

870.124

Universidad Autónoma de Guadalajara

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



12
Ejemplar

"IMPORTANCIA Y NECESIDAD DE LAS OFICINAS DE Prensa
CASO CLUB DE FÚTBOL TECOS A. C."

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

PRESENTA

VICTALIA PONCE ABUD

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

GUADALAJARA, JALISCO



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.

I N D I C E

INTRODUCCION	1
I PRIMER CAPITULO: " Naturaleza y funciones de una oficina de prensa (específicamente de orden deportivo) "	3
1.- PREAMBULO	4
1.1. Origen de las oficinas de prensa	5
1.2. Concepto de oficina de prensa	6
1.3. Organigrama de una oficina de prensa	7
1.4. Funciones y tareas de una oficina de prensa	8
1.4.1. Funciones	8
1.4.2. Tareas	9
1.4.2.1. Tareas en el campo de la Conn.Externa	9
1.4.2.2. Tareas en el campo de la Conn.Interna	10
1.5. Naturaleza, estructura y funciones de las formas de comunicación externa.	11
1.5.1. Boletín informativo	11
1.5.2. Conferencia de prensa	12
1.5.3. Comunicado de prensa	13
1.5.4. Desplegados	13
1.5.5. Comunicación directa	13
1.5.6. Presentaciones	14
1.6. Naturaleza, estructura y funciones de las formas de comunicación interna.	15
1.6.1. Periódico mural	15
1.6.2. Memorandums	16

1.6.3. Manuales	16
1.6.4. Folletos	17
1.7. Archivo de una oficina de prensa	18
1.7.1. Archivo de prensa	18
1.7.2. Archivo de radio	18
1.7.3. Archivo fotográfico	19
1.8. Manuales del personal de una oficina de prensa	20
Conclusión Especifica	21
Referencias Bibliográficas	22
II SEGUNDO CAPITULO: " Estructura orgánica, funciones y objetivos del Club de Futbol Tecos "	24
2.- PREAMBULO	25
2.1. Síntesis histórica de la Universidad Autónoma de Guadalajara.	26
2.2. Perfil histórico del Club de Futbol Tecos A.C.	30
2.3. Objetivos y funciones del Club de Futbol Tecos A.C.	31
2.4. Esbozo histórico de la construcción del Estadio 3 de Marzo.	32
2.5. Estructura orgánica del Club de Futbol Tecos A.C.	35
2.5.1. Organigrama	36
2.6. Funciones y objetivos de cada departamento	37
2.7. Sociología del deporte	48
Conclusión Especifica	53
Referencias Bibliográficas	54

III TERCER CAPITULO: " Estructura, funciones y objetivos que norman al ser y el quehacer de la oficina de prensa del Club de Futbol Tecos a la fecha de esta tesis ".	56
---	----

3.- PREAMBULO

3.1. Origen de la oficina de prensa del Club de Futbol Tecos	58
3.2. Integración de la oficina de prensa	59
3.2.1. Organigrama de la oficina de prensa	60
3.2.2. Responsabilidades y tareas del personal de la oficina de prensa.	61
3.3. Objetivos, lineamientos y políticas que sigue la oficina de prensa.	65
3.4. Archivo de la oficina de prensa del Club de Futbol Tecos	66
3.4.1. Archivo de prensa	66
3.4.2. Archivo de radio	68
3.4.3. Archivo de televisión	70
3.4.4. Archivo fotográfico	71

Conclusión Especifica 72

Referencias Bibliográficas 73

IV CUARTO CAPITULO: " Proyecto para la oficina de prensa del Club de Futbol Tecos A.C.	74
--	----

4.- PREAMBULO

4.1. Análisis del Club de Futbol Tecos A.C.	76
4.2. Normativos del proyecto	77
4.3. Integración de la oficina de prensa del Club de Futbol Tecos.	78

4.4. Elemento humano	79
4.5. Recursos materiales	90
4.6. Sistemas de trabajo	93
4.6.1. Estructura orgánica	93
4.6.2. Manuales del personal	94
4.6.2.1. Manual del coordinador de prensa	95
4.6.2.2. Manual del coordinador de radio	99
4.6.2.3. Manual del coordinador de televisión	102
4.6.2.4. Manual del coordinador de com. interna	105
4.6.2.5. Manual del fotógrafo	107
4.6.2.6. Manual del archivista	109
4.6.2.7. Manual de la secretaria	113
Conclusión Específica	114
Referencias Bibliográficas	115
Conclusiones Finales	116
Terminología	118
Bibliografía de la Terminología	125
Bibliografía General	128
Anexos	131

INTRODUCCION

Esta investigación tiene por objeto resaltar la importancia y -
necesidad de las oficinas de prensa en instituciones deportivas.

