre las limitantes a este objetivo puede mencionarse el aspecto presupuestario generado por la crisis económica y los recortes al financiamiento de programas que, en general, han afectado a los medios de comunicación del Estado.

No obstante la automatización de la agencia lograda a partir de 1983, su capacidad instalada trabaja tal vez a un 50 por ciento, de tal suerte que su eficiencia es relativa y su potencialidad sub-utilizada, debido precisamente al problema señalado en el párrafo anterior.

(36) Ibid. p. 8

La computarización y el uso que Notimex hace del satélite Morelos para sus transmisiones, han representado ventajas para la agencia, pero el uso de los tiempos y los altos costos de transmisión y recepción, han impedido un desarrollo más amplio de la misma.

"2. Contribuir con sus acciones a fortalecer la soberanía informativa del Estado mexicano y a reducir la dependencia informativa del Gobierno con respecto a órganos informativos privados tanto nacionales como extranjeros." (37)

Podríamos decir que este objetivo todavía no puede cumplirse del todo porque aún notimex depende de otros órganos informativos de carácter trasnacional, para nutrirse de información. Un caso clarísimo lo constituyen las agencias trasnacionales de noticias que ofrecen sus servicios a la agencia. Ellas son: AFP, DPA, UPI, y otras como son Inter Press Service (IPS), Latin Reuter, Tass, Prensa Latina, Tangu (Yugoslavia), entre otras, debido a que Notimex no tiene la capacidad económica para sostener corresponsales extranjeros en todo el mundo. Sin embargo, Notimex sí ha contribuido en su labor de reforzamiento a las posiciones del Estado mexicano al difundir opiniones, puntos de vista, y otras formas de expresión, lo mismo de funcionarios federales y estatales, que las tareas relativas al funcionamiento de las dependencias del sector público.

"3. Garantizar que el principio constitucional del derecho a la información se realice plenamente." (38)

(37) Ibid.

(38) Ibid.

Aquí cabe recordar que en el año de 1977, durante el gobierno del Presidente José López Portillo, se formuló una iniciativa de reforma a 17 artículos de la Constitución Mexicana, entre ellos el 6o. el cual sufrió un agregado que señala: "El derecho a la información será garantizado por el Estado". En dicha iniciativa se argumentaba que la modificación era necesaria para "garantizar en forma equitativa a los partidos políticos nacionales la disposición de los medios que les permitan difundir con amplitud sus principios, tesis y programas". (39)

Asimismo afirmaba que el propósito era

dar vigencia en forma más efectiva al derecho a la información que, mediante esta iniciativa, se incorpora al Artículo 6o. , que será básico para el mejoramiento de una conciencia ciudadana y contribuirá a que ésta sea más enterada, vigorosa y analítica, lo cual es esencial para el progreso de nuestra sociedad. Siendo los partidos políticos entidades fundamentales en la acción ideológica y política, el ejercicio de su derecho a difundir sus ideas en los medios de comunicación social se traducirá en el mayor respeto al pluralismo ideológico y cobrará pinitud la libertad de expresión y su correlativo derecho a la información. (40)

Si retomamos los postulados de lo que significa el derecho a la información, así como fue concebido por sus creadores, por lo menos en lo que toca a Notimex éstos no se llevan a la práctica. Por ejemplo, en los meses de fines de 1987 y la primera mitad de 1988, durante los cuales los candidatos de los partidos políticos de oposición efectuaron su campaña para las elecciones presidenciales de 1988, Notimex difundía de manera muy simple los actos, declaraciones o actividades de estas entidades políticas. Contrariamente, todo lo concerniente a la campaña del PRI era ampliamente tratado por la agencia, a veces cayendo en la exageración, dando

(39) Leopoldo Borrás, op. cit. p. 80
 (40) Ibid.

revuelo a las actividades y pronunciamientos formulados por el candidato del partido oficial.

"4. Dar prioridad a los esfuerzos del Estado por preservar la identidad y la cultura propia, dando participación y voz a todas las manifestaciones y expresiones culturales de los distintos grupos de la población, promoviendo el idioma, las costumbres y hábitos a fin de impedir la distorsión y deformación de los valores nacionales". (41)

Notimex permite a través de sus diversos servicios la difusión de ingredientes culturales que enriquecen la identidad nacional, a través del trabajo de reporteros, editorialistas, coordinadores y directivos, debido a la amplitud de la cobertura que se hace de este tipo de manifestaciones. Festivales como el Cervantino, en Guanajuato, y eventos de diverso tipo en otras entidades de la República, como las fiestas de octubre en Guadalajara, por citar algunos ejemplos, forman parte de los programas informativos de la agencia, al igual que la difusión de eventos cotidianos que ocurren en la capital del país, cuya vida cultural es intensa tal como corresponde a una urbe de su importancia.

"5. Apoyar las tesis doctrinarias del Gobierno del Presidente de la República". (42)

(41) Notimex, Manual de Organización, op. cit., p. 8

(42) Ibid

"6. Traducir en contenidos y estrategias informativas las líneas políticas del Gobierno y apoyar el Plan Nacional de Desarrollo". (43)

En cuanto a los puntos 5 y 6. Notimex está obligada a respaldar las propuestas del Gobierno de la República y difunde, por todos sus servicios, los lineamientos y propósitos establecidos en los diversos planes elaborados desde 1982.

"7. Coordinar todos los medios e instrumentos de comunicación social del Gobierno en materia informativa, para asegurar que la información que transmitan dichos medios obedezca a una política y orientación definidas, manteniendo la congruencia de los contenidos informativos y editoriales que transmitan los medios de comunicación del Gobierno". (44)

El licenciado Luis Alberto García Aguirre, director de la coordinación internacional y corresponsal en Brasil y Francia, dijo en una entrevista* que este objetivo no es cumplido cabalmente ya que Notimex en la práctica, es solamente uno de los instrumentos de comunicación social del Estado. De hecho, agrega, la dirección de comunicación social de la Presidencia de la República y la subsecretaría de gobernación, encargada del ramo informativo, son virtuales secretarías de Estado que marcan las pautas a seguir para los medios oficiales, entre ellos Notimex, el IMER, RTC, canal 11, IMEVISION y Radio Educación.

(43) Ibid.

(44) Ibid, p. 9

* Entrevista con el Lic. Luis Alberto García Aguirre. 5/nov/1988

"8. Reducir la dependencia de la Agencia respecto de los recursos fiscales, incrementando sus ingresos propios a través de una comercialización ágil y eficiente de sus productos y servicios". (45)

Según diversas opiniones de periodistas que trabajan en las diferentes áreas de Notimex, como en el caso de Francisco Moreno y Laura Alba Gamero, redactores de la Dirección de Radio y Televisión, la comercialización de los productos informativos que se generan en la agencia no es la adecuada debido a una deficiente promoción de los mismos. Esto se debe, afirman, a que el personal encargado de esta tarea no está capacitado para realizarla, ya que carecen de los conocimientos mínimos necesarios sobre el campo periodístico. Por el contrario, Luis A. García Aguirre, a quien ya mencionamos con anterioridad, afirma que la Agencia realiza esfuerzos de autofinanciamiento a través de la venta de servicios, fundamentalmente a suscriptores de medios privados y del propio Estado. Tiene además una Dirección de Comercialización que negocia la venta de publicidad política, como normalmente lo hacen otros medios. Dijo que sin embargo, son los reporteros quienes ingresan las cantidades por el mismo concepto, que hacen posible el sostenimiento de la agencia.

"9. Ser el instrumento para prevenir y contrarrestar los rumores y las distorsiones informativas sobre la realidad

(45) Ibid.

nacional, a fin de robustecer la confianza y la solidaridad". (46)

"10. Responder a las necesidades informativas de la población en general, así como captar y satisfacer las distintas necesidades informativas de la sociedad con respecto a las decisiones del Estado en los renglones económico, político y social". (47)

La respuesta de Notimex a los requerimientos informativos para una población creciente y ávida de informaciones reales, ha sido vasta en proporción a los distintos servicios que ofrece. Este factor se ve reflejado en la difusión de materiales del más diverso orden, entre otras, la síntesis informativa de radio, que se transmite en tres horarios durante el día, a través de 29 estaciones de radio enlazadas en la República Mexicana. Lo mismo puede decirse respecto a los otros servicios, aunque sería deseable que se incrementara la capacidad informativa general de la agencia.

"11. Aumentar la cobertura y penetración de la información del Gobierno". (48)

Ante el avance tecnológico Notimex se ha preocupado por alcanzar un buen nivel de penetración y credibilidad, a través de su coordinación de Servicios Especiales, Servicio Editorial Sindicado, SICEM, y otros que dan posibilidad para la toma de decisiones en los niveles federal y estatal.

(46) Ibid.

(47) Ibid.

(48) Ibid.

"12. Contribuir a elevar la calidad de la información de Gobierno, logrando que ésta sea veraz, oportuna, balanceada suficientemente, de alcance nacional e internacional". (49)

Según el periodista Luis A. García Aguirre, en el plano internacional se han seguido las pautas de la política exterior mexicana, y se ha trabajado en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores, para ofrecer una síntesis informativa dirigida a los embajadores mediante el uso de un "hilo exterior" que también trabaja en coordinación con ASIN y el Pool de agencias de los países No Alineados.

"13. Orientar su información al apoyo de todos los esfuerzos para descentralizar la vida nacional, y promover la creación y el desarrollo de circuitos regionales de información". (50)

Para lograr la orientación informativa del sector oficial sería necesario replantear el sistema de comunicación social del gobierno de México, puesto que, como se ha manejado tradicionalmente, no ha tenido la efectividad debida, porque ha obligado a centralizar toda la información y aquí se trata de lo contrario, es decir, la promoción de unidades informativas autónomas.

"14. Vincular en lo informativo a los estados de la República para atender sus necesidades de expresión y

(49) Ibid.

(50) Ibid.

lograr, dentro de la concepción federalista, una visión informativa global". (51)

El Sistema Informativo de Comunicación para Estados y Municipios (SICEM), tiene como propósito ofrecer materiales que incluso pueden servir para la toma de decisiones en el plano estatal, lo cual conforma una visión integral de lo que Notimex pretende como objetivo final: expresar los puntos de vista del Estado mexicano para lograr la integración de sus propuestas y una concepción real de las necesidades que se demandan en ese rubro.

(51) Ibid. p. 10

B. ESTRUCTURA DE ORGANIZACION DE NOTIMEX.

En este subcapítulo estudiaremos de manera general cuál es la estructura organizacional de Notimex, entendiendo como organización una función básica del proceso administrativo que consiste en crear la estructura más adecuada para realizar el bien común de una empresa o institución, mediante el esfuerzo coordinado de un grupo de personas (52)

La administración es un proceso que se auxilia de reglas, técnicas e instrumentos con los cuales el hombre trata de introducir orden y aplicar dirección y control adecuados en las diversas instituciones de la sociedad para lograr determinados objetivos, incluyendo en éste el bien común.

Sisto Velazco Eugenio, en su libro "La Administración, base fundamental en el Desarrollo de la Empresa", define a la administración como el "conjunto sistemático de reglas para llevar, con la máxima eficiencia, un organismo social a la realización de sus objetivos". (53)

La estructura es considerada por algunos autores como el producto de las relaciones de los individuos dentro de una institución. La interrelación se da entre los individuos que dentro de instituciones pueden desempeñar roles los unos con los otros con cierta regularidad. (54)

Para Joaquín Reyes Morfín, organizar implica "establecer una estructura adecuada, mediante distribución de trabajo y autoridad, lo que da origen a relaciones y obligaciones que

(52) Agustín Reyes Ponce. Administración de Empresas. p. 19

(53) Eugenio Sisto Velazco. La Administración, Base Fundamental en el Desarrollo de la Empresa. p. 10

(54) José A. Paoli. op. cit. p. 32

permitan el desempeño de los trabajos en forma eficiente para lograr los objetivos previstos. (55)

La organización comprende la fijación de autoridades y responsabilidades de los funcionarios y empleados, así como la estructuración de los procedimientos, de operación, de tal manera de lograr la máxima eficiencia en el desempeño.

La organización se ha considerado como el elemento más técnico y a la vez el más utilizado por los administradores; se trata en ella de determinar, mediante la aplicación de principios, reglas e instrumentos, la estructura sobre la que toda la administración se mueve y actúa. Todos los mecanismos de la administración, se mueven alrededor de la estructura de la organización de una empresa (56)

De esta manera, como lo señalan algunos teóricos de la administración, la estructura de una organización está determinada por los fines que se persiguen, tanto de tipo general como los referentes a las actividades que desarrolla la empresa.

Notimex es una empresa periodística que ofrece y vende servicios informativos (los cuales describiremos más adelante). Si observamos detenidamente el organograma de la Agencia, nos podremos dar una idea más o menos general de su estructura orgánica. Y digo más o menos general porque la L.A. Laura Moreno, empleada de la Contraloría Interna de Notimex, informó en una entrevista (57) que la Agencia sufre constantemente cambios en su administración, por lo que la carta o gráfica de organización que se presenta en este trabajo no obedece a la realidad en toda la extensión de la palabra, aunque sí la que más se acerca a la verdad.

(55) Joaquín Gómez Morfín. La Administración Moderna y los Sistemas de Información. p. 71

(56) Agustín Reyes Ponce. op. cit. p. 212

(57) Entrevista con la Lic. Laura Moreno. 20/jun/1988

El sistema de organización empleado en Notimex es el Lineal-Staff, pues se puede observar que se conserva la autoridad y responsabilidad íntegramente transmitida a través de un solo jefe para cada función.

Sin embargo, esta autoridad de línea recibe asesoramiento, como en el caso de la Contraloría Interna de Notimex, que otorga asesorías a cada departamento. La L.A. Laura Moreno nos informó que esta dependencia recibe directamente instrucciones de la Secretaría de la contraloría, a la cual le reporta sobre las tareas que se realizan en Notimex. Sin embargo, la agencia es la que cubre los salarios de este personal.

El organograma de Notimex es de tipo vertical*, lo cual nos permite percibir cuáles son los niveles jerárquicos de la empresa, así como cuáles son los puestos que se subordinan a otros. Estos aspectos están representados tanto por los cuadros en los que se representan, como por las líneas que los ligan entre sí, y que significan los canales formales de comunicación, así como la responsabilidad y autoridad a través de las cadenas de mando y tramos de control.

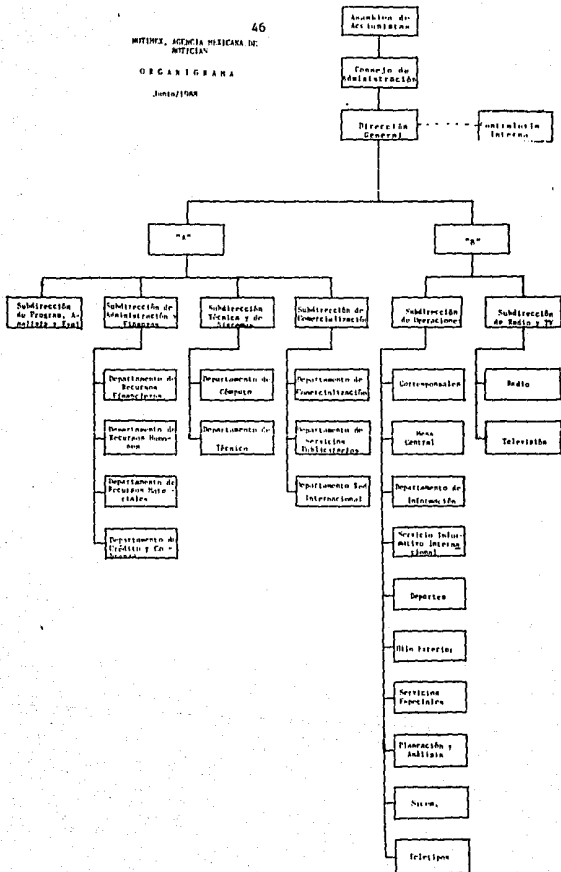
El crecimiento administrativo de la agencia ha sido de tipo vertical, debido a que se han incrementado las funciones y los niveles jerárquicos en función de las actividades que actualmente se desarrollan en la agencia. De esta forma existen seis niveles jerárquicos que son los siguientes:

* Vid Supra.

MITIMEX, AGENCIA MEXICANA DE
INFORMACIÓN

ORGANIGRAMA

Junta/ISAR



1. Asamblea de Accionistas
2. Consejo de Administración
3. Dirección General
4. Direcciones A y B
5. Subdirecciones
6. Departamentos

El Lic. Rodrigo Castro, Jefe del Departamento de Programación de Notimex, nos informó en una plática que la Asamblea de accionistas consta de 745 mil 200 acciones, de las cuales 745 mil 24 son a favor del Secretario de Gobernación, 44 corresponden al Director General de Productora e Importadora de Papel, S.A. (PIPSA), 44 al Director General del Instituto Mexicano de Televisión, 44 al Director General del Instituto Mexicano de la Radio y otras 44 al Director General del periódico "El Nacional" (58).

Añadió que el Consejo de Administración de Notimex está integrado por las siguientes dependencias:

Secretaría de Gobernación

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

Secretaría de Relaciones Exteriores

Secretaría de Educación Pública

Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Secretaría de la Contraloría, a través de un comisario

Secretaría de programación y Presupuesto

(58) Entrevista con el Lic. Rodrigo Castro, Jefe del Depto de Programación de Notimex. 25/jun/1988

Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

Si observamos el organigrama, vemos que la línea básica de autoridad que desciende del Consejo de Administración confiere a la Dirección General, la responsabilidad para que lleve a cabo todas las funciones encomendadas a la agencia, como vocero oficial del gobierno mexicano.

Entre las funciones más importantes de la Dirección General de Notimex destacan las siguientes :

-Proponer la política de coordinación y congruencia informativa del Gobierno Federal tendiente a establecer una dirección y orientación de la información pública y optimizar la utilización de los recursos de comunicación pública.

-Orientar, dirigir, coordinar y supervisar la elaboración y ejecución de los planes y programas de la Agencia, de acuerdo con los lineamientos establecidos por las dependencias competentes en la materia, con los señalamientos de la coordinación sectorial y con los postulados del Plan Nacional de Desarrollo.

-Orientar, dirigir, coordinar y supervisar los procesos operativos de la Agencia: producción, información y desarrollo técnico y tecnológico, para garantizar que se constituyan en eje de la acción de Notimex a través de una operación eficiente y eficaz.

-Orientar, dirigir, coordinar y supervisar las labores de programación y el diseño de ejecución de los programas de comunicación institucional y comercialización de tal forma que estos apoyen sistemáticamente el logro de los objetivos y metas de las áreas operativas de la Agencia.

-Orientar, dirigir, coordinar y supervisar la elaboración y ejecución de los programas de apoyo de la agencia en los aspectos técnicos, de administración y de desarrollo de recursos humanos, a fin de garantizar que estas labores incidan favorablemente en el logro de los objetivos sustantivos de Notimex.

-Designar y nombrar al personal que integra las distintas áreas de la agencia, de acuerdo con los perfiles que demanda cada puesto a la luz de los objetivos y metas de cada área. Asimismo, autorizar, en su caso, los nombramientos, contrataciones y ascensos del personal a propuesta de las diversas áreas que integran la agencia. (59)

Estas serían las funciones sustantivas de la Dirección General, ya que por un lado, preve todas las actividades administrativas sin las cuales no podría marchar una empresa, además de todas las tareas esenciales relativas al quehacer periodístico de Notimex.

Para poder cumplir cabalmente con estas funciones, la Dirección General ha delegado su autoridad y responsabilidad a otras dependencias, que son las Direcciones A y B, y que en el organigrama se localizan en el cuarto nivel jerárquico. Con ésto la Dirección General ha establecido un tramo de control sobre ambas dependencias, el cual las mantiene entrelazadas por medio de relaciones de autoridad y trabajan en forma coordinada e interdependiente.

La Dirección A, es la que asumirá el trabajo relativo a toda el área administrativa de la Agencia, la cual comprende los siguientes aspectos: finanzas, personal, comercialización, mantenimiento, según lo enuncian las funciones que le han sido conferidas:

-Atender con prontitud y eficacia las instrucciones de la Dirección General en relación con las áreas de su competencia: programación, comunicación institucional y comercialización, sin excepción de otras que le fueran encomendadas

-Orientar, coordinar y asesorar a las áreas bajo su competencia en la ejecución de sus programas y actividades y de las diversas tareas que le sean encomendadas

-Coordinar la elaboración y establecimiento de las normas para el diseño e implantación del sistema de programación de Notimex, considerando los lineamientos operativos y metodológicos que establecen las dependencias globalizadoras y la dependencia coordinadora del sector en esta materia, e incorporar y normar los procesos de programación, presupuestación, ejecución, control, seguimiento y evaluación de las actividades de cada una de las áreas que integran la agencia.