La sociedad necesita estar informada de lo que acontece en torno
a sus aficiones deportivas, y son los medios de comunicación los que --
hacen posible que llegue la información de la oficina de prensa (gene-
radora de información y noticias) a la comunidad; de ahí la función---
esencial de la oficina de prensa.

Por otra parte, la promoción del equipo depende de la difusión ---
que logre el personal de la oficina de prensa en los diferentes medios,
pues éstos al dar noticias sobre el equipo o el Club de Tecos, mantienen
latente el nombre de la institución.

Si se cuenta con una oficina de prensa en una empresa deportiva po-
dremos obtener los siguientes beneficios:

- Comunicación con el personal de la institución de manera accesible
y cordial para todos, (aunque esta actividad es fundamental del depar -
tamento de relaciones públicas).

Por tanto, el presente trabajo tiene como fin la elaboración de un
proyecto para la oficina de prensa del Club de Futbol Tecos A.C.

Para ello fue necesario conocer primeramente la Historia de ls Univer--
sidad Autónoma de Guadalajara y del Club de Futbol Tecos ; así como su

estructura orgánica, ya que de esta manera tendremos una idea general de la institución.

De igual forma, fue indispensable abordar específicamente lo que es una oficina de prensa en teoría, y el funcionamiento de la del Club de Fútbol Tecos en la actualidad, para que de esta forma se elaborara el proyecto preciso para la oficina de prensa de Tecos; definiendo sus necesidades, recursos materiales, elemento humano y los manuales que contienen las funciones específicas de cada persona.

PRIMER CAPITULO

**I " NATURALEZA Y FUNCIONES DE UNA OFICINA DE PRENSA
(ESPECIFICAMENTE DE ORDEN DEPORTIVO)".**

1.- Preámbulo.

Los clubes deportivos necesitan formas adecuadas para comunicarse con la sociedad, mantener relaciones con instituciones y personalidades relacionadas con el futbol (en este caso) , por lo que se han creado las oficinas de prensa que se encargan de dar información del equipo a través de los medios. Lo anterior nos lleva a empezar este segundo capítulo, donde conoceremos brevemente cómo iniciaron las oficinas de prensa. Definiremos a la oficina de prensa para entender después con claridad cuáles son sus tareas y funciones.

Las oficinas de prensa están estrechamente ligadas con los medios de comunicación por lo que analizaremos el boletín informativo, rueda de prensa, desplegados, entre otras formas de comunicación externa.

En el aspecto de comunicación interna definiremos el periódico mural, memorandums, manuales y folletos.

1.1. ORIGEN DE LAS OFICINAS DE PRENSA.

En 1876, los partidos políticos habían establecido el inicio de las oficinas de prensa al tener en sus filas a personas que se encargaban de enviar desplegados a las oficinas de los periódicos para su inserción en columnas, que informaban sobre discursos, programas de campaña y hechos meritorios de sus candidatos.(1)

Desde aquella época, los métodos y recursos de trabajos de las oficinas de prensa han ido depurándose mucho y paralelamente invadido casi todos los campos.

Las fuentes de información han desarrollado mecanismos propios para el procesamiento de materiales con destino a la prensa, radio y televisión adecuándolos en cada caso, algunas veces científicamente y en otras de manera empírica, siempre con el objetivo de darle a la información la forma y el contenido óptimo.

Hoy en día son pocas las instituciones industriales, comerciales, políticas, deportivas, sindicales, etc., que no tienen oficinas de prensa, o en otras situaciones, que no son asesorados por publicistas y publicirrelacionistas para proyectarse en la sociedad.

1.2. CONCEPTO DE OFICINA DE PRENSA.

La oficina de prensa es el organismo adscrito (subsistema) dentro de una institución (sistema), amparada en la personalidad jurídica de la empresa. (2)

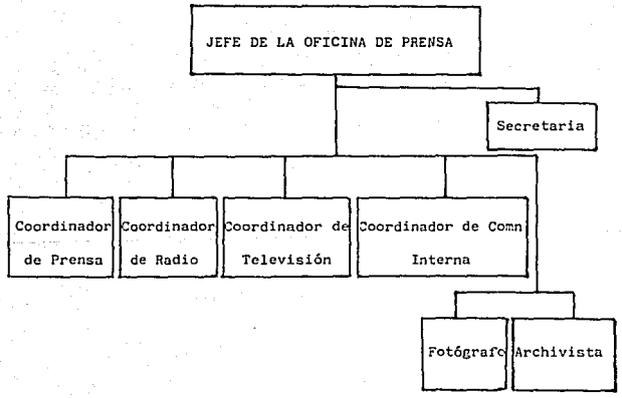
La oficina de prensa tienen por objeto procesar información de la - fuente (cuyo flujo de mensajes es externa e interna) a la sociedad, - los miembros de la institución.