-Coordinar el establecimiento de un sistema de control de gestión y seguimiento de las actividades programáticas de la agencia, a fin de estar en posibilidad de informar de manera permanente a la Dirección General acerca de los avances físicos y financieros que registran las distintas áreas en el desempeño de sus programas

-Coordinar el desarrollo de sistemas en los aspectos organizacional, de normas y procedimientos, en apoyo a las labores de la agencia en general y en las distintas áreas que la integran.

-Coordinar el diseño y ejecución del programa de comercialización de la agencia, de tal forma que constituya un enlace permanente de Notimex con el mercado informativo y que permita la canalización y comercialización sistemática de los productos y servicios informativos de la agencia. (60)

Por su parte, la Dirección B, es la responsable de cumplir todas las actividades que se llevan a cabo en el área informativa de la Agencia y que enunciamos a continuación:

- Atender las instrucciones de la Dirección General en relación con las áreas de su competencia: información, producción y desarrollo técnico y tecnológico.

-Coordinar y supervisar que los sistemas de captura, procesamiento y difusión de información, respondan a las necesidades y demandas informativas del Gobierno, la población y el ámbito internacional. Asimismo, coordinar la aplicación sistemática de la política editorial e informativa de la agencia, a todos los productos y servicios informativos, a fin de lograr una congruencia informativa entre todos sus productos.

-Coordinar la producción de información y noticias de la agencia, estableciendo los canales de salida idóneos de acuerdo con las estrategias de medios establecidos por el área respectiva

-Coordinar el diseño y operación de los programas de información internacional, tanto en sus aspectos de captura, como en lo relativo a su procesamiento y difusión

-Coordinar el establecimiento de sistemas de intercambio de información y servicios con agencias del extranjero a fin de ampliar su cobertura en cuanto a captura y difusión de información

-Coordinar el establecimiento de un sistema de corresponsales y reporteros que constituya una fuente propia de captura de información en todos los ámbitos de acción de la agencia

-Diseñar un sistema de bancos de información que permita contextualizar y dotar de un marco de referencia a las distintas informaciones que se generen, de acuerdo a los lineamientos de la política editorial de la agencia.

-Mantener una constante coordinación con las áreas de programación, comunicación institucional y comercialización, a fin de detectar las necesidades informativas de los clientes reales y potenciales de la agencia e instrumentar la satisfacción de dichas necesidades y, en su caso, diseñar y elaborar nuevos productos o servicios informativos y vigilar su calidad (61)

(60) Ibid. pp. 29-30

(61) Ibid. pp. 50-52

Ahora bien, en función de la capacidad humana, en el tiempo y principalmente en razón del volumen de trabajo que ambas dependencias tienen a su cargo, es necesaria la distribución del trabajo y aprovechar las ventajas de la especialización, por lo que han delegado sus funciones en otras unidades de administración que son las subdirecciones y que en el organigrama ocupan el quinto nivel jerárquico.

La delegación de funciones se hace a través del tramo de control, que es una línea que determina el grado de autoridad y responsabilidad que se le confiere a cada unidad de trabajo.

Así vemos que las funciones de la Dirección A se reparten a través de un tramo de control, entre la subdirección de Programación, análisis y evaluación; subdirección de administración y finanzas; subdirección técnica y de sistemas y; subdirección de comercialización. Estas dependencias tienen el mismo nivel jerárquico y por el grado de importancia que tienen las funciones que realizan, se mantienen comunicadas entre sí a través del tramo de control del que hablábamos en líneas anteriores. Con esto se cumple el principio de especialización, que señala que

cuanto más se divide el trabajo, se obtiene mayor eficiencia, precisión y destreza. Agustín Reyes Ponce dice que debe advertirse que la división del trabajo no es sino el medio para obtener una mayor especialización y con ella, mayor precisión, profundidad de conocimientos, destreza y perfección en cada una de las personas dedicadas a cada función (62).

Las subdirecciones, a su vez, han distribuido el trabajo en sus respectivos departamentos, delegándoles autoridad y

responsabilidad para desempeñarlo. Estos ocupan el sexto nivel jerárquico en la agencia.

La subdirección de administración y finanzas tiene bajo su control los siguientes departamentos: de recursos financieros, de recursos humanos, de recursos materiales y de crédito y cobranzas.

La subdirección técnica y de sistemas supervisa al departamento de cómputo y al departamento técnico.

Por su parte, la subdirección de comercialización realiza sus actividades a través del departamento de comercialización, del de servicios publicitarios y del departamento red internacional.

Lo mismo ocurre con la Dirección B, cuyas funciones las realiza a través de la subdirección de operaciones y de la subdirección de radio y televisión relativas a las tareas informativas de la agencia.

En lo que concierne a la subdirección de operaciones, sus funciones son las siguientes:

- Diseñar y ejecutar las estrategias operativas de captura, procesamiento y difusión de información de acuerdo con los lineamientos, orientación y dirección de la política editorial e informativa de la Agencia.

- Establecer las normas y criterios que deberán aplicarse a los procesos de captura, procesamiento y difusión de información nacional e internacional, a fin de garantizar la coordinación y congruencia informativa.

- Captar, procesar y difundir toda información relevante que se genere en los ámbitos gubernamental, nacional e internacional, contextualizando mediante personal especializado el material noticioso e informativo capturado.

-Captar, procesar y difundir, en forma sistemática, la información relativa a los alcances y logros del Plan Nacional de Desarrollo, de los planes sectoriales y estatales, así como de las tesis doctrinarias del Ejecutivo.

-Integrar y supervisar la red de reporteros y corresponsales de la Agencia, de acuerdo con los propósitos de cobertura geográfica y temática que señala la política editorial e informativa, con las necesidades y demandas informativas del Gobierno, la población y el ámbito internacional y con los requerimientos que plantea la clarificación de la posición del Estado en torno a fenómenos estructurales y coyunturales.

-Operar un sistema de bancos de información que permita contextualizar y dotar de un marco de referencia a las distintas informaciones que se generen.

-Registrar, revisar, valorar, jerarquizar y clasificar todo el material informativo de difusión que canaliza la Agencia en función de su importancia noticiosa y/o informativa.

-Participar en el establecimiento del mecanismo de intercambio de servicios y productos informativos con otras agencias de noticias.

-Detectar, sistemáticamente, campañas y/o mensajes que requieran respuestas autorizadas u oportunas, así como también analizar el panorama informativo nacional e internacional para detectar situaciones que requieran acciones conjuntas de los diversos sectores que integran el área de información como respuesta.

-Evaluar cuantitativa y cualitativamente, en coordinación con el área de Programación, el producto de las labores del área de información, en un estrecho apego a las normas, políticas e intereses de la agencia.

-Establecer los mecanismos que hagan eficiente la salida del material informativo elaborado, a través de los distintos canales con que cuenta la Agencia.

-Mantener una estructura de organización y operación suficientemente flexible para permitir la incorporación de nuevos sistemas tecnológicos, operativos, organizacionales y de otra índole en coordinación con las distintas áreas de la Agencia (63).

Estas funciones, que sustancialmente determinan el trabajo periodístico que se realiza en la Agencia, son llevadas a cabo por los departamentos que controla la subdirección de operaciones. Estos son:

Corresponsales

Mesa Central

Departamento de información

Servicio Informativo Internacional

Deportes

Hilo exterior

Servicios especiales

Planeación y análisis

Sistema de información y comunicación para Estados y Municipios

Teletipos.

Como vemos, en la subdirección de operaciones es en donde recae en un 90 por ciento las actividades periodísticas de Notimex, que se realizan a través de 11 departamentos. Desde el punto de vista administrativo, esto conlleva un riesgo pues aquí se da el fenómeno de aumentar lo que se llama "la amplitud de control" o "tramo de control", pues se origina recargo de trabajo en el subdirector de operaciones debido a que tiene que supervisar las tareas de cada uno de estos departamentos y esto puede conllevar a la ineficiencia en la supervisión, retardo en la resolución de los problemas y en la toma de decisiones, etc.

En lo que se refiere a la subdirección de radio y televisión, éstas son sus funciones:

-Acordar con el C. Director "B" sobre todos los asuntos relacionados con la producción de radio, televisión, notifono, audiovisuales, diseño gráfico e inresos.

-Coordinar y supervisar la operación y la asignación de trabajos de cada una de las áreas de producción, implantando los sistemas de control, normas y procedimientos necesarios para mejorar el nivel de calidad y profesionalismo de sus productos y servicios.

-Proponer a la Subdirección de Administración, previa autorización de la Dirección "B", la contratación de servicios, personal de planta y/o eventual, así como las adquisiciones de equipo requeridas para su desempeño.

-Adaptar los diferentes productos informativos de acuerdo con las necesidades de los diversos públicos en los ámbitos nacional e internacional.

-Establecer sistemas de comunicación y coordinación con las distintas áreas de la Agencia para la programación, captura, procesamiento, producción y difusión del material en lo relativo a radio, televisión, notifono, audiovisuales y servicios internos.

-Informar periódicamente a la superioridad del resultado de sus actividades, conforme a las políticas establecidas (64).

Las tareas relativas a los servicios arriba mencionados se realizan a través de los departamentos de radio y de televisión. En el siguiente subcapítulo veremos con más detenimiento en qué consisten los productos informativos que elaboran ambos departamentos.

Como podemos ver nuevamente, las unidades de administración no actúan de manera autónoma, sino trabajan en forma coordinada y en constante comunicación para la toma de decisiones tanto en materia administrativa como en el campo de la información.

En el sistema de organización de Notimex se dá cumplimiento a lo señalado por el "principio del equilibrio de autoridad-responsabilidad" del que habla Reyes Ponce. Esto es porque en los seis niveles jerárquicos de la agencia se ha definido el grado de responsabilidad que corresponde al jefe de cada uno de estos niveles, estableciéndose al mismo tiempo la autoridad correspondiente a aquélla.

(64) Ibid. p. 61

C. SERVICIOS QUE OFRECE Y COBERTURA.

Notimex, Agencia Mexicana de Noticias, ofrece una gran variedad de servicios informativos a sus suscriptores, que comprenden noticias para prensa, radio y televisión, así como reportajes, entrevistas y editoriales para estos medios de comunicación.

Los servicios que ofrece Notimex son los siguientes:

- Servicio Informativo Nacional
- Servicio Informativo Internacional
- Servicio Editorial Sindicado
- Servicio de Publicidad
- Servicio de Televisión
- Servicio de Radio.
- Servicio de Notifono.
- Sistema de comunicación para Estados y Municipios.

SERVICIO INFORMATIVO NACIONAL: Este es un servicio informativo completo, a través del cual el suscriptor recibe diariamente, de las 5:00 a las 24:00 horas, un promedio de 180 notas informativas nacionales e internacionales, sobre los acontecimientos más relevantes captados por sus reporteros y corresponsales en México y en el Extranjero. La información transmitida cubre aspectos políticos, económicos, culturales y deportivos, e incluye, además, artículos editoriales, servicios especiales y reportajes, así como análisis financieros, cotizaciones, y un panorama

de las primeras planas de los principales periódicos de circulación nacional.

Esta información se enriquece con las aportaciones noticias de las siguientes agencias internacionales: AFP, DPA, LATIN REUTER, PL, IPS.

Este servicio tiene un costo de 310 mil 500 pesos mensuales*.

SERVICIO INFORMATIVO INTERNACIONAL. Consiste en una transmisión diaria de aproximadamente 150 notas informativas, en español, sobre los acontecimientos más relevantes de México y el resto del mundo, captados por los reporteros y corresponsales de Notimex en el lugar de los hechos.

Esta información comprende un panorama diario de la prensa de la ciudad de México, en las primeras horas de la mañana, panorama nacional que incluye aspectos políticos, económicos, artículos editoriales, servicios especiales y reportajes, así como una sección cultural, deportiva y de espectáculos, análisis financieros y cotizaciones.

Este servicio informativo para el exterior se difunde a través del Sistema Satélite Morelos de las 7:00 a.m. a las 11:00 p.m. (hora de México) los 365 días del año y su tarifa mensual es de 350.00 U.S.

* Datos obtenidos en el Departamento de Comercialización de Notimex en septiembre de 1988

SERVICIO EDITORIAL SINDICADO: tiene el objetivo de ofrecer a los periódicos de lengua española artículos de la más alta calidad intelectual, que difundan las expresiones relevantes del pensamiento contemporáneo.

En este servicio colabora un grupo de reconocidos escritores, científicos, filósofos e historiadores latinoamericanos, como por ejemplo: Ricardo Garibay, Miguel León Portilla y Juan Nuno, Ruy Pérez Tamayo, José G. Moreno de Alba, Santiago Genovés, Rodolfo Stavenhagen, Roberto Villarino y Damián Bayón, entre otros.

El servicio consiste en el envío quincenal de carpetas con un promedio de 7 a 8 artículos editoriales, de 3 a 4 cuartillas cada uno y su costo para los medios impresos es de cinco mil pesos por artículo, mientras que en el extranjero el costo del servicio por artículo es de 10.00 dólares.

SERVICIO DE PUBLICIDAD: El departamento de publicidad de Notimex ofrece a sus clientes el diseño, contextualización y elaboración de campañas publicitarias, haciéndolas llegar al público de todo el país a través de medios de comunicación impresos y electrónicos como son 314 radiodifusoras, 191 diarios y 21 televisoras.

Notimex canaliza cualquier inserción publicitaria, hacia medios impresos del interior del país, sin costo adicional sobre las tarifas establecidas por los medios.

SERVICIO DE TELEVISION: Consiste en proporcionar a los suscriptores informaciones de audio y video de los hechos más relevantes del acontecer mundial, en forma de cortes de prensa realizados por los corresponsales extranjeros. Incluye entrevistas, reportajes, entre otros géneros, que el personal de Notimex realiza y produce.

También presta sus servicios a dependencias gubernamentales a las cuales les interesa destacar algún evento. Por ejemplo, actualmente el servicio de televisión está realizando una serie de reportajes sobre trasplante de corazón, a solicitud del Instituto Mexicano del Seguro Social. Otro ejemplo que podemos mencionar es el siguiente: el gobierno de Sinaloa organiza cada año un evento denominado Festival Cultural de Sinaloa y Notimex realiza el siguiente trabajo:

- a) elabora un promociional de 30 segundos del evento;
- b) graba las actividades culturales del mismo en todo el Estado de Sinaloa, y
- c) transmite simultáneamente las actividades del festival durante todo el tiempo de su duración a nueve canales de provincia y al 11 del Instituto Politécnico Nacional, a las 22:00 horas.

También realiza promociionales para la misma agencia como en el caso de los cursos que Notimex organiza conjuntamente con la Fundación Arturo Rosenblueth, con la ALASEI, etc.

SERVICIO RADIOFONICO: consiste en la realización de tres noticieros radiofónicos de 20 minutos de duración que abordan los acontecimientos más relevantes de México y el Mundo, así como información deportiva y meteorológica. Los noticieros se transmiten a las 8:00, 14:00 y 20 horas simultáneamente a través de 39 estaciones de provincia y sólomente el de las 20:00 horas se trasmite también por la frecuencia de Radio Educación.

SERVICIO DE NOTIFONO: Es otro de los servicios noticiosos que ofrece Notimex a través de vía telefónica, es decir, el sistema transmite las notas y avances informativos más relevantes a través de síntesis informativas de 55 segundos, que son renovadas cada hora. Cualquier persona interesada puede utilizar este servicio con sólo llamar al 591-21-21, obteniendo así información global y especializada.

SISTEMA DE COMUNICACION PARA ESTADOS Y MUNICIPIOS (SICEM). Este servicio tiene el propósito de propiciar la vinculación informativa en los Estados de la República para atender sus necesidades de expresión y lograr, dentro de la concepción federalista, una visión informativa global. Este servicio no se ofrece a cualquier medio de información, sino sólomente a los gobiernos de los Estados, y a embajadores de México en el extranjero.

El servicio consiste en el envío de una síntesis de las principales noticias publicadas en todos los diarios de la

capital, que abarca renglones como gobierno, partidos políticos, sector financiero, panorama de provincia (para que todos los Estados tengan conocimiento de sí mismos y de sus similares). Asimismo se envía la información de los desplegados de organizaciones estudiantiles, sindicatos y de otras instituciones gubernamentales como Secretarías de Estado e incluso protestas formuladas por algún sector en contra de alguna dependencia. Se trata de hacer un resumen breve pero que abarque una buena gama de información. También se trabaja un resumen de columnas políticas de periódicos como el Excelsior, La Jornada, Sol de México y El Universal.

Asimismo se envían los editoriales de revistas de circulación nacional como son Siempre, Impacto y Proceso.

Por otra parte, trataremos de señalar cuáles son los medios de comunicación que tienen el servicio de Notimex, como instrumento que suministra información sobre los acontecimientos nacionales, internacionales, deportivos y culturales.

En un ámbito de comunicación, en el que compiten desde el punto de vista periodístico a nivel nacional cadenas de televisión de cobertura nacional y 39 canales locales, satélites de comunicación, casi mil estaciones de radio y 120 periódicos de los cuales 24 se publican diariamente en la capital de la República*, los reporteros, redactores y corresponsales de Notimex recaban sus noticias para informar

* Vid Proyecto News-Notimex.

a periódicos, radiodifusoras y televisoras del país que requieren de sus servicios, generalmente porque carecen de medios propios para satisfacer sus demandas informativas .

Notimex proporciona sus servicios a 287 suscriptores en el país y en el extranjero. De ellos a 89 periódicos de los diferentes Estados de la República y del Distrito Federal, así como a periódicos en español que se publican en los Estados Unidos de América, en las poblaciones con alto porcentaje de hispanoparlantes.*

Vende sus servicios a las dos grandes cadenas de televisión: Televisa e Inmevisión así como al canal 11 del IPN, que cubren todo el espectro informativo mexicano.

La agencia tiene ahora corresponsales permanentes y oficinas en todos los Estados de la República Mexicana, y en el exterior, concretamente en los Estados Unidos, en Nueva York, Washington y los Angeles.

En Centroamérica, Notimex tiene periodistas que cubren la noticia en Guatemala, Nicaragua, el Salvador, Honduras, Costa Rica y Panamá. En el sur de América, hay corresponsales de la agencia en Chile, Argentina y Brasil, y en Europa en las ciudades de Madrid, Roma, Ginebra, París y Moscú.

*Estos datos fueron proporcionados en septiembre de 1988 por el departamento de comercialización de notimex.

Cuenta para sus comunicaciones con una central en Costa Rica, con un Télex de doble vía con Centroamérica y otro cable dúplex entre Roma y México para las comunicaciones con Europa.

Participa activamente desde su fundación en ALASEI, en la presidencia del consejo directivo y suministra información cotidiana al Sistema ASIN.

Pero ahora veamos con más detalle cuál es la cobertura de Notimex, para lo cual mencionaremos por cada estado de la República cuáles son los suscriptores de cada servicio.*

SERVICIO INFORMATIVO NACIONAL

PERIODICOS:

- "El Hidrocálido" de Aguascalientes.
- "La voz de la Frontera" y "Diario Novedades" de Mexicali, Baja California Norte
- "Al Día"; "A.B.C."; "El Mexicano" y "Diario California", de Baja California Norte
- "Semanario Concepto", de La Paz, Baja California Sur.
- "Tribuna de Campeche"; "Crónica", de Campeche, Cam.
- "La Voz de Coahuila", de Monclova, Coah.
- "Diario de Piedras Negras", de Piedras Negras, Coah.

-**"Diario Vanguardia"; "El Diario"; "Revista Criterios"** de Saltillo, Coah.

-**"La Opinión"**, de Torreón, Coah.

-**"El Comentario"; "Ecos de la Costa"; "El mundo desde Colima"**, de Colima, Col.

-**"El Orbe"; "La Opinión de la Costa"**, de Tapachula, Chis.

-**"La República de Chiapas"; "La Voz del Sureste"; "El Planeta de Chiapas"; "Periódico Número Uno"**, de Tuxtla Gutiérrez, Chis.

-**"El Nacional"; "El Financiero"; "El Día"; "Uno Mas Uno"; "Akahata de Japón"; "Ovaciones"; "El Periódico de México"; "Boletín Financiero y Minero de México"; "Noticias de la Tarde"; "Periódico Cuestión"; "Diario de México"**, del D. F.

-**"Cima"**, de Durango, Dgo.

-**"A.M. Las Noticias Antes Meridiano"**, de Celaya, Gto.

-**"A.M. de León"**, de León, Gto.

-**"Diario del Pacífico"**, de Acapulco, Gro

-**"Diario de Guadalajara"; "El Jaliscience"; "Ocho Columnas"**, de Guadalajara, Jal.

-**"Avante"**, de Tlalnepantla, Edo. de Méx.

- "Ocho Columnas"; "Rumbo de Toluca"; "El Heraldo de Toluca",
"Diario de Toluca" "Diario Amanecer", de Toluca, Edo de
Méx.

- "La Opinión", de Uruapan, Mich.

- "Hechos", de Cuernavaca, Mor.

- "Diario de Monterrey"; "El Porvenir"; "Norte de Monterrey";
"La Razón", de Monterrey, N. L.

- "Noticias"; "El Imparcial", de Oaxaca, Oax.

- "El Heraldo de San Luis"; "Diario El Momento", de San Luis
Potosí.

- "El Debate"; "Diario de Sinaloa", de Culiacán, Sin.

- "El Sinaloense"; "El Demócrata Sinaloense", de Mazatlán,
Sin.

- "El Debate"; "Noroeste", de Los Mochis, Sin.

- "El Diario del Yaqui"; "Tribuna del Yaqui", de Ciudad
Obregón, Son.

- "La Voz del Puerto", de Guaymas, Son.

- "El Informador del Mayo", de Navojoa, Son.

- "Avance del Sureste"; "Presente"; "Hoy Tabasco"; "Rumbo
Nuevo", de Villahermosa, Tab.

- "La Verdad", de Ciudad Victoria, Tams.

- "...Y Punto"; "La Opinión", de Matamoros, Tams.
- "Diario de Nuevo Laredo"; "El Aguila", de Nuevo Laredo, Tams.
- "Prensa de Reynosa"; "El Río", de Reynosa, Tams.
- "Diario del Istmo", de Coatzacoalcos, Ver.
- "El Mundo de Córdoba", de Córdoba, Ver.
- "El Gráfico", de Jalapa, Ver.
- "La Opinión", de Minatitlán, Ver.
- "La Opinión", de Poza Rica, Ver.
- "El Dictamen"; "Notiver", de Veracruz, Ver.
- "Diario del Sureste", de Mérida, Yuc.
- "La Voz de Fresnillo", de Fresnillo, Zac.
- "Pulso de Zacatecas", de Zacatecas, Zac.

RADIODIFUSORAS:

- XESS, de Ensenada, Baja California Norte
- XEAZ-A.M., de Tijuana, Baja California Norte
- Notimedios California, de La Paz, Baja California Sur
- XEMU, de Piedras Negras, Coah.

- XESJ-A.M. de Saltillo, Coah
- Organización Radiorama, de Chihuahua, Chih.
- XEMG, de Arriaga, Chis
- XEQK, de Tapachula, Chis
- XEWA-A.M., de San Cristóbal de las Casas, Chis.
- XETG-A.M.; XEUE, de Tuxtla Gutiérrez, Chis.
- XEPP Radio Educación, del D.F.
- Radio Universidad, del D.F.
- Núcleo Radio Mil, del D.F.
- Grupo ACIR, del D.F.
- Instituto Mexicano de la Radio, del D.F.
- XHRED Central de México, del D. F.
- RASA, del D.F.
- Radio, S.A., del D.F.
- Radio Cuadrante, del D.F.
- XECAV, de Durango, Dgo.
- XEGZ, de Gómez Palacio, Dgo.
- XELG "Promedios León", de León, Gto.

- XHPZ, de Cd. Guzmán, Jal
- Inforjal, de Guadalajara, Jal
- Sistema Michoacano de Radio y Televisión; XEI, de Morelia, Mich.
- XEFW; XEJC-A.M.; XHCM-F.M; XHSW; XHTB; XEDO; de Cuernavaca, Mor.
- Emisoras Incorporadas de Monterrey; Radio Gobierno y Televisión del Estado de Nuevo León, de Monterrey, N.L.
- XEOA, de Oaxaca, Oax
- XDKZ, de Tehuantepec, Oax.
- Organización Radio Oro, de Puebla, Pue.
- XERB, de Cozumel. Q.R.
- XEQRQ, de Guasave, Sin.
- XEFX-F.M. "Radio Sonora", de Guaymas, Son.
- XHNB F.M. "Radio Sonora"; XEDL; XEBH; Hermosillo, Son.
- XEKE, de Navojoa, Son.
- XHVIC, de Cd. Victoria, Tamps.
- XETT, de Tlaxcala, Tlax.
- XEMI, de Minatitlán, Ver.

-XHPR-F.M.; XEU, de Veracruz, Ver.

TELEVISORAS:

-Canal 11; canal 13; Televisa, del D.F.

-Canal 4, de Guadalajara, Jal.

-Televisión Mexiquense, de Metepec, Méx.

-Canal 8, de Monterrey, N.L.

-Canal 3 de Puebla, Pue.

-Televisora de Hermosillo, de Hermosillo, Son.

-Televisión del Golfo, S.A., de Veracruz, Ver.

-XHGV Canal 4, de Jalapa, Ver.

UNIVERSIDADES:

-Universidad Nacional Autónoma de México (Rectoría), del D.F.

-Universidad Regiomontana, de Nuevo León.

ORGANISMOS PUBLICOS:

-Presidencia de la República

-Secretaría de Salud

-Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal

- Secretaría de Gobernación (Dirección de Información)
- Subsecretaría de Gobernación
- Secretaría de Relaciones Exteriores
- Secretaría de Pesca
- Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología
- Secretaría de Turismo
- Secretaría de la Reforma Agraria
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- Petróleos Mexicanos
- Cámara de Senadores
- Infonavit
- Bancomer.

ORGANISMOS PRIVADOS:

- Organización PEAC, S.A. de C.V.
- Asociación de Corresponsales Extranjeros

EMBAJADAS:

- Embajada de Argelia.

GOBIERNOS DE LOS SIGUIENTES ESTADOS

-Aguascalientes

-Coahuila

-Chihuahua

-Hidalgo

-Jalisco

-México

-Morelos

-Nayarit

-Nuevo León

-Querétaro

-Quintana Roo

-San Luis Potosí

-Sonora

-Tabasco

-Veracruz

AGENCIAS DE INTERCAMBIO:

-D.P.A. de Alemania Federal

- E.B.N. (Empresa Brasileña de Noticias) de Brasil
 - ASIN. Acción de sistemas Informativos Nacionales, con sede en Costa Rica
 - P.L. Prensa Latina, de Cuba
 - Xinhua. de China
 - E.F.E., de España
 - U.P.I.; A.P.; de Estados Unidos
 - A.F.P., de Francia
 - Latin Reuter, de Inglaterra
 - A.N.S.A. de Italia.
 - SIFE. Sistema de Información Financiera para Ejecutivos, de México.
 - ALASEI, con sede en México.
 - Nueva Nicaragua, de Nicaragua
 - I.P.S., cuya sede se encuentra en Roma, Italia
 - TASS, de la Unión Soviética.
 - TANJU, de Yugoslavia
- SERVICIO INFORMATIVO INTERNACIONAL:**
- KGST Radio, de Fresno, Calif.

- Noticias del Mundo; La Opinión, de Los Angeles, Calif.
- Miniondas, de Santa Ana, Calif.
- FBIS, de Key West, Florida
- Express Information, de Boulder, Colorado
- Noticias del Mundo; Oficina Representante de México ante la O.N.U., en Nueva York
- Embajada de México, en Washington
- Embajada de México, en el Salvador.
- Embajada de México, en Guatemala
- Embajada de México, en Costa Rica
- Embajada de México en Panamá.

SERVICIO EDITORIAL SINDICADO.

- Semanario Concepto, de la Paz, B.C.S.
- Tribuna de Campeche, de Campeche, Camp.
- Vanguardia, de Saltillo, Coah.
- Mexicana de Aviación, del D.F.
- Revista Tiempo, del D.F.
- Novedades, del D.F.

- El Día, del D.F.
- Revista Bampeco, Comercio y Abasto, del D.F.
- Revista Pleno Político, del D.F.
- Cima, de Durango, Dgo.
- Informador, de Guadalajara, Jal.
- Hechos, de Cuernavaca, Mor.
- El Norte de Monterrey, de Monterrey, N.L.
- El Imparcial, de Oaxaca, Oax.
- El Momento, de San Luis Potosí.
- El Demócrata Sinaloense, de Mazatlán, Sin.
- El Sonorense, de Hermosillo, Son.
- Avance del Sureste, de Villahermosa, Tab.
- Dictamen de Veracruz, de Ver.
- Diario de Yucatán, de Mérida, Yuc.

SISTEMA DE COMUNICACION PARA ESTADOS Y MUNICIPIOS (SICEM)

A este sistema se le ha llamado "Hilo Gubernamental", por lo que su servicio sólo llega a los gobiernos de los siguientes Estados:

- Campache

- Coahuila
- Colima
- Guerrero
- Nayarit (Corresponsalía de Notimex)
- Nuevo León
- Quintana Roo (Corresponsalía de Notimex)
- Sinaloa
- Sonora (Corresponsalía de Notimex)
- Tamaulipas
- Tlaxcala

SERVICIO RADIOFONICO: *

- XEHG, de Mexicali, B.C.N.
- XEKT, de Tacate, B.C.N.
- XESJ, de Saltillo, Coah.
- XETC, de Torreón, Coah.

*Listado de las estaciones que cuentan con el servicio radiofónico de Notimex hasta marzo de 1989, según datos proporcionados por el departamento de comercialización de Notimex.

_XEIG, de Iguala, Gro.

-XENQ, de Tulancingo, Hgo.

-XEUF, de Uruapan, Mich.

-XEGT, de Zamora, Mich.

-XEFIL, de Mazatlán, Sin.

-XEEZ, de Caborca, Son.

-XEDJ, de Magdalena de Kino, Son.

-XEXW, de Nogales, Son.

-XEJD, de Poza Rica, Ver.

SERVICIO DE NOTIFONO

El señor Sergio Cárdenas Ribera, Jefe del Departamento de Radio de Notimex, informó en una entrevista que la Empresa Teléfonos de México le reportó en marzo de 1989 que en la central de Telmex se registra de domingo a sábado un promedio de 15 mil llamadas diarias de usuarios de Notifono.

CAPITULO II. AREA RADIOFONICA DE NOTIMEX.

A. Antecedentes del noticiero "Síntesis Informativa".

El área de radio de la agencia ofrece actualmente un servicio de radio llamado "Síntesis Informativa". Consiste en la elaboración de tres noticieros cuya duración oscila entre los 20 y 25 minutos cada uno, mismos que se transmiten los 365 días del año en tres horarios: 8:00, 14:00 y 20:00 horas a través de 13 estaciones de radio de diversos Estados de la República

En estos noticieros se abordan temas de interés general, tanto a nivel nacional como internacional, así como información deportiva, cultural y meteorológica.

1. Sus inicios.

A principios de 1982 se elaboró un proyecto de radio que consistía en la producción y transmisión de un noticiero radiofónico de 30 minutos que se alimentaba de la información del "hilo"† de Notimex, es decir, no había

† El hilo de Notimex es un servicio de teletipo, es decir, una secuencia de cables noticiosos que contienen toda la información nacional, internacional, deportiva, cultural y de espectáculos que recaban los reporteros y corresponsales de la agencia.

reporteros propios del recién formado Centro de Producción de Medios Informativos de la agencia.

Este proyecto se llevó a la práctica en febrero de ese año realizándose un noticiero bajo el nombre de "Notimex Informa", que se transmitió por Radio Educación, XEEP 1060 Khz, de la Secretaría de Educación Pública. Se difundía al aire a las 20:00 horas y tenía una duración de media hora de lunes a domingo. Se cubría información nacional, internacional y servicio meteorológico. Para la realización de este noticiero se contaba con un cuerpo de redactores integrado por seis personas y dos operadores de cabina. El trabajo de redacción de los noticieros se hacía en las tardes a partir de las 16:30 horas. Cada noticiero estaba complementado con un editorial y un reportaje elaborados previamente por otros departamentos de la agencia. Estos dos géneros periodísticos se grababan por las mañanas, para lo cual se requería de los servicios de dos locutores, de preferencia un hombre y una mujer, ellos daban lectura a estos trabajos en la cabina de grabación de la agencia. El equipo de la cabina era el siguiente:

- Una consola Tangent de 8 canales
- 4 grabadoras de carrete abierto ATR 700
- 2 decks
- 1 cartuchera.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Los reportajes eran los trabajos que publicaba el departamento de Features o Servicios Especiales a través del hilo, lo que significó que en el área de radio solo se redactaba con el lenguaje adecuado para los medios electrónicos y hacía el trabajo de producción y grabación. Lo mismo se hacía con los editoriales, pero en este género sólo intervenía un locutor que sólo lo leía en frío para su transmisión dentro del noticiero.

El contenido del noticiero provenía de las noticias más importantes que se transmitían por el hilo de Notimex, mismas que eran jerarquizadas y redactadas por el área de redacción de acuerdo con el formato radiofónico, hasta conformar el guión.

Una vez redactado, el jefe de redacción y un redactor se trasladaban a las instalaciones de Radio Educación en donde se realizaba la grabación del noticiero. Esto se hacía al filo de las 7:15 horas de la tarde para luego transmitir el servicio a las 20:00 horas en punto. La lectura del noticiero la hacía otra pareja de locutores de la misma emisora.

La estructura del noticiero era la siguiente: una entrada y un sumario con las cabezas de la información más importante, con el fondo de una rúbrica. La lectura de las notas se realizaba en frío por dos locutores, que leían alternadamente los párrafos y se emitía el sonido de una campana entre nota y nota para diferenciarlas.

Radio Educación prestaba el estudio y al operador para realizar la grabación del noticiario. Este trabajo se hizo hasta enero de 1983, fecha en que el Lic. Héctor Manuel Ezeta desempeñaba sus últimos días como Director de Radio Educación y quien iniciaba en esa época su administración al frente de Notimex, por lo que por unos meses se hizo cargo de ambos puestos.

El noticiario "Notimex Informa" que desapareció como tal con el cambio de administración, era presentado por Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), la cobertura era la misma que tiene Radio Educación que ofrece sus servicios a casi todo el territorio nacional en amplitud modulada y además se transmitía por onda corta, es decir, al extranjero.

Cuando Ezeta fue director de Notimex, se creó el noticiario "Síntesis Informativa" en tres horarios: 9:00, 14:00 y 20:00 horas.

Para la realización de este proyecto, el Centro de Producción de Notimex contaba ya con un cuerpo de reporteros y otro de redactores que estaban integrados por las siguientes personas:

Cuerpo de reporteros.

Sandra Luz Gallegos

Francisco Ornelas

Rodolfo Medina

Mónica Martín

Alfonso Miraflores

Víctor Godínez

José Luis Delgado

Gloria Analco

Enriqueta Luna

Marcela Mendoza

Renato Trejo

Carlos Lara

Cuerpo de Redactores

Primer turno.

Ramón Martínez (jefe de turno)

Rafael Gutiérrez Chavero (subjefe)

Bianca Mejía (redactora)

Mónica Álvarez Limón (redactora)

Francisco Moreno (redactor)

Juan Pozos (redactor)

Laura Alba (transcriptora)

Maricela Pérez (transcriptora)

Víctor Wilbur (ayudante)

Antonio Fausto (ayudante)

Segundo turno.

José Negrete (jefe de turno)

Sergio Cárdenas (subjefe)

Graciela Ornelas (redactora)

Antonio Cerda (redactor)

Patricia Hernández (redactora)
Felipe García (redactor)
Eva Mérida (transcriptora)
Leticia Mancilla (transcriptora)
Daniel Navarro (ayudante)
Ernesto Martínez (ayudante)

Tercer turno.

Luis Alberto García (jefe de turno)
René Avila (subjefe)
Gaspar Fe Alvarez (redactor)
Salvador Ramos (redactor)
Germán Ramos (redactor)
Macrino Silva (redactor)
Elvia Tejeda (transcriptora)
Adolfo Karam (ayudante)
Leonel Carrasco (ayudante)

Los noticieros tenían una duración de 20 minutos y se cubría información nacional, la cual, en su mayoría, era cubierta por grabaciones de reporteros, quienes recababan la información desde la fuente que cubrían y grababan sus notas vía telefónica. Estas eran convertidas a texto por los transcritores. Los noticieros también contenían las notas que elaboraban los redactores con el hilo de Notimor.

Por su parte, la información internacional era retomada de las agencias internacionales de noticias como AFP y DPA, ya

que en ese entonces el área de radio ya disponía del servicio de estas fuentes. Asimismo, se manejaba información de deportes, la cual era grabada desde la redacción central de la agencia para los noticieros radiofónicos.

Con ese material, tanto grabaciones como guiones, se conformó también una especie de hilo radiofónico que se transmitía al IMER.

Los textos se enviaban vía télex y las grabaciones vía telefónica al Instituto Mexicano de la Radio (IMER), para lo cual se estableció una línea directa de télex y otra de teléfono con el Instituto. El material, ya en el IMER, era producido y transmitido por su equipo de producción a través de las estaciones propiedad del Instituto que eran: XEB, la B grande de México, Radio 719, radio 660 -en amplitud modulada- y Estéreo Jóven, en frecuencia modulada, así como por Radio Educación en la emisión nocturna. La transmisión por estas estaciones era simultánea, es decir, se enlazaban. Este modo de operación funcionó sólo unas semanas hasta que la producción y transmisión de los noticieros se hicieron bajo la responsabilidad de Notimex.

Debido a los recortes presupuestales y a una restricción del área, el personal de la misma se redujo. Desapareció el cuerpo de reporteros y, paulatinamente, se fue reduciendo el personal de redacción y el de apoyo (transcriptores y ayudantes), quedando cada turno integrado por cinco personas: jefe de turno, subjefe y tres redactores, así como

dos ayudantes para los tres turnos. Este personal es el que opera actualmente la elaboración de los noticieros "Síntesis Informativa".

En lo que se refiere a la cobertura del servicio, el noticiario "Síntesis Informativa" llegaba a 39 radiodifusoras de todo el país, hasta noviembre de 1988, pero por razones de tipo técnico, principalmente, y porque al concluir a fines de ese mismo año la administración del Licenciado Héctor Manuel Ezeta al frente de la agencia, se dio por terminada una serie de compromisos contraídos con algunas de esas emisoras, por lo que ahora sólo llega a 13 estaciones de radio que, como ya señalamos, son: MEXG, Mexicali, Baja California; XEKT, Tecate, Baja California; XEJ, Saltillo, Coahuila; XETC, Torreón, Coahuila; XENR, Tlalancingo, Hidalgo; XEIG, Iguala, Guerrero; XEUF, Uruapan, Michoacán; XERT, Zamora, Michoacán; XEEZ, Caborca, Sonora; XEDJ, Magdalena de Kino, Sonora; XEMW, Nogales, Sonora; XEJD, Poza Rica, Veracruz; XEFIL, Mazatlán, Sinaloa.

El señor Leonardo Valadez Castillo, Director de Comercialización de Notimex a partir de enero de 1989, dijo que la mayoría de las estaciones de radio prescindieron de los noticieros de Notimex debido a problemas de tipo técnico, es decir, que la señal que se enviaba de Notimex a las radiodifusoras no llegaba limpia, se registraban interferencias o ruidos técnicos, o bien, no se enlazaba a tiempo, en ocasiones por causas meteorológicas. El

entrevistado mencionó el caso de Chiapas, entidad en la que se interrumpió el servicio a causa del huracán "Gilberto" registrado a fines de 1988. (65)

Valadéz Castillo dijo que otro problema se detecta cuando descansa el personal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, ya que no hay quien traspase la señal de Notimex a las radiodifusoras, mientras que el personal de la Agencia piensa que los noticieros llegar como debe de ser a sus destinatarios .

Sin embargo, se refirió concretamente a las tareas de comercialización de la administración anterior:

El problema es que no se comercializó realmente el producto radiofónico de Notimex por una política comercial encauzada en otros intereses, esto es, cada noticiero de la agencia lleva cinco minutos de publicidad, de los cuales, el radiodifusor utiliza el 50 por ciento para transmitir sus anuncios, mientras que el otro 50 por ciento debería ser usado por Notimex para los mismos fines, cosa que nunca hizo, lo que restaba a la agencia poder de comercialización (66).

Al respecto, el Director General de Notimex, Héctor Manuel Ezeta, habló sobre el papel de la labor de comercialización del servicio de radio:

Se hizo un gran esfuerzo por comercializar el servicio, pero muy malogrado, francamente por varias razones: en primer lugar, porque nosotros estuvimos muy reacios a introducir anuncios comerciales en los noticieros. Básicamente lo que buscábamos fue hacer difusión institucional. Nosotros pensamos que los medios de comunicación son como el sector educativo, deben costar, cuestan, y no supeditarlos al patrocinio del anunciante de los que hace depender su existencia.

En el caso de los noticieros de radio, yo siento aún la conveniencia de volver al esquema anterior, de que sea el INER el encargado de todas estas tareas de comercialización, de promoción, de planeación de la distribución de la señal y dejar a Notimex la función de captura y procesamiento de información, y entonces, aprovechar los recursos que ahora se distribuyen entre dos entidades estatales (67).

(65) Entrevista realizada a Leonardo Valadéz Castillo. 30/mar/1989

(66) Ibid

(67) Entrevista con el Lic. Héctor Manuel Ezeta. 2/dic/1988

El director de comercialización dijo que ahora ya se está tratando de utilizar ese tiempo y que esta labor se inició en febrero de 1989 con el Instituto Mexicano del Seguro Social, con la producción de 15 spots de 30 segundos que se refieren a las cuotas que las empresas y los trabajadores pagan al instituto y que se transmiten en cada noticiario de Notimex.

También mencionó que otra de las metas es recuperar a las 39 estaciones de radio para que renten el servicio de Notimex y ampliando así esta cobertura. Al respecto informó que se han entablado negociaciones con las siguientes radioemisoras:

XEBC, de Cd. del Carmen, Camp.

XEWJ., de Tehuacán, Pue.

XEOG, de Ojinaga, Chihuahua.

XEORF., de los Mochis, Sin.

XEK., de Nuevo Laredo, Tamps.

XETS, de Tapachula, Chis.

Ahora bien, cabe mencionar que en el período comprendido entre 1983 y 1985, Notimex produjo el noticiario "Seis a las Seis" que se transmitía por Cristal F.M., en el 92.1 mhz, cuyas siglas son XHFO-FM. La duración de este noticiario era de seis minutos y se transmitía a las seis de la tarde de lunes a viernes. Su contenido se basaba en la información más importante transmitida por el hilo de Notimex hasta las 15:00 horas, que era el momento en que se grababa, y posteriormente, se entregaba la cinta físicamente en las

instalaciones de la emisora, ubicada en el hotel de México.

Durante un tiempo, el noticiero fue producto de un convenio entre Notimex y Cristal F.M. En ese entonces, el noticiario comenzaba diciendo: "Notimex y Cristal F.M presentan: Seis a las seis, con la información más importante del día en seis minutos"

En 1985 el noticiero fue patrocinado por Bancrecer, Sociedad Nacional de Crédito. Cada emisión incluía dos spots promocionales y su entrada y la salida eran auspiciadas por esa institución bancaria.

El señor Sergio Cárdenas Ribera, Jefe del Departamento de Radio, nos informó en una entrevista que a finales de ese año, Notimex dejó de producir este servicio a causa de un desacuerdo con la emisora y con el patrocinador por lo que el noticiero comenzó a producirse por la misma estación, a pesar de que no cuenta con la infraestructura para realizar programas informativos, ya que ésta se dedica a difundir música y algunas entrevistas a cantantes del momento. (68)

Durante una entrevista vía telefónica con el señor Daniel Carrera Rojo, Director General de Cristal F.M, dijo que al noticiero seis a las seis fue suspendido debido a que el cliente, Bancrecer, no quiso pagar el costo que Notimex cobraba por el servicio argumentando que no se ajustaba a su presupuesto. Se le preguntó si otra de las razones podría haber sido mala calidad del noticiario y él contestó que

(68) Entrevista realizada a Sergio Cárdenas Ribera. 8/sep/1988

no, que el noticiero siempre fue perfectamente realizado.
(69)

Más o menos en el mismo período, también se realizaba un guión para un noticiero de 30 minutos de duración que se producía y transmitía por Radio México, emisora de onda corta del IMER, en el que además de incluir la información más importante del día, manejaba noticias relevantes del día anterior. Esto ocurría porque muchas notas de éstas aún no llegaban al extranjero porque era información que se generaba después de las tres de la tarde, hora que se entregaba el guión a la emisora, y que no se alcanzaba a incluir en el mismo noticiero.

B. RADIO. SU ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Como habíamos visto en el capítulo anterior, las actividades informativas de radio y televisión de Notimex, están controladas y supervisadas por la Subdirección de Radio y Televisión, de la cual, depende el área de Radio que estudiaremos.

1. Objetivos.

Según el manual de organización del departamento de radio, los objetivos específicos del área son los siguientes:

-Mantener informada a la población sobre los acontecimientos nacionales e internacionales relevantes, a través de la realización y producción de noticieros y programas especiales, que permitan difundir veraz y oportunamente la información desde la perspectiva de las políticas del gobierno mexicano, establecidas en la Constitución y el Plan Nacional de Desarrollo (70)

Partiendo de nuestra experiencia como redactor de noticieros de radio en Notimex, podríamos afirmar que trata de cumplirse este objetivo aunque se tiene la limitante de que nuestra única fuente de información es la de los reporteros de la Agencia, que, como ya se había señalado anteriormente, a veces no logran cubrir toda la información relevante y por instrucciones de la dirección general, no es permitido utilizar los periódicos como fuente de información debido a que su forma de tratar las noticias por lo general no se apega a la política editorial de la empresa.

Salvo en algunas excepciones, se ha llegado a utilizar la información del periódico "El Nacional", ya que es un diario

(70) Manual de Organización del Depto de Radio de Notimex, p. 1

oficial que aborda las noticias de manera semejante a Notimex.

Por otra parte, en lo que se refiere a la producción de programas especiales, éstos no se han realizado debido, según el director del área de radio, Lic. Manuel Fuentes, a la falta de recursos que se requerirían para ponerlos en ejecución, principalmente para destinarlos a compra de equipo técnico y mantenimiento adecuado del que se dispone y también al hecho de que no fue posible su comercialización .(71)

El objetivo de "elevar la calidad de los noticiarios y programas especiales que el área realiza y produce, mediante la adecuada selección y jerarquización de las informaciones, así como del aprovechamiento óptimo de la capacidad técnica y humana disponible" (72) no se cumple en su totalidad debido a que el trabajo diario del personal que interviene en la redacción y transmisión de los noticiarios no es constantemente supervisado por sus superiores por lo que los errores que se cometen no son corregidos y esto repercute en la calidad del servicio.

-Apoyar las acciones de comercialización de los productos informativos, a través de la elaboración de programas especiales, pilotos y promocionales que, además de satisfacer las necesidades informativas de las estaciones radiodifusoras, permitan incrementar el número de usuarios de estos servicios y por ende, ampliar la cobertura informativa de la agencia (73)

(71) Entrevista realizada al Lic. Manuel Fuentes. 10/ago/1988

(72) Manual del Depto de radio. op. cit. p. 1

(73) Ibid.

Este punto sí llegó a cumplirse por parte del personal que labora en el área, ya que propuso varios proyectos pero por falta de financiamiento y comercialización, no llegaron a realizarse.

Estos proyectos son los siguientes: (74)

Programa: Entrevista

Objetivo: Analizar y precisar situaciones y temas de actualidad utilizando las variantes del género entrevista.

Estrategia: Invitación a personajes, representantes de la sociedad y/o autoridades a dialogar con un periodista de la agencia, acerca de temas de su competencia.

Formatos: -Entrada institucional

- Presentación del invitado
- Diálogo
- Preguntas del radioescucha a través de un teléfono abierto
- Salida institucional

Duración: 30 minutos

Periodicidad: De lunes a viernes

Programa: Cultural

Objetivo: Promover el interés de los radioescuchas por las manifestaciones culturales mediante la difusión de un programa especializado

Estrategia: Obtener la información de las diversas manifestaciones culturales a través de los reporteros del área correspondiente y presentarla al auditorio en lenguaje ameno y accesible.

Formatos: -Presentación Institucional

- Temario
- Noticias
- Entrevistas
- Reportajes

'74) Notimex. Propuestas de reestructuración del área de radio de Notimex.

- Cartelera
- Salida Institucional

Duración: 30 minutos
 Periodicidad: De lunes a viernes

Programa: Cápsulas Informativas

Objetivo: Ampliar la presencia de la agencia mediante la difusión de resúmenes noticiosos elaborados con la información generada por la estructura operativa de Notimex, destacando la importancia de la oportunidad.

Estrategia: Selección, jerarquización, redacción, producción y difusión cada hora, de los textos noticiosos del hilo informativo, así como de las grabaciones de reportajes y corresponsales, recibidas en ese lapso.

- Formato: -Presentación institucional
 -Información Nacional
 -Información Internacional
 -Información Deportiva
 -Salida institucional.

Duración: Cinco minutos

Periodicidad: Cada hora de las 7:00 a las 22:00 horas, de lunes a domingo.

Programa: Tópicos de Información Internacional

Objetivo: Permitir al radiocescucha una mejor comprensión de la realidad internacional.

Estrategia: Hacer uso de los diversos géneros periodísticos para analizar y profundizar en la información de los sucesos más relevantes en el ámbito internacional.

- Formato: -Presentación institucional
 -Semblanza del tema
 -Opiniones, comentarios, entrevistas
 -Salida institucional.

Duración: 30 minutos

Periodicidad: de lunes a viernes

Programa: Comentarios y Análisis de temas económicos

Nombre: "Balance Económico"

Objetivo: Permitir al radiocescucha la comprensión y la formación de una opinión propia de los fenómenos económicos a partir de los comentarios de un especialista.

Estrategia: Reunir a un economista y a un periodista especializado en la materia, para que comenten el tema del programa.

- Formato: -Presentación institucional
 -Comentarios a manera de diálogo
 -Salida institucional

Duración: 15 minutos

Periodicidad: De lunes a viernes .

Programa: Noticiero con información de provincia

Nombre: "Horizonte Nacional"

Objetivo: Ofrecer al público la posibilidad de informarse de los sucesos diarios más relevantes del país a través de la difusión de un noticiero que permita reforzar los lazos de identidad nacional, revalorando informativamente el acontecer de la provincia mexicana.

Estrategia: Selección, jerarquización, redacción, producción y difusión de las notas de provincia procesadas en el hilo informativo, así como las grabaciones de corresponsales nacionales.

Formatos: -Presentación institucional

- Cabezas
- Información general
- Reportajes
- Información deportiva
- Cabezas
- Salida Institucional

Duración: 30 minutos

Periodicidad: De lunes a viernes.

Programa: De Opinión

Objetivo: Dar a conocer las diferentes opiniones que de los temas de interés nacional tienen los diversos sectores de la sociedad.

Estrategias: Reunir en cada emisión a representantes de diversos sectores de la sociedad así como especialistas en el tema de actualidad a tratar, en un encuentro conducido por un moderador.

Formatos: -Presentación institucional

- Semblanza del tema
- Presentación de los invitados
- Exposición de las opiniones de los invitados
- Despedida

Duración: 30 minutos

Periodicidad: Semanal

Programa: Divulgación científica y tecnológica

Objetivo: Difundir y revalorar a nivel masivo el quehacer de las comunidades científica y tecnológica

Estrategias: Empleando como base los géneros reportaje y entrevista, tratar temas científicos y tecnológicos cuya trascendencia en la sociedad hace necesario un mayor conocimiento por parte del radioescucha.

Formatos: -Entrada institucional

- Reportaje y/o entrevista
- Salida institucional

Duración: 30 minutos

Periodicidad: Semanal.

Programa: Noticiero deportivo

Nombre: "Espacio Deportivo"

Objetivo: Ampliar la presencia noticiosa de la agencia a través de un noticiero especializado en el que se difunda la información deportiva generada por la estructura operativa de Notimax.

Estrategias: Selección, jerarquización, producción y difusión de los textos noticiosos deportivos, así como de las grabaciones de los reporteros y corresponsales.

Formatos: -Presentación institucional

- Cabezas
- Información nacional sectorizada por deporte
- Información internacional sectorizada por deporte
- Cabezas
- Salida institucional

Duración: 30 minutos

Periodicidad: Diaria

Programa: Reportaje

Objetivo: Profundizar en la información de los principales acontecimientos a través de los elementos periodísticos del reportaje.

Estrategia: El reportaje será realizado con información obtenida por la planta de reporteros y corresponsales de acuerdo con un índice temático previamente establecido con el apoyo del área de servicios especiales. La producción y difusión estará a cargo del departamento de radio de Notimex.

Formato: -Presentación institucional
 -Desarrollo del tema a través de los elementos del reportaje
 -Salida Institucional

Duración: 30 minutos

Periodicidad: De lunes a viernes.

Asimismo, en el año de 1984 se proyectó la elaboración de cápsulas informativas que serían patrocinadas por la empresa automotriz Volkswagen de México, pero no llegó a concretarse nunca debido a que ambas partes no lograron un acuerdo de comercialización del servicio de Notimex. Por otra parte, los redactores de los noticiarios participan en los esfuerzos de comercialización de los productos informativos que realizan. Ejemplo de ello fue la idea de negociar con el Sistema de Transporte Colectivo METRO para que a través de Audio Metro se transmitieran los noticiarios, cometido que sí se logró durante unos dos años, entre 1984 y 1986. Sin embargo el director del área, Manuel Fuentes, señaló que el servicio dejó de funcionar en el momento que la agencia intentó "vender" los noticiarios a Audio Metro, por lo que este organismo decidió prescindir del servicio aduciendo falta de recursos económicos para suscribirse a él.

2. Programas.

En el Manual de Organización referido, se señala que para la definición de los programas del área de radio, se analizaron

las características de cada uno de los noticiarios, así como el conjunto de actividades que se realizan para su producción y transmisión. Según ese documento, el resultado de este estudio, permitió agrupar todos aquellos productos noticiosos en dos programas sustantivos que con su ejecución, contribuyen en forma directa al logro de los objetivos específicos del área.

Estos programas, con sus subprogramas y objetivos particulares son los siguientes:

-Programa: 1. Sistema de noticiarios para radio.

Objetivos: garantizar el suministro oportuno de información a través de la realización y producción de noticiarios, a fin de que sean transmitidos a las estaciones radiodifusoras que tienen contratado este servicio.

Subprogramas: 1.1. Noticiario "Síntesis Informativa" para provincia.

1.2. Noticiario "Síntesis Informativa" para Radio Educación.

1.3. Noticiario "Seis a las Seis" (75)

Actualmente el único subprograma que se lleva a cabo es el primero debido a que los noticiarios llegan solamente a la provincia.

En lo que se refiere a la transmisión de "Síntesis Informativa" para Radio Educación, ésta dejó de realizarse en enero de 1989 debido a que el director de esta emisora,

Manuel Murillo, realizó gestiones ante las autoridades de Notimex para que este noticiario dejara de transmitirse por este canal, ya que la estación cuenta con sus propios servicios informativos. Además, esta petición fue una reiterada demanda del sindicato de Radio Educación, el cual argumentaba que era ilógico transmitir un noticiario ajeno a través de una emisora que tenía sus propios servicios informativos, aparte de que de alguna manera, esta situación atentaba contra los trabajadores de esa emisora.

En cuanto al noticiario "Seis a las Seis" ya habíamos señalado en el apartado anterior, que dejó de transmitirse por un desacuerdo con la emisora "Cristal F.M".

-Programa: 2. Sistema de información directa al público.

Objetivos: Ofrecer al público en general la posibilidad de informarse sobre los acontecimientos diarios más relevantes, a través de la realización de productos informativos que puedan ser difundidos por medios distintos a los tradicionales.

Subprogramas: 2.1 Noticiario "Síntesis Informativa" para Audio-Metro.

De esta manera, el área de radio solamente produce noticiarios, por razones de carácter financiero y de comercialización y no por falta de servicios que ofrecer, pues como ya vimos, el departamento de radio ha propuesto

por lo menos diez diferentes productos informativos para fortalecer este servicio de Notimex.

A este respecto, el director general de Notimex, Héctor Manuel Ezeta, señaló que durante su gestión uno de los principales problemas que obstaculizaron el buen funcionamiento y desarrollo del servicio de radio fue, en primer lugar, el aspecto financiero:

Realmente nunca tuvimos recursos para equipar la estructura de radio como está en nuestros programas de trabajo. En general, los recursos que logramos obtener tanto del Estado, del Gobierno, como de la cooperación internacional, fueron enfocadas al aspecto de la estructura de información central. En la radio en realidad no tuvimos recursos y ello explica la precariedad con la que se ha venido trabajando. Otro aspecto importante también son los enlaces con las radiodifusoras privadas que tienen un costo que generalmente no aceptan pagar y en donde nosotros absorbemos una buena parte de ese costo por el interés del gobierno de estar presente con su información si tomamos en cuenta el espectro de estaciones de radio que prácticamente abarcan a otros Estados del país. Otro elemento fundamental también derivado de la falta de recursos económicos fue no haber hecho la cobertura de radio vía satélite que hubiera implicado sistemas de transmisión y de potenciaamiento digamos de la señal para subirlo al satélite. (76)

3. Sistema de Organización.

En el organigrama del departamento de radio se representa con claridad el sistema de organización que opera en el área, los niveles jerárquicos así como el tramo de control y las líneas de autoridad que determinan el grado de responsabilidad del personal de esta parte de la agencia.

Como puede observarse en la gráfica, el sistema de organización es el lineal, en el cual la autoridad se transmite íntegramente por una sola línea para cada persona o grupo (77).

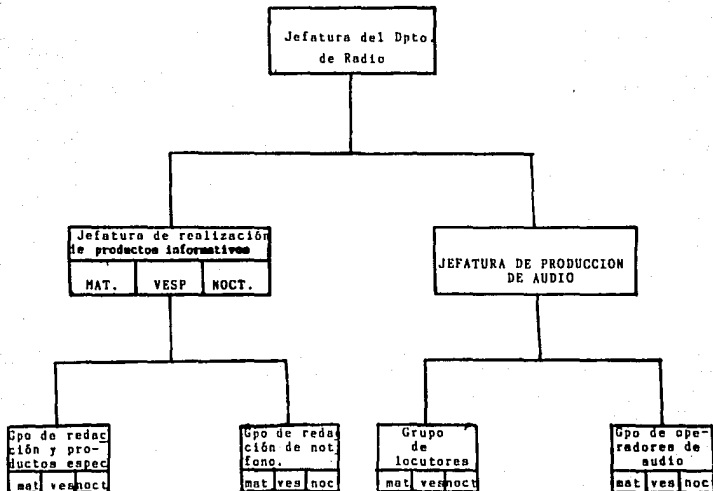
(76) Entrevista con el Lic. Héctor Manuel Ezeta. 2/dic/1988

(77) Manual de Organización, op. cit. p. 15

ESTRUCTURA DE ORGANIZACION DEL
AREA DE RADIO

Jun/1988

98



Si observamos el organigrama general de Notimex, podríamos inferir que las decisiones y políticas tanto administrativas como de política informativa para el área de radio emanan directamente de la subdirección de Radio y Televisión, con la correspondiente aprobación de dirección B y la dirección general, conforme a los objetivos generales de la agencia.

En la práctica, desde que apareció el área radiofónica, se creó el puesto de Director de Radio y Televisión, cuyo titular era el responsable del funcionamiento de nuestro objeto de estudio hasta febrero de 1989. Este cargo fue suprimido y la responsabilidad la asumió el subdirector de radio y televisión, Pablo Hiriart; por este motivo en el organigrama del departamento de radio, sólo son tomados en cuenta tres niveles jerárquicos que son los siguientes:

1er. Nivel. Jefatura de Departamento.

2o. Nivel. Jefatura de Oficina. Con este nombre se ha definido el puesto de los coordinadores de noticieros.

3er. Nivel. Personal de operación que se refiere a los grupos de redacción, de locutores y de operadores de audio

En la gráfica no se toma en cuenta el puesto de editor, quien como se verá más adelante, asume la autoridad y responsabilidad del jefe de oficina cuando éste descansa o toma vacaciones, por lo que nosotros lo situaríamos en el tercer nivel jerárquico; tampoco se considera al personal auxiliar del área, que son los ayudantes, para lo cual

también agregaríamos al organigrama un quinto nivel jerárquico.

En la carta de organización se ve claramente, y en la práctica así lo es, los redactores y personal auxiliar sólo reciben órdenes del jefe de realización de productos informativos o coordinadores de noticieros o en su caso de los editores, quienes, a su vez, dependen sólo del jefe del departamento de radio. Lo mismo ocurre con los locutores y operadores de audio, que sólo obedecen instrucciones del jefe de producción de audio, principalmente de carácter administrativo, como es el caso de asuntos relacionados con días de descanso, vacaciones, suplencias, faltas, retardos, etc. Todo lo expuesto está determinado por el tramo de control fijado por el grado de autoridad y responsabilidad que cada empleado tiene a su cargo.

Sin embargo, cabe señalar que tanto los locutores como los operadores de audio tienen que acatar instrucciones de los coordinadores de noticieros durante la transmisión al aire de los mismos, en coordinación con el jefe de producción, ya que ellos deciden si es necesario hacer cambios y ajustes al momento de la emisión.

Ahora bien, en el organigrama también se observa que el personal que se encarga de elaborar el servicio de Notifono, está bajo el mando y la responsabilidad del jefe del departamento de radio. Se le preguntó a qué se debía que a partir de 1983 Notifono pasó a formar parte del departamento

de radio si era manejado por la redacción central de la agencia, y respondió que como el servicio consiste en la transmisión por vía telefónica de notas relevantes a través de síntesis informativas de 55 segundos, se tienen que elaborar de acuerdo a las características del guión radiofónico, y por lo tanto, darle una lectura que corresponda a este medio de comunicación.

4. Funciones.

Según el Manual de Organización del área, las funciones que a continuación se enlistan son las que se deben desempeñar en cada uno de los puestos que integran la estructura de organización.

A. JEFE DEL DEPARTAMENTO DE RADIO

- Dirigir, controlar y supervisar al personal asignado al área, así como los trabajos y funciones que éste realiza.
- Supervisar la adecuada aplicación de las políticas informativas establecidas por la agencia, relativas a la selección y jerarquización del contenido noticioso de los productos que el área genera.
- Diseñar y someter a consideración del Director de Radio y Televisión, nuevos productos informativos, así como proponer mejoras a los ya existentes y llevar a cabo su realización y producción.
- Mantener permanentemente informado al director de radio y televisión de las informaciones más relevantes a incluirse en los productos informativos y recibir de éste las instrucciones para garantizar el buen manejo de los contenidos noticiosos.
- Distribuir coordinar las tareas entre los responsables de las áreas, a fin de buscar un equilibrio adecuado de las cargas de trabajo y el óptimo aprovechamiento de los recursos humanos, técnicos, materiales y financieros asignados.
- Establecer los vínculos de coordinación y comunicación con el jefe de información para el adecuado tratamiento de las informaciones.

- Servir como enlace con el área de comercialización para atender los requerimientos informativos de los actuales usuarios y/o nuevos suscriptores de los servicios que esta área produce.
- Vigilar que se establezcan medidas preventivas para el mantenimiento de los equipos e instalaciones disponibles, y en caso de fallas y/o descomposturas, solicitar al área respectiva su atención inmediata.
- Verificar que la realización y producción de los noticiarios y programas especiales se efectúe de acuerdo con la calidad y prontitud requeridas.
- Revisar y presentar oportunamente al director de radio y t.v., el reporte de incidencias del personal a su cargo y efectuar el trámite respectivo ante el área administrativa.
- Revisar y presentar periódicamente al director del área el informe de actividades realizadas, así como las proyecciones a corto y mediano plazos.
- Representar, en ausencia del director de radio y t.v., al área de radio en las reuniones internas y externas que se realizan, particularmente con el Instituto Mexicano de la Radio, e informar de los resultados a su superioridad.
- Participar en el diseño y desarrollo de los programas de capacitación de la agencia, en lo referente al área de radio, así como mantener sistemáticamente informado a su personal sobre el manejo de los distintos géneros periodísticos que se utilizan en el área (78).

Sergio Cárdenas Ribera, jefe de del departamento de radio, señaló que efectivamente, entre sus funciones principales está la de supervisar la buena realización de los noticiarios, verificar si en ellos están incluidas las principales informaciones que acontecen cada día de acuerdo a la política informativa de la agencia, así como mantener constante comunicación con los responsables de los noticiarios a fin de unificar criterios periodísticos relativos a la selección y jerarquización del contenido noticioso de los servicios que produce el área.

El señor Cárdenas mencionó que otra de sus responsabilidades es el manejo del personal que labora en el área de radio, relativo a vacaciones, días de descanso, guardias, etc, y es

el encargado de realizar los trámites respectivos ante el área administrativa.

Destacó que otra de sus funciones es asegurar que el equipo técnico utilizado en la emisión de los noticiarios esté en perfectas condiciones, por lo que debe estar pendiente de las fallas que se registren en los mismos para que de inmediato se dé el servicio de mantenimiento requerido. Sin embargo reconoció que por falta de presupuesto, algunas de las máquinas no han tenido el mantenimiento necesario por lo que se han ido deteriorando.

En lo que se refiere a la entrega de informes a las autoridades superiores, dijo que hasta el mes de febrero de 1989 el Consejo de Administración de Notimex solicitaba al Director General de la agencia un informe de actividades de cada área. En el caso de radio se detallaban las tareas encaminadas a la realización de los noticieros, el número de grabaciones de spots para el IMSS, número de estaciones de radio que recibían el servicio, etc.

Sobre la capacitación del personal adscrito a su área, mencionó que en el año de 1986 participó en la organización de un curso de locución para periodistas, y otro de actualización en la operación de equipo de audio.

**B. JEFE DE REALIZACION DE PRODUCTOS INFORMATIVOS.
(COORDINADORES)**

- Dirigir, controlar y supervisar al personal a su cargo, así como distribuir y coordinar los trabajos que deben realizarse en su área, procurando el máximo aprovechamiento de los recursos asignados.
- Seleccionar y jerarquizar la información a incluirse en el contenido de los productos noticiosos, de acuerdo a las políticas establecidas por la agencia.
- Participar en el diseño y realización de nuevos productos informativos y en la elaboración de las propuestas relativas al mejoramiento de los sistemas de trabajo.
- Revisar y corregir en su caso, los guiones de los noticiarios y programas especiales, verificando que éstos se ajusten a las políticas informativas y técnicas periodísticas establecidas.
- Dirigir en coordinación con el jefe de producción de audio, la transmisión de los noticiarios y programas especiales, vigilando que ésto se realice con la calidad y eficiencia requeridas.
- Revisar el registro de grabaciones efectuadas por los reporteros y seleccionar, tomando en consideración su calidad de audio, aquellas que por su importancia deben incluirse en los noticiarios y productos informativos.
- Enviar al jefe de producción de radio, los órdenes de edición para el tratamiento de las grabaciones efectuadas por los reporteros.
- Elaborar quincenalmente el reporte de incidencias del personal a su cargo y presentarlo con oportunidad al jefe del departamento de radio.
- Reportar al jefe del departamento de radio oportunamente las fallas y/o decomposturas de los equipos y mobiliario asignado a su área.
- Mantener permanentemente informado al jefe del departamento de radio sobre las actividades realizadas durante el día y preparar los informes solicitados por la superioridad, a fin de someterlos a consideración de su jefe inmediato (79).

En lo que se refiere a las funciones del jefe de realización de productos informativos, podríamos afirmar que las mismas hacen recaer en esta persona o al editor la carga más fuerte de responsabilidad del noticiero, pues depende de su buen criterio periodístico que el contenido general de este servicio se apege a los objetivos y políticas informativas de la agencia.

Efectivamente, al coordinador de noticiarios o editor le corresponde la tarea de selección y jerarquización de la

información a incluirse en los noticieros, así como su distribución al equipo de redactores.

También se encarga de corregir las notas elaboradas por los redactores y darles un orden numérico para conformar el guión del noticiero.

En el caso de que los reporteros de la agencia graben informaciones para los noticiarios, el coordinador o editor, se encargará de escucharlas y decidir, en su caso, si serán incluidas o no en el servicio.

Otra de las funciones importantes del jefe de realización de productos informativos es dirigir la transmisión de los noticieros, pero por lo general esta tarea la lleva a cabo sin la coordinación del jefe de producción de audio, debido a que es prácticamente imposible para esta persona permanecer en la agencia en los tres horarios en los que se transmiten estos tres servicios, A SABER, 8:00, 14:00 Y 20:00 horas.

En lo que se refiere a las labores administrativas, el coordinador del noticiero se encarga de reportar al jefe de radio los asuntos relacionados con faltas, días de descanso, guardias, vacaciones y días económicos del editor, los redactores y el ayudante de la redacción.

Como puede observarse, las funciones periodísticas del coordinador del noticiero o del editor se desarrollan sólomente con relación a los noticiarios ya que por razones

antes expuestas, en el área de radio no se produce otro tipo de programas.

En cuanto a la última función señalada en el Manual de Organización, ésta no se lleva a cabo ya que la única actividad que se realiza en el área es la elaboración del noticiero y el jefe de radio revisa la redacción del guión y la transmisión del mismo para verificar contenido y calidad de la emisión. En cuanto a la elaboración de informes por escrito éstos nunca han sido solicitados por la superioridad por lo que no existe ninguno hasta la fecha en que se escribieron estas líneas.

Como habíamos visto, el puesto de editor no fue considerado en el organigrama, pero en la práctica esta persona asume las funciones del coordinador del noticiero en su ausencia, y cuando él está realiza las actividades de los redactores.

C. REDACTOR

- Recibir la información seleccionada previamente por el jefe de realización de productos informativos y clasificarla de acuerdo a su importancia.
- Redactar las informaciones con base a las normas de estilo y redacción establecidas para el área de radio.
- Participar en la integración de los guiones de los noticiarios y programas especiales.
- Transcribir mecanográficamente las grabaciones de los reporteros y otras informaciones que ordene su jefe inmediato (80).

Las tareas del redactor ciertamente corresponden a las primeras tres funciones descritas en el manual de organización del área. En cambio, en lo que respecta a la

cuarta función, ésta no se lleva a cabo ya que no se transcriben mecanográficamente las grabaciones de los reporteros.

En los inicios del noticiario se contaba con personal que se abocaba especialmente a esta tarea, pero con el recorte presupuestal del que hablamos en líneas anteriores, se prescindió de los servicios de este personal y actualmente nadie desempeña esta función.

D. JEFE DE PRODUCCION DE AUDIO

- Dirigir, controlar y supervisar al personal a su cargo, así como distribuir y coordinar los trabajos que deben realizarse en su área, procurando el máximo aprovechamiento de los recursos humanos, técnicos y materiales asignados.
- Participar en el diseño y producción de programas especiales y en la elaboración de las propuestas relativas al mejoramiento de los sistemas de trabajo.
- Coordinar las acciones encaminadas a la producción de los noticiarios y dirigir conjuntamente con el jefe de realización de productos informativos su transmisión, vigilando que se realice con la eficiencia, calidad y tiempos establecidos.
- Presentar al jefe de realización de productos informativos el reporte de grabaciones realizadas por los reporteros, calificando el grado de calidad del audio, a fin de que éstas sean incluidas en los noticiarios y/o programas especiales.
- Elaborar semestralmente el programa de mantenimiento preventivo de los equipos e instalaciones existentes en el área de radio y presentarlo al jefe de departamento de radio.
- Supervisar el uso adecuado de las instalaciones y equipo, y reportar al jefe del departamento de radio oportunamente las fallas y/o descomposturas que sufran los mismos.
- Racionalizar el material que se utiliza en la producción de los noticiarios y programas especiales y procurar la existencia mínima indispensable del mismo, que permita cubrir sin contratiempos las necesidades del área de radio.
- Elaborar quincenalmente el reporte de incidencias del personal a su cargo y presentarlo con oportunidad al jefe del departamento de radio.
- Mantener permanentemente informado al jefe del departamento de radio sobre las actividades realizadas durante el día y preparar los informes solicitados por la superioridad a fin de someterlos a consideración de su jefe inmediato (81).

Para hablar sobre estas funciones se entrevistó al señor Enrique Meza, Jefe de Producción de Radio, y nos informó que en efecto, sí dirige y controla al personal a su cargo principalmente en cuanto al aspecto administrativo ya que en lo que se refiere a la jefatura digamos operativa periodística su labor consiste sólo en supervisar la realización y producción de los tres noticiarios a cargo de los operadores de audio (82).

En cuanto al aprovechamiento de los recursos humanos, técnicos y materiales asignados, nuestro entrevistado dijo que este punto no se cumple ya que tanto el equipo como el personal asignado a su área permanece prácticamente inactivo por la falta de trabajo. Se refirió a los recursos técnicos del área señalando que el equipo que se trabaja actualmente es el mismo con el que se iniciaron los noticieros además de que no se le da un servicio de mantenimiento programado, por lo que se ha ido deteriorando.

Esto indica que en efecto, los recursos de radio no brindan una máxima eficiencia en su desempeño o lo que es lo mismo, no son aprovechados en toda su capacidad, por la falta de objetivos claros en el área y por ende de programas de trabajo que se traduzcan en beneficio de la empresa.

Sobre los recursos materiales, el jefe de producción de radio nos informó que se trabaja principalmente con cintas de grabación que tienen ya un uso de tres años por falta de presupuesto para obtenerlas nuevas. El uso de cintas muy

usadas incide desfavorablemente en la calidad del sonido, en el mejor de los casos, pues ha ocurrido que la transmisión se ha detenido al pararse la grabadora que está reproduciendo dichas cintas.

Por otra parte dijo que sí participa en la producción de programas especiales, principalmente en la selección de música, en la búsqueda de las mejores voces para determinado programa, en la revisión de la calidad de las grabaciones para que tengan buen un nivel.

Al referirse a la "elaboración de las propuestas relativas al mejoramiento de los sistemas de trabajo" Enrique Meza dijo que ésto no se lleva a cabo porque no se cuenta con un apoyo económico, ésto es, que no hay oportunidad de desarrollar planes de trabajo que tengan perspectivas de aplicarse o llevarse a la práctica constantemente.

En cuanto a la tercera función que se le asigna en el manual, acerca de coordinar las acciones encaminadas a la producción de los noticiarios, señaló que ésta sí se cumple, pues se trata de buscar una coordinación con el jefe de realización de servicios informativos para cuidar conjuntamente la transmisión del noticiero previniendo los posibles contratiempos que puedan surgir, por ejemplo, la falta de algún equipo durante la emisión o el cambio del esquema inicial de transmisión motivado por la introducción de una nota a último momento, etc.

Sobre la siguiente función el jefe de producción dijo que ésta no se cumple ya que actualmente por lo general no hay grabaciones de reporteros por lo que no es necesario presentar ningún informe sobre las grabaciones de los reporteros. El jefe de realización de productos informativos dispondrá entonces para organizar su noticiario de las notas elaboradas por los redactores.

Enrique Meza dijo que tampoco desempeña la función que se refiere a la elaboración semestral de un programa de mantenimiento preventivo de los equipos e instalaciones del área de radio, ya que existe un departamento de mantenimiento del área de televisión de la agencia que es el que se encarga de esta tarea. Aclaró que solamente le corresponde al jefe de producción de radio resguardar los escritorios, las sillas y la máquina de escribir que se encuentran en el estudio de grabación, mientras que el equipo de cabina o recinto acústico está bajo la responsabilidad del mencionado departamento del área de televisión.

Nuevamente vemos que en la descripción de funciones el resguardo de estos recursos es responsabilidad de dos departamentos, de dos áreas diferentes, creando una duplicidad de funciones y fuga de responsabilidad, hecho que precisamente trata de evitar una buena organización.

En cuanto a la supervisión del uso adecuado de las instalaciones y equipo, señaló que durante la transmisión de

los noticiarios se procura siempre dar el uso correcto del equipo, buscando que se obtenga de él el mayor rendimiento. Mencionó que un caso de utilización indebida del equipo consiste en que el operador de audio no abra el canal indicado a la consola que en un momento dado debe de estar funcionando. Otro ejemplo de mal uso del equipo de por sí ya deteriorado es que sea utilizado para fines ajenos al trabajo para el que está diseñado. Indicó que el reporte de las fallas que se detectan en el equipo se remite al jefe del departamento de radio para que a la brevedad posible sea arreglado para que el trabajo de las siguientes emisiones sea de buena calidad.

Por otra parte afirmó que la racionalización de los recursos materiales no existe y que ante la falta de medios nuevos como cintas de grabación, éstos se tienen que reciclar. Dijo que en su área no existe un stock de cintas vírgenes para los trabajos que pudieran surgir; sin embargo, el jefe del departamento de radio sí cuenta con esos recursos, por lo que es él quien en un momento dado lo proporciona en caso necesario. Esto se debe a que en cabina no hay un lugar destinado para tener ese material disponible y para evitar pérdidas del mismo.

No obstante dijo que hay problemas cuando el jefe de redacción no dispone del material requerido al momento, por lo que se tiene que solicitar al almacén de la agencia, en donde debe haber existencia de ese material, aunque agregó

que también se dan casos en los que no disponen del mismo. Esta situación provoca que se pierda la oportunidad, que es una de las principales características del trabajo periodístico pues una tardanza en la entrega del mismo lo puede hacer obsoleto.

Enrique Meza citó un caso en el que Notimex se comprometió con el Instituto Mexicano del Seguro Social a entregarle el 31 de noviembre de 1989 21 spots que se grabaron en el departamento de radio de la agencia un día antes. Sin embargo, por falta de material y fallas en el equipo, el trabajo se entregó hasta el 23 de diciembre, lo cual dejó un mal precedente para el servicio que presta Notimex en esta área.

Cabe aclarar que este servicio que presta Notimex al IMSS se debe a un convenio suscrito por ambas dependencias. El acuerdo consiste en que Notimex realiza trabajos de radio y de televisión para el Instituto, en pago de un viejo adeudo que tiene con éste. Enrique Meza precisó que el contenido de los spots van desde campañas de cobranzas en donde el IMSS pide a los patrones que paguen sus cuotas hasta la difusión de los servicios que presta esta institución de salud y campañas de prevención de enfermedades. Una vez grabados, el IMSS distribuye éstos spots a los medios de comunicación a nivel nacional.

E. LOCUTOR

- Conocer con la debida anticipación el contenido del guión de los noticiarios y programas especiales, y, en caso de duda, solicitar la aclaración por parte de los jefes de producción de audio y realización de productos informativos.

- Dar lectura exclusivamente al contenido informativo de los guiones durante la grabación y/o transmisión en vivo de los noticiarios y programas especiales, en los tiempos establecidos para cada caso, con la dicción, velocidad y continuidad requeridas (83).

F. OPERADOR DE AUDIO.

- Operar los equipos de audio durante la grabación y/o transmisión en vivo de los programas especiales y noticiarios, así como para la recepción, edición y envío de notes informativas a los distintos usuarios de estos productos tales como: radiodifusoras y canales de televisión (84).

- Mantener en condiciones de operación el equipo a su cargo y reportar al jefe de producción de audio las fallas y/o descomposturas que sufran por el constante uso.

- Enviar oportunamente la señal de audio a la central de distribución de Teléfonos de México y/o usuarios de los servicios informativos de la agencia, a fin de establecer el enlace necesario para la transmisión de los noticiarios y programas especiales.

- Verificar con los responsables de la central de distribución de Teléfonos de México y/o usuarios de los servicios la adecuada recepción de la señal y reportar diariamente los resultados al jefe de producción de audio. (84)

Los señores Esteban Martínez y Ernesto Martínez, quienes desempeñan el cargo de operadores de audio en el noticiario matutino, señalaron que en general todas las funciones asignadas a este puesto en el manual de organización se realizan al pie de la letra, tomando en cuenta que sus actividades giran en torno a los noticiarios, ya que no se producen en Notimex otro tipo de programas especiales más que la grabación bimestral de tres spots para el IMSS. (11)

5. RECURSOS HUMANOS

Para desempeñar las tareas informativas de los tres noticiarios que transmite el área de radio, la agencia tiene contratado al siguiente personal:

(83) Manual de organización del depto de radio, op. cit. p. 16

(84) Ibid,

Jefe de departamento	1
Jefe de oficina	3
Editor	3
Redactor	14
Locutor	10
Operador	9

total de personal	40
-------------------	----

Como ya se había mencionado, el personal auxiliar, o los dos ayudantes del área no son tomados en cuenta en el organigrama por lo que nosotros anotamos que el total de personal que opera en el área son 42 personas.

Cabe señalar que en el caso del personal de locución y transmisión de los noticieros, existe personal de guardia que los suplente los fines de semana y días festivos. Esto quiere decir que de los diez locutores que hay en total,

cuatro trabajan estos días, y de nueve operadores de audio, cuatro cubren estas fechas.

La relación del personal del departamento de radio hasta el 30 de abril de 1989 es la siguiente:

Jefe del Departamento: Sergio Cárdenas Ribera.

PERSONAL DE REDACCION

Puesto	Nombre	Turno	Descansos
--------	--------	-------	-----------

Jefe de Oficina	Mónica Alvarez L.	Matutino	Sábado y
			Domingo c/15 días
Editor	Graciela Ornelas P	"	" "
"			
Redactor	Francisco Moreno J.	"	" "
"			
Redactor	Maricela Pérez G.	"	" "
"			
Redactor	Laura Alba G.	"	" "
"			
Jefe de Oficina	Leticia Mancilla V.	Vespertino	Sábado y
			Domingo c/15 días
Editor	Bárbara Monroy G.	"	" "
" "			
Redactor	Luis Villanueva U.	"	" "
" "			
Redactor	Jorge Castro C.	"	" "
" "			
Redactor	Bianca Hernández R.	"	" "
" "			
Jefe Oficina	René Avila C.	Nocturno	Sábado y
			Domingo c/15 días
Editor	Salvador Ramos G.	"	" "
" "			
Redactor	Gaspar Fé A.	"	" "
" "			

Redactor	Macrino Silva G	"	"
"	"		
Redactor	Igor Herrera F.	"	"
"	"		

PERSONAL DE PRODUCCION

Jefe Oficina Enrique Meza (Jefe de Producción)

Operadores Audio.	Turno.	Descansos.
Ernesto Martínez B.	6:00 a 12:00	Sábado y Domingo
Esteban Martínez	7:00 a 13:00	" "
Ricardo Bavines	15:00 a 21:00	" "
Luis Acosta F.	17:00 a 23:00	" "

Operadores de fin de semana y días festivos.

Raúl Segura.	6:00 a 15:00
Reynaldo Muñoz	6:00 a 15:00
Otilio Domínguez	14:00 a 23:00
Miguel A. González	14:00 a 23:00

Locutores.

Concepción Avila.	8:00 a 8:30
Eugenio Sánchez A.	8:00 a 8:30
Octavio Soliz T.	14:00 a 14:30
Alma Sepúlveda	14:00 a 14:30
Victoria Mondragón	20:00 a 20:20
Humberto Vélez	20:00 a 20:30

Locutores de fin de semana y días festivos.*

Héctor Flores O.

Rosaura Ibarra M.

Ludmila Martínez J.

Carlos Mata P.

*Ellos trabajan en los tres noticiarios de sábado y domingo
cada 15 días.

III. PROCESO DE ELABORACION DEL NOTICARIO "SINTESIS INFORMATIVA.

A. ELABORACION DEL GUION RADIOFONICO.

Como ya habíamos mencionado en capítulos anteriores, el área de radio de Notimex sólo elabora un servicio informativo en tres emisiones diarias que es el noticiario "Síntesis Informativa"

El trabajo periodístico es una labor que requiere de muchas actividades por parte del grupo de personas que lo realizan. En Notimex, son los reporteros y corresponsales quienes se encargan de investigar la noticia y enviarla a la redacción central de la agencia, para que los redactores le den a la información el "toque" necesario para transmitirla a sus suscriptores.

El servicio de radio de Notimex retoma para sus noticiarios esa información recabada ya que esta área de la Agencia no dispone de reporteros propios, pues se daría ahí una duplicidad de funciones.

Pero cabría aquí hacer algunas especificaciones sobre la radio pues nuestro trabajo se centra en el servicio que presta Notimex a través de este medio de comunicación electrónico.

Para poder entender un poco mejor cómo se da el proceso de comunicación radiofónica, revisaremos el modelo propuesto

por Shannon y Weaver, cuya transmisión de señales por radio tienen los siguientes elementos:

a) Fuente o emisor, que es la propia estación radiofónica que genera una corriente alterna a una determinada frecuencia"

b) La fuente alimenta o se relaciona con el segundo elemento del sistema que es el codificador o propiamente el transmisor de radio que modula o cambia algunas señales propiamente dichas. Podemos localizar materialmente cómo la antena de la estación que emite al espacio la onda modulada. Como podemos observar, el emisor y el codificador en cierta manera son lo mismo"

c) El tercer elemento de nuestro sistema es el canal que no es otra cosa que el mismo aire por donde se desplaza la información por medio de las ondas herztianas.

d) El canal cumple su cometido y transporta la información que es recibida por el aparato receptor de radio que, a su vez, capta la onda, la detecta, la amplifica y la decodifica transformándola en mensaje original que dio lugar a la señal, iniciándose otro sistema de comunicación, es decir, el que se establece entre el aparato receptor de radio y el destino.

e) El destino, que es el último elemento de nuestro sistema, el radioescucha.

f) El ruido, es otro atributo del sistema y uno muy importante, porque se presenta en todas partes: invade a todo el sistema, distorsionándolo y provocando que el mensaje no sea tan fiel como fue emitido" (85)

Si traslapamos esta teoría de Shannon y Weaver a nuestro estudio, vemos que Notimex es la fuente productora del mensaje radiofónico, su antena es el transmisor-emisor que codifica y modula el mensaje en señales; el aire es el canal que transporta la señal, el receptor decodificador de las señales son las 13 estaciones de radio que reciben el servicio de los noticiarios de Notimex y el destino es su auditorio, pues es a él a quien va dirigido el mensaje.

El servicio radiofónico que ofrece la Agencia es netamente de carácter informativo a través del noticiario.

Jimmy García señala que el noticiario "es el espacio dedicado única y exclusivamente a dar noticias en forma escueta y

(85) Romo Gil Ma. Cristina. Introducción al estudio y práctica de la radio.
pp. 14-15

concreta. Se puede dividir en secciones para parcelar la noticia de acuerdo a su naturaleza, políticas, sociales, económicas, religiosas, nacionales, internacionales, etc., o se pueden mezclar unas con otras". (86)

Por su parte, Mario Kaplúm señala que el noticiero o informativo es un servicio permanente de una emisora que se ofrece a determinadas horas. La unidad y componente de este servicio es la noticia" información sintética y escueta de un hecho, expuesta generalmente en menos de un minuto, sin mayores detalles y sin comentarios" (87)

SU ELABORACION

El personal que interviene en la elaboración del noticiero Síntesis Informativa es el auxiliar de la redacción, redactores, editores y coordinadores o jefes de servicios informativos

En el caso de radio, el ayudante de turno se encarga de cortar los cables que llegan de las agencias de noticias AFP y DPA, así como del "hilo de Notimex". Los sábados y domingos, que son sus días de descanso, su trabajo es realizado por el responsable del noticiero y el redactor en turno, ya que el resto del personal también descansa. Su trabajo coincide con las afirmaciones de Jimmy García, en el sentido de que

"el auxiliar de redacción es la persona que está revisando los cables que salen de los teletipos, los selecciona de acuerdo al tipo de noticia y su tema y los va pasando a la mesa del redactor; ayuda a buscar la información con las fuentes

(86) García, Jimmy. La radio por dentro y por fuera. p. 311

(87) Kaplúm, Mario. Producción de programas de radio. p. 134.

requeridas por los redactores, colabora en la armada del material que pasará al aire y en fin, es participante de un noticiero" (88)

El coordinador del noticiero, o en su ausencia el subcoordinador, revisan nota por nota, tanto de información nacional como internacional, para seleccionar aquellas que integrarán el noticiero. Desde luego que el contenido de las noticias que se transmitirán debe corresponder a la política informativa de Notimex, la cual está definida en los objetivos de la agencia.

"La selección de la información debería priorizar las noticias serias, que realmente importan, especialmente las que conciernen al desarrollo nacional; relevar los hechos políticos y económicos; conceder la debida importancia a los problemas sociales y a las cuestiones laborales y gremiales; dar el lugar que corresponde a las noticias que se relacionan con la educación, como así también a las culturales, científicas y técnicas. En cambio habrá de otorgar mucho menos espacio a noticias triviales, a la información de espectáculos deportivos y a la crónica roja (crímenes, asaltos).

Otra pauta significativa estaría dada por la importancia que se le asigne, en el conjunto de la información nacional, al interior del país y a la población rural. Y, en el caso internacional, por el interés que se les adjudique a las noticias procedentes de países latinoamericanos y por el equilibrio que se establezca entre las distintas regiones del globo, incluido el Tercer Mundo y el área socialista" (89)

El guión del noticiero "Síntesis Informativa" está integrado por un bloque de notas nacionales, otro de internacionales, incluyendo grabaciones de reporteros y corresponsales e información del estado del tiempo, además de las cabezas iniciales y finales, que es un compendio de la información más relevante que es necesario destacar al inicio del noticiero para atraer la atención del auditorio.

Cuando hay información grabada por reporteros, los operadores de audio o técnicos de control elaboran una bitácora en la que van anotando la hora en la que la

(88) García, Jimmy. op. cit. p. 346

(89) Kaplún, Mario. op. cit. pp. 218-219

reciben, procedencia, el tema, el nombre del reportero, el número de cartucho o cinta en que la grabarán y sus iniciales a fin de que la persona que la revise sepa quién las registró. Los redactores elaboran una entrada para cada nota de diez segundos, aproximadamente, que es un avance muy breve del contenido de la grabación. Asimismo, el coordinador escucha las informaciones de los reporteros para decidir si es necesario o no editarlas. La edición es el proceso de "limpiar" o quitar palabras, frases o párrafos que no sean de interés así como ruidos que vician la grabación, y jerarquizarlas según la importancia de la nota para tenerlas listas conforme al orden de la lectura del noticiero. Mario Kaplún nos hace algunas recomendaciones sobre la edición:

Al editar, hay que evitar discontinuidades en la exposición del tema. Un pasaje puede ser suprimible por carecer de interés, pero, si se lo omite, el pasaje siguiente puede resultar incomprendible por ser continuación del anterior o estar referido al mismo asunto. Es necesario pues revisar los fragmentos seleccionados para verificar si conservan ilación y sentido por sí mismos. A veces, para poder eliminar un pasaje sin quitarle significación al que lo sucede, se hace necesario intercalar una breve explicación a modo de puente en la voz del locutor, o reformular la pregunta de tal manera que permita comprender la respuesta.

Hay que evitar asimismo que se noten los cortes. Un corte puede notarse si, para empalmar dos fragmentos, se inserta entre ellos una pausa de silencio inerte, sin ambiente, (es decir, un pedacito de cinta virgen). Cuando hay que empalmar dos fragmentos, es preciso hacerlo con un pedazo pequeño de cinta con ambiente registrado en el mismo lugar donde se efectuó la entrevista (90).

Para otros autores la edición constituye un proceso de montaje radiofónico. Por ejemplo Mariano Cebrián Herrero anota los siguientes:

"En el montaje radiofónico se produce inicialmente un proceso técnico...El montaje técnicamente puede efectuarse mediante corte, edición y mezclas de la mesa de control. El corte es la acción y efecto de juxtaponer dos trozos de cinta. Plantas

problemas de saltos bruscos de sonido, además de los resultantes del deterioro de la cinta. Es preferible el montaje por edición electrónica. La edición se hace mediante un mecanismo electrónico que yuxtapone los sonidos sin necesidad de cortar la cinta. Gracias a la aesa de mezclas el montaje puede efectuarse directamente". (91)

Entonces, en el caso de que se incluyan grabaciones en el noticiero, el coordinador entrega al operador de cabina una orden de edición que es la secuencia de las grabaciones de reporteros. Si éstas son muy importantes, pero su calidad de audio es tan mala que es imposible escucharlas, entonces se transcriben y se redactan para incluirlas por escrito en el guión.

En el plano nacional, la información que se destaca invariablemente es la relacionada con las actividades del Presidente de la República, luego el trabajo de los secretarios de Estado, del regente capitalino, gobernadores, procuradores, partidos políticos, Cámara de Diputados y Senadores, centrales sindicales (CTM, CROM, CNC, CNOP, etc), deportes, espectáculos y nota roja.

Por ejemplo, como se puede observar en el guión del noticiero de las 8:00 horas del día miércoles 18 de febrero de 1989, la primera noticia que se destaca, tanto en las cabezas del noticiero como en el guión, son las declaraciones del Presidente Carlos Salinas de Gortari, en el sentido de que "México no se vinculará a ningún bloque económico Comercial". Otra de las notas que resalta el noticiero es la referente a las actividades del secretario de Hacienda y Crédito Público, Pedro Aspe, en el marco de la renegociación de la deuda externa mexicana.

(91) Cebrían Herreros Mariano. La Mediación Técnica de la información radiofónica, p. 133

En cuanto a la información internacional las noticias tienen prioridad atendiendo a la política exterior de México, es decir, interesa dar a conocer los hechos que se registran en los países afines al nuestro, desde el punto de vista económico, político, diplomático, social y cultural. Por ejemplo, se destacan los acontecimientos acaecidos en los países Latinoamericanos, así como los de Estados Unidos, por su cercanía geográfica y relaciones de todo tipo con nuestro país y desde luego, también se informan los principales acontecimientos de Europa y Africa.

Por supuesto que en el noticiero siempre se incluirán las noticias que son manejadas por todos los medios de información para asegurar a Notimex un lugar importante en cuanto a que sea una fuente oportuna y digna de crédito en el mercado de la información.

Por ejemplo, en el noticiero matutino del 10 de febrero, la noticia internacional más importante fue la propuesta del Presidente Estadunidense George Bush, en lo relativo al presupuesto para el año fiscal de 1990. Esta información es destacada por la incidencia que tiene dicho presupuesto en la asignación de capitales a otros países para "Ayuda humanitaria" o "ayuda militar" , principalmente a países centroamericanos que rigen su política y actividades económicas conforme a los lineamientos del gobierno estadunidense como es el caso de los gobiernos de Honduras El Salvador. Otra información importante para Notimex fue el

rechazo de la iniciativa de paz de las fuerzas insurgentes salvadoreñas por parte de las fuerzas armadas de ese país.

Una vez seleccionada la información, el responsable del noticiario reparte las notas a los redactores para que se redacten con un lenguaje radiofónico y se le dé el formato de guión para este medio.

El guión o libreto es algo más que un texto; es la estructura auditiva codificada por escrito; el proyecto de la emisión sonora (Dúoño); la pauta del mensaje sonoro* (Beltrán). Es el esquema detallado y preciso de la emisión, que comprende el texto hablado, la música que se va a indicar y los efectos sonoros que se insertarán, e indica el momento preciso en que se debe escuchar cada caso. Sólo con esa guía detallada (de ahí su nombre de guión) es posible producir buenos programas y evitar toda confusión, toda improvisación, a la hora de su montaje (92)

El libreto es el plano o el plan de trabajo que debe seguirse al pie de la letra' por ello se requiere que sea lo más explicativo posible, para que, quienes lo interpretan, lo hagan respondiendo plenamente a la idea de su autor. (93)

Jimmy García agrega que cuando se comienza a escribir el libreto se debe tener un orden lógico de cada una de las ideas, para ir las desarrollando en forma que respondan las unas a las otras y aunque la variedad es importante, ésta debe conservar siempre una unidad en el tema, el estilo y la argumentación; y no hacer una mezcla que desconcierte o disperse la atención de los oyentes" (94)

Mario Kaplúm sugiere que el libreto se diagrame a dos columnas: a la izquierda, una pequeña de unos 12 espacios; y a la derecha la columna principal. Los nombres de los locutores o personajes que deben hablar, escritos en letras mayúsculas, se ubican en la pequeña columna de la izquierda; y a continuación, a la derecha, lo que ese locutor o personaje debe decir, esto es, el texto o parlamento

(92) Kaplúm Mario, op. cit. p. 290

(93) García Jimmy, op. cit. p. 258

(94) Ibid. p. 307

correspondiente. Cuando se desea indicar una inserción musical, se pone en la columna de la izquierda la palabra CONTROL y a la derecha la indicación correspondiente en mayúsculas y subrayadas. Los sonidos también se indican de la misma manera, en mayúsculas y subrayadas, sea que se trate de efectos sonoros pregrabados, operados por el técnico en su mesa mezcladora. (95)

En el caso del guión de nuestro noticiario, efectivamente se trabaja a dos columnas en la hoja y a la izquierda se señala la indicación al locutor u operador y a la derecha el texto de la información. Como veremos más adelante, las sugerencias de estos autores para la elaboración del guión no se siguen al pie de la letra.

Sin embargo, el encargado del noticiario no señala qué duración debe tener cada nota grabada o redactada en texto para radio, lo cual es un dato muy importante pues con la suma del tiempo de cada nota que integra el guión se puede calcular la duración total del noticiario. Jimmy García señala que a una cuartilla de 20 líneas se lee a un ritmo conveniente en un minuto por lo cual, cinco minutos de noticias requieren de cien líneas" (96). Por lo general dos líneas se leen en diez segundos, por lo que la lectura de un párrafo de cuatro líneas, que es lo ideal en radio, se hace en 20 segundos.

Cuando las notas del noticiario están redactadas para radio, el coordinador revisa estilo, ortografía y sintaxis.

(95) Kaplón Mario. op. cit. p. 291

(96) García Jimmy. op. cit. p. 33

Ma. Cristina Romo Gil señala en su libro Introducción al Conocimiento y práctica de la radio, que al redactor noticias radiofónicas se deben tomar en cuenta las siguientes características :

- a) Son inmediatas
- b) Dan la información suficiente para conocer un hecho. Adelantan lo que otros medios ampliarán posteriormente
- c) Hace participar de los acontecimientos a quien la escucha y no solamente en las transmisiones directas.

Por estas razones la noticia radiofónica:

- a) debe ser absolutamente actual. A diferencia del periodista de prensa impresa que trabaja sobre las noticias del día, el periodista radiofónico piensa en las noticias de última hora.
- b) Debe ser clara, precisa y sencilla
- c) Debe ser completa y rápida
- d) De ser posible debe ser instantánea
- e) Debe ser corta pero completa (97)

Además agrega que la noticia para radio es aquella que tiene un interés especial para el público, por su importancia, su localidad, oportunidad y claridad.

Posteriormente, a las notas o grabaciones, se les da un orden jerárquico de acuerdo a su importancia informativa y se numeran a fin de que se facilite el manejo de las hojas que conforman el guión, tanto para el coordinador, el locutor y el operador de cabina.

Va numerado el guión, se reproduce 5 veces pues será distribuido de la siguiente forma: una copia para el coordinador (quien a su vez realiza el trabajo de producción), dos para los locutores y dos para los operadores de cabina.

Entendemos por producción la manera de hacer el noticiario pero no desde el punto de vista técnico sino de decidir la forma de su transmisión; este trabajo se hace en función del tiempo establecido de la emisión, por lo cual el productor tiene la capacidad de suprimir o alterar el contenido de las notas, dirige a los locutores haciéndoles indicaciones si están leyendo bien o mal, si su lectura debe ser más pausada o más rápida, etc, también da instrucciones a los técnicos de cabina para que den entrada a tiempo de la música o voz de los locutores, los previene de las grabaciones que saldrán al aire en el mismo momento de la emisión así como de los cortes promocionales, etc.

Por lo general, el quión debe estar listo por lo menos 15 minutos antes de que el noticiario se transmita al aire en sus tres horarios, con el propósito de que los locutores puedan darle una rápida leída antes de salir al aire y poder hacer correcciones de última hora.

Como los noticiarios formales tienen prefijados sus horarios, se sabe con la debida anterioridad de cuánto tiempo se dispone para tener listo el material de cada emisión; lo que presupone que los directores y jefes de redacción deban exigirle a su personal que sinio media hora antes debe estar listo todo el noticiario, para tener tiempo de revisarlo, armarlo y darle una continuidad lógica a las diferentes secciones y un órden adecuado a las noticias (98)

Cabe mencionar por otra parte que el periodista de radio en Notimex enfrenta algunos obstáculos que él mismo tiene que superar para que pueda realizar su trabajo de la mejor manera que van desde la falta de información, hasta la carencia de material.

(98) García Jimmy. op. cit. p. 328

Por ejemplo, en el caso del noticiero de las 9:00 horas, es muy frecuente la falta de información; ésta proviene únicamente del hilo de notimex. Sin embargo, algunas veces este "hilo" está incompleto ya sea porque varias notas fueron extraviadas el día anterior, o por que fueron sustraídas por alguien, etc, y alguna información que merecía ser destacada en el noticiero por su grado de importancia, ya no puede incluirse. Otro problema es que esta información ni siquiera puede ser retomada de otros medios como los periódicos, por ser ésta una instrucción de los responsables del área. Entonces, el noticiero se transmite sin información importante y eso le resta calidad.

En otras ocasiones, el trabajo se retrasa desde su primera etapa debido a que la oficina en la que se encuentran instalados los télex se encuentra cerrada con llave, por lo que no pueden cortarse los cables de las agencias internacionales ni los de Notimex. Lo peor de todo es que al personal no se le ha suministrado una llave para evitar este problema. Cuando ésto ocurre, y si se cuenta con suerte, se trabaja únicamente con la información que accidentalmente quedó afuera de esa oficina, ya sean cables o el guión del noticiero nocturno del día anterior, sobre la mesa de redacción y con eso se trabaja. Cuando ni siquiera se dispone de este material, entonces se solicita información a la mesa central de notimex y ahí se recupera el material, pero por supuesto, todo ésto causa pérdida de tiempo que redunde en un trabajo improvisado y de mala calidad.

Otra situación que se presenta en relación a la falta de información es cuando la agencia no ha transmitido alguna noticia importante, principalmente por política informativa o por que a los reporteros se les fue la nota, cosa que casi no ocurre. Recuerdo por ejemplo que cuando el embajador de Estados Unidos en México era John Gavin, emitía declaraciones dolosas en perjuicio de nuestro país, principalmente referentes al narcotráfico lo que repercutió en la afluencia de turismo en México. Se nos prohibía manejar ese tipo de declaraciones y salvo casos excepcionales, el responsable del noticiero era autorizado por el editor en jefe de la mesa central para incluir alguna información referente al diplomático.

Esto implica que cualquier dato nacional que no esté en el hilo de notimex y que vaya a ser incluido en cualquier noticiero, debe ser autorizado por el responsable de la redacción central.

En lo que se refiere al personal, también se dan algunos problemas que inciden directamente en el trabajo.

Uno de ellos principalmente es el poco personal que integra cada equipo de redacción. Como se había apuntado en el capítulo anterior, son cuatro personas las que realizan el noticiero y la carga de trabajo se acentúa en el personal debido al rol de descansos. Por ejemplo, la mitad del personal descansa sábado y domingo cada 15 días y un día cada dos semanas, lo que implica que las personas que se

quedan tienen que desempeñar el trabajo de las otras dos, lo cual, desde luego, implica emplear más tiempo para redactar todo el material, checar grabaciones, corregir, etc, y ésto por mucho que se trate de hacer bien, acarrea deficiencias como problemas de ortografía, sintaxis y muchas veces en contenido de la información.

Si a esto añadimos que por enfermedad o por otras razones falta algún redactor exactamente el día que descansa alguno de sus compañeros, se han dado casos que sólo una persona tiene que hacer todo el trabajo con las consecuencias obvias.

Todo esto refleja problemas en la organización del área de radio, ya que no hay un equilibrio de los recursos humanos, materiales, técnicos y físicos para lograr la integración de un elemento compacto y uniforme que debe tener un noticiario radiofónico. Como bien señala José Antonio Fernández Arenas, "la organización es un sistema que permite una utilización equilibrada de los recursos. El propósito que se persigue es establecer una relación entre el trabajo (incluyendo sus herramientas y localización), y el personal que lo debe ejecutar" (99)

El jefe del departamento de radio, Sergio Cárdenas Ribera, nos dijo que estos problemas en general no se corrigen en parte por la falta de presupuesto para contratar personal que supla a los trabajadores en días de descanso o por

enfermedad y esto es realmente grave pues "...el esfuerzo humano resulta vital para el funcionamiento de cualquier organización; si el elemento humano está dispuesto a proporcionar su esfuerzo, la organización marchará; en caso contrario, se detendrá": (100)

Por otra parte, el área de redacción del departamento de radio cuenta con los siguientes recursos materiales:

3 mesas de trabajo para los redactores

7 máquinas de escribir mecánicas modelo Olimpia Internacional

1 telex del hilo de Notimek

7 sillas

1 máquina duplicadora modelo Duplex L-440 serial NO. 207041-24

B. TRABAJO DE PRODUCCION Y PROCESO DE TRANSMISION DEL NOTICARIO

En toda estación de radio o lugar en donde se realicen producciones para radio o trabajos de grabación, se requiere de un estudio

Un estudio se compone de dos compartimientos, cada uno con su entrada independiente: la sala - o estudio propiamente dicho- y la cabina, a la que también suele llamarse control o cabina de control. El estudio es la sala donde están los micrófonos y donde se sitúan los que van a hablar; en la cabina se encuentran los equipos y allí se ubica el técnico operador frente a los mandos de control, como asimismo el director del programa. Puede decirse que el estudio es el área "humana" y la cabina el área "mecánica" o "técnica".

La comunicación visual entre ambos compartimientos se logra mediante una gran ventana que permite la visibilidad recíproca. Para que no se filtren en la grabación ruidos procedentes de cabina esta tiene doble cristal o a veces triple. Las paredes del

estudio están revestidas de materiales aislantes y la puerta es maciza y de cierre hermético. Es muy común incluso que, para asegurar mayor aislación, hay una primera y luego una segunda puerta. No hay ventanas abiertas al exterior. Todo esto de modo de eliminar resonancias y reverberaciones y atenuar el brillo de la voz. El piso es silencioso: alfombrado o de material blando y absorbente, de modo que los pasos tampoco son audibles. Básicamente el equipamiento del estudio son los micrófonos, por lo menos dos.

Para permitir la intercomunicación auditiva con la cabina hay instalado un parlante. Por él puede escucharse la voz del director o el técnico impartiendo indicaciones e instrucciones; en un momento en que sea necesario, pueden salir por él un pasaje de la grabación, una música, etcétera, procedente de cabina. Otra forma de intercomunicación son las luces: algunos estudios están equipados también con un tablero de señales luminosas: la luz roja indica "silencio, no debe hablar ahora", cuando se enciende la luz verde, ella señala "micrófono abierto, ahora debe comenzar a hablar" (101)

El área de radio de Notimex dispone de su cabina de control y de su estudio, o recinto acústico.

El equipo con el que cuenta la cabina de radio de Notimex es el siguiente:

- mezclador de ocho canales Sonny estéreo full track
- 3 grabadoras Ampex ATR 700, de carrete abierto
- 1 grabadora Tascam Estéreo, de carrete abierto
- 1 cartuchera
- 1 deck Sonny estéreo (grabadora-reproductora de cassettes)
- 1 tornamesa profesional marca Broadcast electrónicos
- 1 amplificador de salida marca Teletec
- 2 distribuidores
- 1 fuente de poder
- 1 juego de audífonos
- 2 bafles para monitoreo.

Su recinto acústico es de tres por cinco metros. Tiene una construcción de tabique, de aproximadamente 20 centímetros de diámetro, una cavidad de aire de cinco centímetros y

tiene otra pared de tabla roca de tres centímetros, todo recubierto con material plástico. El frente son tres cristales colocados dos a 90 grados y uno a 70 grados con el objeto de disipar sonidos no deseados. Tiene dos micrófonos dinámicos (omnidireccionales) marca Beyer modelo B-60, dos pedestales, iluminación fría o fluorescente (no disipa calor), un tablero de conexiones, en donde están conectados micrófonos, teléfonos, etc, un amplificador de audiofrecuencias para monitoreo del personal que se encuentre en el recinto (locutores, grupos musicales, etc), una mesa de madera y atriles.

Con todo este equipo se realiza la producción y realización del noticiario "Síntesis Informativa"

Una vez redactado el quión del noticiario, se procede a la transmisión en vivo desde la cabina de audio.

El sonido en vivo desde cabina es todo segmento de la programación elaborado en el instante mismo de su emisión. De este sonido en vivo desde cabina hay que destacar como pieza clave de la enunciatón, radiofónica la presencia del locutor de continuidad, que intentará siempre seducir al auditorio, llamándolo discretamente o de forma escandalosa para que no deje de sintonizar la estación y sosteniendo continuamente un diálogo imaginario y a veces telefónico con él (102).

Media hora antes de la transmisión, el operador de cabina tiene que tener en orden las cintas o cartuchos de las notas grabadas de los reporteros, esto es, tiene que tener lista la orden de edición. Como señala Jimmy García,

los técnicos de grabación son los encargados de un estudio destinado a la grabación del departamento de noticias, y es el que recibe las llamadas de los reporteros para grabar, o hacen los puentes telefónicos para recibir una entrevista por este medio. o los montajes en cinta magnética en base al material que recogen los reporteros, y que, bajo su dirección, montan los técnicos de grabación. (103)

(102) El sonido de la radio. *op. cit.* p. 39

(103) García Jimmy. *op. cit.* p. 347

El principal instrumento de trabajo del operador o técnico de control es la mesa de mezclas o consola, pues es a través de ella que realiza todas las operaciones que se requieren en una transmisión.

El hombre de la radio tiene en la mesa de mezclas uno de los equipos más ricos para su actividad informativa. Es el corazón de la expresividad. La mesa permite cantidad de recursos. Es la oferta más generosa de la técnica. Por ella pasan, se cruzan, mezclan, interrelacionan todos los sonidos. Es la coctelera fónica. Sin su manejo o al menos sin un adecuado conocimiento de sus posibilidades, apenas se elaboran con agilidad al lenguaje informativo radiofónico en toda su potencialidad. La mesa de mezclas permite el paso de multiplicidad de canales y su respectiva manipulación expresiva (104)

La consola es "amplificador, regulador y mezclador del sonido" constituye el "corazón" de los estudios. A este aparato llegan los demás equipos que reproducen sonido, y para ello, tienen varias entradas o canales por donde recibe micrófonos, tornamesas, grabadoras, líneas telefónicas, etc... Amplifica, regula y mezcla el sonido que se procesa para salir al aire o grabarse. Tiene atenuadores de volumen, llaves o clavijas que permiten que un sonido salga al aire o se escuche dentro del sonido. Con la consola se puede hacer todo tipo de mezclas sonoras. Ejemplos: Voz con música, música con música, efectos de sonido con música. etc. (105)

La consola tiene que auxiliarse de un clavijero que le permita allegarle cualquier sonido del equipo en el momento que se necesita. Este clavijero dispone de un tablero donde están marcadas las terminales de conexión de cada equipo; allí tenemos sonidos de grabadoras, receptores de F.M., líneas telefónicas aisladas, tornamesas, decks, y todo lo que requiera en cualquier momento ser pasado por la consola.

En el tablero están marcadas las entradas de las clavijas, con números, marcas de los equipos y letras que las distinguen. Por ejemplo, una entrada corresponde a la grabadora A y otra a la consola. Enchufando un cable interconector entre las dos entradas, tenemos sonido de la grabadora a la consola o de la consola a la grabadora.

(104) Cebrían Herreros Mariano. Op. cit. p. 87

(105) García Jimmy. op. cit. pp. 81-82

También podemos tomar la entrada de una línea telefónica aislada y conectarla a la consola con lo cual tenemos sonido de la línea directamente a la consola.

Así, todo el equipo de Notimex anteriormente enlistado esta interconectado en el tablero de su cabina para poder realizar la producción y transmisión del noticiario.

En el sistema de interconexión de Notimex también están conectadas dos líneas telefónicas, las cuales se utilizan para recibir llamadas de corresponsales o reporteros o para enviar a través de ellas alguna señal que solicite cualquier medio de comunicación.

Asimismo dos líneas telefónicas privadas están directamente conectadas con la central de teléfonos Victoria que es la que se encarga de distribuir al interior de la República la señal que genera la cabina de radio de Notimex.

El operador o técnico de cabina establece el envío de señal a Central Victoria de Teléfonos de México media hora antes de que inicia cada emisión para probar si está limpia y sin ruidos para que proceda la transmisión del noticiario. El envío de señal es con música a través de una de las líneas privadas. Posteriormente el operador se comunica también por teléfono con sus colegas de central Victoria para verificar el estado de la señal.

Hay ocasiones en que la línea privada está dañada, entonces se debe de buscar una solución alterna para el envío de la

señal. Esta podría ser alguno de los teléfonos que se tienen conectados al tablero. Cada una de las estaciones tiene controlada una línea privada con la central telefónica más cercana y si no la tienen se conectan a través de un teléfono normal a la central telefónica correspondiente o si no llaman a Notimex para enlazarse a través de la vía telefónica normal.

Los casos de estaciones que no tienen línea privada con central telefónica y que llaman a Notimex para comunicarse por vía telefónica normal son Cancún, Cuernavaca y Tabasco.

Estas se conectan a través de los teléfonos que tenemos interconectados en el sistema de parcheo.

Los técnicos de Central Victoria certifican que la señal esté limpia y entonces se sigue el proceso normal de transmisión que es el siguiente:

Con diez minutos antes de la hora de transmisión se colocan en las grabadoras reproductoras todas las cintas y cartuchos que se vayan a usar como son:

-rúbricas

-notas grabadas de reporteros

-promocionales. Es la difusión de un evento o publicidad de interés cultural: campañas de salud o de carácter social que son grabadas por las dependencias gubernamentales para el uso del tiempo otorgado al gobierno en todos los medios de comunicación del 12.5 %.

Posteriormente, los audios se nivelan, esto es, la unificación de volúmenes de los aparatos que se utilizarán con el master del mezclador así como la voz de los locutores.

Después de esto se espera a que sea la hora señalada para iniciar un conteo regresivo por parte de los locutores para informarle a las estaciones suscriptoras que va a dar inicio el noticiero. La cuenta regresiva es de diez a cero y al llegar a cero todas las estaciones cortan sus emisiones para dar paso a la señal generada en la cabina de radio de Notimex.

Esta señal es la música utilizada en Síntesis Informativa que es "Odas" de Irene Papas y el Grupo Vangelis.

Tema Musical o "leit Motiv" o "Audiotipo" son los nombres que identifican la música que se convierte en la representación sonora de un programa, un personaje, una situación, etc. Con ella se busca que cuando se escuche, se relacione de inmediato con el objeto que caracteriza y representa.

Lo importante del leit motiv o audiotipo es lograr encontrar un trazo musical apropiado y significativo, que sirva de tema permanente hasta conseguir que el oyente lo reconozca y lo relacione (106)

Entonces el noticiero propiamente dicho comienza con su tema musical en primer plano unos 15 segundos, baja a fondo y el productor da la señal a los locutores para que comiencen a leer las cabezas del informativo, que es un compendio de la información tratada en el noticiero haciendo un corto recuento para que las personas que sintonizan tarde puedan recibir este servicio y con el sólo resumen sentirse un poco informados. La lectura de las cabezas se hace aproximadamente en 40 segundos, y al

terminar la música vuelve a subir a primer plano otros 15 segundos hasta desaparecer. En este momento, el técnico de cabina "suelta" la cinta que tiene grabado el primer corte promocional del noticiario que dura alrededor de un minuto. Cuando la música de éste se va desvaneciendo, el productor enciende la luz roja para prevenir a los locutores y al apagarse ésta se les da la señal para que empiecen a leer. La lectura de ambas es sincronizada, es decir, se alternan los párrafos de cada nota. Al terminar cada una de ellas en el guión se indica al operador que tiene que insertar un puente musical de 5 segundos para separarlas entre sí. Cuando la música del puente va desapareciendo, el locutor vuelve a prevenir a los locutores de que están próximos a entrar al aire nuevamente para que continúen la lectura del noticiario. En caso de haber grabaciones de reporteros o corresponsales, los locutores sólo leen la entrada de esta información, que es un lead de cuatro líneas, e inmediatamente después el operador hace funcionar alguna de sus grabadoras para insertar la grabación correspondiente. Cuando ésta termina el reportero da su crédito así: Olga Aguilar, Notimex, y acto seguido entra un puente musical y se vuelve a dar cue a los locutores. En general, ésta es la forma en la que se realiza la producción del noticiario hasta terminar nuevamente con las cabezas con el fondo del tema musical, el cual, al terminarse la lectura de las mismas, sube a primer plano, baja y desaparece.

Sobre la marcha de cada noticiario el productor va haciendo indicaciones a los locutores: si han mantenido igual su nivel; si la lectura debe ser rápida o más pausada, si es necesario que lean con más ímpetu, si es pertinente darle énfasis a algunas palabras o frases, si deben leer una nota con ironía o algún otro estado de ánimo, etc.

De igual forma indica a los operadores que deben estar preparados con todo el material a utilizarse en la transmisión, si deben subir más la música o bajarla, si el volumen de la grabación de un reportero es alto o bajo, si es necesario cortar una grabación al aire por cuestiones de tiempo, si se omite o no alguna sección, si los puentes deben ser mas cortos o si debe alargarlos para dar tiempo a cualquier imprevisto como espotear una cinta o esperar a que el locutor esté listo para entrar, etc.

Al finalizar la transmisión se les vuelve a preguntar a todos los lugares de envío cuál fue la calidad del noticiario por si se dio el caso de que la señal fue deficiente o falló la línea privada, o alguna central prever estos problemas para las siguientes emisiones y hacer los ajustes correspondientes.

C. MANEJO DE LA INFORMACION.

En este segmento trataremos de describir cuáles son las características de forma y contenido del guión del noticiario Síntesis Informativa; para ello tomaremos como ejemplo al azar 14 noticiarios de dos semanas, una del 23 al 29 de mayo y la otra del 17 al 23 de julio de 1989. La mayoría de ellos, son los noticiarios transmitidos en la primera emisión por tener más facilidad para conseguir los scripts. Sin embargo, los noticiarios de las otras dos emisiones no difieren casi en nada con respecto al primero pues se maneja por lo general la misma información. En cada nota que integra los guiones originales de los días referidos, se anota la fecha de su emisión, las iniciales de la persona que la redactó vgr: 23 de mayo de 1989 BHR. No obstante, se da el caso en el que el noticiario matutino del día siguiente, en este caso del 24 de mayo, aparezcan notas fechadas con el 23. Esto se debe a que en la primera emisión se consideraron notas ya redactadas del día anterior. Por ejemplo: 23 mayo 1989....Estados....MRG. Como podrá observarse en los guiones, no hay un formato de guión radiofónico igual en sus emisiones y ninguna de ellas se apega a las recomendaciones sugeridas por algunos especialistas.

El libreto o guión se diagrama a dos columnas; a la izquierda, una pequeña de unos 12 espacios, y a la derecha la columna principal. Los nombres de los locutores o personajes que deben hablar, escritos en letras mayúsculas, se ubican en la pequeña columna de la izquierda; y a continuación, a la derecha, lo que ese locutor o personaje debe decir, ésto es, el texto o parlamento correspondiente.

RAQUEL

Y Elsa y Pedro?

Quando se desea indicar una inserción musical, se pone en la columna de la izquierda la palabra CONTROL y a la derecha la indicación correspondiente en mayúsculas y subrayadas.

CONTROLCORTINA MUSICAL; CARNAVALITO POR H. DÍAZ

Los sonidos también se indican de la misma manera, en mayúsculas y subrayado, sea que se trate de efectos sonoros pregrabados, operados por el técnico en su mesa mezcladora.

CONTROLVIENTO FUERTE, HURACANADO (107)

En el caso de Notimex, los guiones se apegan un poco a la forma propuesta por Kaplúm, aunque con sus variantes. Por ejemplo, nunca se usan nombres propios, sólo se indica la palabra LOCUTOR y en lugar de usar CONTROL se utiliza OPERADOR.

Ya habíamos señalado que la información se retoma única y exclusivamente del hilo de Notimex, integrado por la información que los reporteros de la agencia recaban de sus fuentes. La información internacional es redactada con base en los datos enviados a Notimex por sus corresponsales así como por los servicios de las agencias internacionales de noticias como AFP, DPA, UPI, EFE, y otras agencias nacionales de América Latina como Prensa Latina.

Así, el hilo de Notimex maneja información de las siguientes fuentes y áreas geográficas. (El listado escrito a continuación de ninguna forma se refiere al orden de importancia de cada una de las fuentes pues éstas adquieren relevancia según el hecho o acontecimiento).

(107) Kaplúm Mario. op. cit., p. 291

1. Actividad Presidencial
2. Laborales.
3. Económicas
4. Diplomáticas
5. Partidos Políticos
6. Obreras
7. Agrarias (aquí están agrupadas las actividades de la Central Nacional Campesina (CNC), Reforma Agraria, Agricultura y SEPESCA)
8. Empresas descentralizadas
9. Sector Privado
10. Eclesiásticas
11. Aeropuerto
12. Turismo
13. Policiacas
14. Fuerzas armadas (Secretaría de Marina y Defensa Nacional)
15. Departamento del Distrito Federal (comprenda también a todas las delegaciones políticas).
16. Educativas (UNAM, UAM, SEP, IPN, etc).
17. Poderes legislativos
18. Financieras
19. Comunicaciones y Transportes
20. Deportes
21. Espectáculos
22. Culturales
23. Estados Unidos

24. América Latina

25. Europa

26. Asia

27. Africa

Como se puede apreciar en los guiones, la estructura del noticiario Síntesis Informativa es la siguiente: bloque de noticias nacionales, bloque de información internacional, a veces una sección de deportes y espectáculos y servicio meteorológico. En el sumario se ofrecen tres cabezas de noticias nacionales, las que se consideran las más importantes, y tres internacionales.

En el caso de éstas se procura difundir una o dos cabezas de información referida a América Latina, por sus semejanzas culturales, sociales y económicas con México, y otra de Europa, Asia o Africa, aunque este criterio estará determinado por la importancia del hecho y el lugar donde se genera.

En cuanto al tiempo que se destina a cada noticia es muy variable pues depende de la importancia de la misma, es decir, si es una información de gran trascendencia para el país a veces se le dedica hasta cinco minutos o más, como por ejemplo el informe del Presidente de la República.

Hay noticias como por ejemplo el aumento de precios en algunos productos básicos y a éstas se les da por lo general un tiempo de 40 segundos.

De hecho, no hay un criterio muy definido para calcular el tiempo que hay que dedicar a cada nota y es el redactor quien lo determina, aunque el coordinador de noticiarios decidirá finalmente si la información sale al aire así, o se le hace alguna modificación.

Como lo señalan los objetivos generales de Notimex, la información que se difunde en radio da prioridad a las noticias que se refieren a nuestro país, poniendo énfasis en el quehacer de las instituciones gubernamentales, además de difundir las actividades de los demás sectores de la sociedad, por lo que casi siempre el bloque de noticias nacionales es más amplio que la sección internacional o la de deportes y espectáculos.

Para tratar de dar un panorama más completo de la información que ofreció Síntesis Informativa en esas dos semanas, tomaremos como base el enlistado de fuentes nacionales arriba señalado y la información internacional agrupada en noticias de América Latina, Estados Unidos, Europa, Asia y Africa.

Es importante destacar que los ejemplos que enunciaremos a continuación de ninguna manera representan una muestra informativa de lo que difunde Notimex a través de sus noticiarios, pues nuestro propósito no es hacer un análisis de contenido; lo que intentamos es mostrar el tipo de noticias que el servicio Síntesis Informativa transmitió a sus suscriptores tomando en consideración la información

disponible en su mesa de redacción y, por supuesto, la política informativa de la agencia expresamente delineada en los objetivos generales de Notimex, como instrumento de comunicación del Estado mexicano.

De acuerdo con las cabezas de la primera semana de nuestro estudio (del 23 al 28 de mayo de 1989, ver cuadro 1), la información que más se destacó en el ámbito nacional fue lo relativo a la respuesta de los bancos acreedores sobre la renegociación de la deuda externa mexicana, y actividades del Presidente Carlos Salinas de Gortari. Luego le siguieron las noticias obreras, sobre la huelga en Altos Hornos de México y la huelga de hambre de Eduardo Albores, trabajador de la SARH, así como la información deportiva. En el plano internacional, las noticias que más sobresalieron fueron las relativas a América Latina, siguiéndole la crisis política de china y las manifestaciones de estudiantes en la plaza de Tiananmen.

Aquí se puede ver que en efecto, la información que más valía la pena destacar era la renegociación de la deuda externa de México por la trascendencia de sus resultados tanto para nuestro país como para las naciones de América Latina que también se encuentran en proceso de renegociar su débito externo, ya que las fórmulas que México planteó a sus acreedores para lograr un acuerdo son una nueva modalidad que otros países podrían adoptar para futuras negociaciones con la banca internacional.

CLASIFICACION NOTICIOSA DIARIA DEL "SUMARIO" DE "SINTESIS INFORMATIVA

Cuadro 1

Clasificación	23 mayo	24 mayo	25 mayo	26 mayo	27 mayo	28 mayo	29 mayo	TOTAL
1. Actividad presidencial	2	1		1				4
2. Laborales							1	1
3. Económicas				1				1
4. Diplomáticas			1	1			1	3
5. Partidos Políticos							1	1
6. Obreras		1	1					2
7. Agrarias						1	1	2
8. Empresas Descentralizadas					1		1	2
9. Sector Privado					1			1
10. Eclesiásticos						1	1	2
11. Aeropuerto							1	1
12. Turismo							1	1
13. Policías								
14. Fuerzas Armadas								
15. DDF y Delegaciones Pola.								
16. Educativas								
17. Poderes Legislativos								
18. Financieras	1	1	1	1				4
19. Com y Transportes							1	1
20. Deportes	1							2
21. Espectáculos								
22. Culturales								
23. Estados Unidos	1				1			2
24. América Latina	1	2	1	2	2	1	1	10
25. Europa						1		1
26. Asia		1	2	1				4
27. África								
TOTAL	6	6	6	7	5	4	10	44

La renegociación de la deuda externa de nuestro país es importante en el ámbito interno pues de la forma en que se pague el débito a la banca comercial dependen los recursos que el gobierno asignará para el crecimiento interno del país en los rubros de educación, vivienda, empleo, alimentación y salud, entre otros.

Desde luego que la información que se genera en el ámbito presidencial es de suma importancia para el país, pues de las declaraciones y decisiones del Presidente de la República depende el rumbo que ha de seguir nuestra nación. No hay que dejar de lado sin embargo que Notimex siempre dará gran revuelo a esta fuente de información por ser de hecho el vocero oficial del gobierno de México.

Vemos entonces que en esta semana fueron transmitidas en total cuatro notas sobre la renegociación de la deuda externa de México, cuatro de la actividad presidencial y gobiernos de los Estados, dos obreras, una económica, una diplomática, una agraria, una de empresas descentralizadas, una del sector privado, una eclesiástica y dos de deportes. En el ámbito internacional se difundieron nueve notas de América Latina, dos de Estados Unidos, cuatro de Asia y una de Europa.

En cuanto al sumario de la segunda semana de nuestro estudio, del 17 al 23 de julio de 1989, las notas que se transmitieron fueron las siguientes (ver cuadro 2).

Como podemos ver en el cuadro, en el ámbito nacional hubo gran movimiento en el sector de partidos políticos en esa semana, ya que nueve cabezas de 40 fueron destinadas a enunciar noticias relacionadas con él. Por ejemplo, lo que más sonó fue el triunfo del PRI en 19 municipios de Durango, el fracaso de este partido en Baja California, el bloqueo de carreteras en Michoacán por simpatizantes del PRD y la demanda del revolucionario institucional y el comité de defensa popular de anular los comicios municipales en la población de Nombre de Dios, Durango.

Pensamos que Notimex resaltó esta información debido a la trascendencia que está adquiriendo la llamada Reforma Electoral, la cual se ha hecho necesaria ante el reclamo de la ciudadanía de que se efectúen en México elecciones libres y democráticas que dejen atrás los fantasmas del fraude y del abstencionismo.

En segundo lugar la información que se destacó en este período fue el proceso de renegociación de la deuda externa mexicana, aunque no se lograron en este lapso resultados concretos. En la semana en cuestión, las noticias sobre la deuda mexicana fueron difundidas en el noticiario durante tres días y posteriormente se dio a conocer el conflicto magisterial.

El problema de los maestros fue ampliamente tratada por el área de radio de Notimex, casi en el mismo orden de importancia que la renegociación de la deuda, porque tiene

implicaciones políticas, económicas y sociales muy importantes. En el orden político, porque los maestros determinaron ya que llegó el momento de que en su seno sindical exista verdadera democracia y erradicar el caciquismo de los veteranos líderes de este sector, como es el caso de Carlos Jonguitud Barrios, secretario general del SNTE. En el terreno económico y social, los maestros demandan un salario digno que a la par enaltezca su labor como guías y orientadores de la niñez y juventud del pueblo mexicano, cuya educación es la base para que el país cuente con ciudadanos capaces de encarar los retos del futuro.

En cuarto y quinto lugar se destacaron las informaciones de América Latina y en sexto las de Europa y el resto del mundo.

Como puede apreciarse, los noticieros de radio efectivamente tratan de respetar los lineamientos informativos establecidos en la política de comunicación social del Estado Mexicano. Recordemos que Notimex fue creada con el propósito de constituirse en una auténtica, eficiente y representativa agencia nacional de noticias capaz de captar y difundir oportunamente los hechos relevantes para nuestra sociedad, y ser conducto para expresar en lo interno y al exterior, la posición del Estado Mexicano.

Sin embargo, pensamos que estos intentos no han podido hacerse realidad justamente por los problemas que detectamos en la Agencia a lo largo de este trabajo y que son el

financiero, los constantes cambios en su estructura administrativa, que repercuten directamente en sus objetivos, planes y programas, y, desde luego, en el ánimo y estabilidad del personal que labora en ella. Todo ello, consecuentemente, se refleja negativamente en la cobertura, calidad y oportunidad periodísticas de los servicios que ofrece Notimex.

CONCLUSIONES.

Notimex, agencia de noticias, juega un papel muy importante en el campo del periodismo en México al constituirse en el vocero oficial del gobierno que utiliza este medio de comunicación para emitir su opinión e interpretación del acontecer nacional y mundial; sus puntos de vista son determinantes para la opinión pública.

En el ámbito externo, Notimex es una agencia de noticias nacional que, en el campo de la información a nivel mundial, intenta contrarrestar el papel negativo que desempeñan las agencias transnacionales de noticias en los países del tercer mundo, al distorsionar u omitir informaciones que reflejen los intereses y la realidad social de los pueblos en vías de desarrollo.

Notimex es un medio de comunicación que ha retomado importancia en México en los últimos años por el número de servicios que ofrece y la variedad de sus suscriptores, que van desde periódicos, revistas, estaciones de radio, organismos públicos y privados, Universidades, etc., en todo el país.

Sin embargo, uno de los principales problemas de la Agencia, que sin duda alguna se refleja en toda su estructura de organización y en consecuencia en la calidad de los servicios que ofrece, es el financiero.

Ante la falta de presupuesto y los recortes al financiamiento de programas, la capacidad instalada de Notimex no se aprovecha al 100% por lo que su eficiencia es relativa y su potencialidad sub-utilizada.

Aunado al problema de la falta de presupuesto y a que Notimex es una empresa burocrática porque es administrada por el gobierno, la Agencia constantemente sufre cambios en su estructura de organización y por consiguiente en sus objetivos, planes, políticas y programas. Esta inestabilidad le impide a Notimex constituirse en una empresa sólida y productiva.

Pensamos que si estos problemas se corrigieran con una administración y organización adecuadas, con objetivos claros para cada área, así como planes y políticas bien definidas a corto y largo plazos, se evitarían problemas como inseguridad del personal, fuga de responsabilidad, duplicidad de funciones, entre otros, optimizando los recursos materiales y humanos para poder lograr así alta productividad y calidad en sus servicios.

En lo que se refiere concretamente a radio, el problema financiero fue el que más afectó el trabajo de esta área pues la carencia de presupuesto provocó que sus servicios fueran de más a menos, pues como vimos en capítulos anteriores, se redujo paulatinamente el personal de radio y los suscriptores de los noticiarios.

Como lo reconoció el exdirector general de Notimex, Héctor Manuel Ezeta, la mayor parte del presupuesto asignado a la agencia se canalizó al área de prensa, principalmente, y a operar los otros siete servicios que ofrece Notimex a sus suscriptores, destinando al departamento de radio recursos mínimos que le impidieron desarrollarse técnica y periódicamente, permitiéndole apenas transmitir sus noticiarios con todo y los problemas de recursos humanos y materiales ya descritos.

Además, los noticiarios "Síntesis Informativa", cuya calidad periodística es competitiva, no fueron debidamente comercializados por el área responsable de esta tarea. Este constituyó un grave problema para radio, pues como ya vimos, algunas estaciones radiofónicas que pagaban por este servicio de noticiarios fueron disminuyendo considerablemente, ya que de 39 estaciones que recibían el servicio ahora sólo lo adquieren 13. Esto nos hace pensar, por un lado, que para la dirección general de Notimex o quizá para las autoridades de la secretaría de Gobernación, nunca ha sido importante impulsar el ejercicio de la radio en la Agencia, pues sus objetivos están centrados en otras áreas, o por el otro, que desde que se concibió la idea de crear un servicio radiofónico en Notimex, no fue debidamente planeado por lo que no se lograron objetivos, políticas, procedimientos y programas que coadyuvaran a hacer del departamento de radio un

instrumento de comunicación fructífero y próspero en beneficio del conjunto de la Agencia.

Paralelamente a las carencias de tipo económico las actividades del departamento de radio se vieron obstaculizadas por otro tipo de problemas como el administrativo. Ejemplo de ello es que en el organigrama del área de radio no aparecen los puestos de editor y ayudante por lo que no están claramente delimitados los canales formales de comunicación así como la responsabilidad y autoridad a través de las cadenas de mando y tramos de control. Estas omisiones, en la práctica, acarrearán confusiones en cuanto a la jerarquía y funciones que tienen que desempeñar las personas que realizan estas tareas, provocando nuevamente fallas como fuga de responsabilidad, duplicidad de funciones, etc.

Vemos entonces que por razones de tipo operativo - y económico, se desperdicia el rendimiento del personal de radio de Notimex pues en general realizan muy pocas de las funciones que enuncia el manual del departamento para cada empleado. Por esto inferimos también que hubo un problema de planeación si recordamos una idea de Joaquín Reyes Morfín que dice que una planeación adecuada reduce el trabajo improductivo y los movimientos inútiles.

A pesar de todos estos obstáculos, el personal de radio ha demostrado amor y fidelidad por su trabajo pues nunca ha dejado de transmitir un sólo noticiario, aun a costa de la

falta de información para redactar sus guiones, de los escasos recursos humanos y del deteriorado equipo de producción.

Esta situación nuevamente nos conduce a pensar en una falta de planeación, puesto que a pesar de que los objetivos del departamento de radio se traducen en el acto de informar, no se ha diseñado hasta ahora una forma permanente y segura para abastecer de información a la redacción de radio para elaborar sus guiones sin contratiempos, y por otra parte, mantener siempre en buen estado el equipo de transmisión, pues como sabemos, sin éste no puede ser posible la culminación del noticiario.

PROPUESTAS.

-Como el aspecto financiero es determinante para el desarrollo de cualquier empresa, debe canalizarse más presupuesto al área de radio de Notimex para la compra y mantenimiento de equipo y contratación de personal.

-Redefinir los planes del departamento de radio para diseñar un nuevo manual del área que describa claramente sus objetivos, programas, sistema de organización y funciones.

-Crear un sistema de intercomunicación entre la redacción central de la agencia y el departamento de radio a fin de asegurar a este último que la información que se genera en la agencia este disponible en el momento en que se

redactarán los noticiarios de radio para evitar contratiempos en este sentido.

-Diseñar una política de comercialización concretamente para el departamento de radio considerando las características técnicas y periodísticas de los noticiarios, que contribuya a que el servicio sea difundido por más estaciones de radio del país.

-Por otra parte, Notimex debería solicitar a las autoridades correspondientes un permiso para transmitir directamente al auditorio sus servicios de radio a través de alguna de las estaciones de las bandas de amplitud modulada, frecuencia modulada, e incluso, a través de onda corta.

Si tomamos en cuenta la importancia de Notimex como agencia de noticias, pensamos que a través de un canal de radio que opere directamente desde sus instalaciones podría aprovechar aún más la infraestructura informativa que tiene para dar a conocer los acontecimientos que se generan en México y en el mundo, emitir sus opiniones al respecto y ejercer una verdadera difusión de la cultura, que es uno de los aspectos primordiales de la radio estatal.

Notimex tiene una estructura de captura, procesamiento y difusión de información que le permitiría alimentar de material al departamento de radio las 24 horas, con lo cual no sólo se limitaría a transmitir tres noticiarios de 20 minutos por el mencionado canal, sino tendría los espacios y

la información para divulgar programas de análisis en donde pudiera expresar realmente su interpretación sobre temas de interés para la sociedad como política, economía, ecología, urbanismo, religión, deportes, cultura, etc.

Desde luego que la realización de esta propuesta significaría tanto como abrir una nueva estación de radio, pero eminentemente informativa. una empresa chiquita. si se quiere ver así, y esto traería consigo acciones de tipo administrativo como una reorganización del área de radio que englobaría la planeación de un nuevo manual de funciones, reelaboración de un organigrama, contratación de personal, etc.

Creemos que si las autoridades gubernamentales y los propios directivos de la agencia pusieran un poco más de interés en el trabajo de radio, podría realizarse una buena labor de periodismo radiofónico.

No obstante, si la radio en Notimex nació sólo como un acontecimiento de carácter político, ignorándose su actividad como un verdadero proyecto periodístico, al paso que va, terminará por desaparecer.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- Alva de la Selva Alma Rosa. Radio e Ideología. Ediciones El Caballito, México, 1982. 137 pp.
- Arias Galicia Fernando, et al. Administración de Recursos Humanos. México, Ed. Trillas, 1983. 536 pp.
- Buendía, Manuel. Ejercicio Periodístico. México, Ediciones Oceano-Fundación Manuel Buendía, A.C. 1985. 206 pp.
- Borrás, Leopoldo. Historia del Periodismo Mexicano. Del ocaso porfirista al derecho a la información. México, Editorial Dirección de Información. UNAM. 1983. 215 pp.
- Cebrián Herreros, Mariano. La Mediación Técnica de la Información Radiofónica. Barcelona, Ed. Mitra. 1983. 216 pp.
- Fernández Arena, José Antonio. El Proceso Administrativo. México, Ed. Diana, 1983, XVI 243 pp.
- García, Jimmy. La Radio por Dentro y por Fuera. Quito, Ediciones CIESPAL. 1976. 443 pp.
- Gómez Morfín, Joaquín. La Administración Moderna y los Sistemas de Información. México, Ed. Diana. 1973. 280 pp.
- IMER-UAM Xochimilco P y V. El Sonido de la Radio. Ensayo Teórico-Práctico sobre Traducción Radiofónica. México, 1988, 214 pp.
- Kaplúm, Mario. Producción de Programas de Radio. El Guión. La Realización. Quito, Ediciones CIESPAL, 1976, 460 pp.
- Martínez Albertos, José Luis. El Mensaje Informativo. (Periodismo en Radio, T.V., y Cine). Barcelona, Ed. A.T.E. 1977, 329 pp.
- Ochoa Campos, Moisés. Reseña Histórica del Periodismo Mexicano. México, Ed. Porrúa. 1975, 187 pp.
- Paoli, J. Antonio. La Comunicación. México, Ed. Edicol, 8. A. 1977, 197 pp.
- Prado, Emilio. Estructura de la Información Radiofónica. Barcelona. Ed. A.T.E. 1981, 106 pp.
- Reyes Ponce, Agustín. Administración de Empresas. Teoría Práctica. México Ed. Limusa. 1979, 392 pp.

Romo Gil, Ma. Cristina. Introducción al Estudio y Práctica de la Radio.

Sisto Velazco, Eugenio. La Administración, Base Fundamental en el Desarrollo de la Empresa. Revista Contabilidad y Administración ENCA de la UNAM. Junio de 1960.

Somavía, Juan, et al. La Información en el Nuevo Orden Internacional. México. Editado por Fernando Reyes Mata. Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1977, 260 pp.

Táufic, Camilo. Periodismo y Lucha de Clases. México. Ed. Nueva Imagen. 1979, 215 pp.

UNAM. Ciencias de la Comunicación. Las Humanidades en el Siglo XX. 1978, 153 pp.

Urrutia, Jorge. Sistemas de Comunicación. Barcelona. Ed. Planeta. 1975, 152 pp.

Warren, Carl N. Géneros Periodísticos. Nueva Enciclopedia de la Noticia. Barcelona. Ed. A.T.E. 1930, 487 pp.

HENEROGRAFIA.

Notimex a través del satélite Morelos. Editado por la Oficina Intergubernamental para la Informática. 1986.

Notimex. Directorio de Suscriptores de los Servicios Informativos. Agosto, 1988

Notimex. Manual de Organización. Noviembre, 1985.

Notimex. Manual de Organización del Departamento de Radio. Julio, 1988.

Notimex. Propuestas de reestructuración del área de radio. Diciembre, 1988.

La Jornada, Diario. México D.,F., 2 de octubre de 1988.

UnoMásUno. Diario. México, D.F. 2 de octubre de 1988.

Proyecto INFONEWS-NOTIMEX. Tecnología para la Información. Editado por la Oficina Intergubernamental de Informática. 1986.

Revista Nueva Política. Vol. I. Num 3. Jul-Sept. 1976. México.

ENTREVISTAS

- 1) Lic. Laura Moreno, empleada de la contraloría interna de Notimex. 20/jun/1988
- 2) Lic. Rodrigo Castro, Jefe del departameto de Programación de Notimex. 25/jun/1988
- 3) Lic. Manuel Fuentes. Director de Radio y Televisión de Notimex. 10/ago/1988
- 4) Sr. Sergio Cárdenas Ribera, Jefe del departamento de Radio de Notimex. 8/sep/1988
- 5) Sr. Daniel Carrera Rojo. Director General de Cristal F.M. 8/sep/1988
- 6) Lic. Luis Alberto García Aguirre. Director de la Coordinación Internacional da Notimex. 5/nov/1988
- 7) Lic. Héctor Manuel Ezeta, Director General de Notimex. 25/nov/1988 y 2/dic/1988.
- 7) Sr. Enrique Meza. Operador de Audio del departamento de radio de Notimex.. 20/mar/1989
- 8) Sr. Leonardo Valadez Castillo. Director de Comercialización de Notimex. 30/mar/1989