Tiene finalidades informativas, orientadoras y difusoras, dentro de la estructura organizacional y la comunidad (sociedad) en general, teniendo su acción en el ámbito local, nacional e internacional.

La oficina de prensa procesa la información de manera oportuna, completa y verdadera para los medios, pues es su responsabilidad actuar con honestidad, moral y respeto.

1.3. ORGANIGRAMA DE UNA OFICINA DE PRENSA.

Para un funcionamiento ideal, la oficina de prensa debe contar con personal especializado y jerarquizado de la siguiente manera:



1.4. FUNCIONES Y TAREAS DE UNA OFICINA DE PRENSA.

En este tema vamos a explicar separadamente las funciones y tareas del jefe de la oficina de prensa, para entenderlas con claridad.

1.4.1. FUNCIONES.

- La función esencial de la oficina de prensa es la informativa.
- Este departamento se encarga de producir el material necesario para la estrecha y permanente comunicación con la sociedad, dándole difusión a la institución, a través de los medios de comunicación.
- Debe programar, coordinar y controlar las actividades de difusión de la institución, para mejorar e incrementar la comunicación entre los componentes de la comunidad institucional y la sociedad en general.
- La oficina de prensa apoya las acciones de las diversas dependencias de la institución, en el manejo profesional de formas y medios de comunicación.
- La investigación es indispensable, para ubicar problemas y necesidades, a fin de ofrecer opiniones y soluciones adecuadas.
- Los profesionales, representantes de cada medio, deben ser atendidos por el jefe de prensa y difusión, dándoles información, reuniéndose con ellos, aceptando las entrevistas a jugadores con el objeto de mantener óptimas relaciones.
- Es importante que para todas sus funciones el jefe de la oficina de-

prensa elabore un programa general de trabajo, que vaya de acuerdo con los objetivos generales de la empresa. (3)

1.4.2. TAREAS.

Las actividades de la oficina de prensa son siempre encaminadas a la comunicación.

La elaboración de mensajes debe ser de acuerdo a un proceso determinado para poder ser enviada, con el fin de satisfacer de la mejor manera posible las necesidades de información a la comunidad.

La oficina de prensa es una dependencia informativa que requiere de planeación y estructura técnica, por lo que deslindaremos las formas de comunicación utilizadas con los medios (externa) de las empleadas en la institución con el personal (interna) .

1.4.2.1. TAREAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACION EXTERNA.

Comprende la elaboración de mensajes para la comunicación con los medios: radio, prensa y televisión, quienes a su vez darán difusión a la sociedad.

Las formas de comunicación externa son:

- Boletín informativo.
- Conferencia de prensa.
- Comunicado de prensa.
- Desplegados.
- Comunicación directa.

- Presentaciones. (4)

Eventualmente se encarga de actividades sociales y giras con el equipo, enviando la información al lugar sede del equipo y dando información del mismo en los lugares de visita en las giras.

El jefe de la oficina debe, además, atender a los reporteros de cada medio de comunicación: prensa, radio y televisión, en los partidos celebrados en casa, entregándoles la alineación e información sobre los futbolistas, así como material gráfico por lo que se debe tener un archivo fotográfico.

Es indispensable para el club hacer un archivo ya que día a día se escribe la historia de la institución en diarios y revistas, programas radiofónicos o televisivos; más adelante vamos a definir las formas de comunicación (interna y externa), y el archivo de la oficina.

1.4.2.2. TAREAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACION INTERNA.

Cumple tareas relacionadas con el personal de la institución como:

- Elaboración de periódico mural.
- Memorandums.
- Manuales.
- Folletos.

Con el fin de informar acontecimientos, juntas, acuerdos y aspectos y aspectos internos de la empresa, que logran unir al personal de la empresa. (5)

1.5. NATURALEZA, ESTRUCTURA Y FUNCIONES DE LAS FORMAS DE COMUNICACION EXTERNA.

Cada una de las formas de comunicación tiene:

- Naturaleza, que se refiere a qué es.
- Estructura, es decir, cómo se hace.
- Funciones, que hace referencia a la utilidad. (6)

A continuación veremos cada parte de las distintas formas de comunicación.

1.5.1. BOLETIN INFORMATIVO.

Naturaleza. - Es una fase del quehacer periodístico. Es una forma de comunicación de la fuente a los medios sobre acontecimientos producidos por la misma fuente; se dan a conocer datos con un enfoque unilateral de la situación.

Estructura. - El boletín informativo tiene periodicidad, es decir, una comunicación regular, dentro de él puede contener una o varias informaciones; debe dar una versión parcial de los hechos y en ocasiones es grandilocuente (exagera la importancia del acontecimiento).

Puede convertirse en una comunicación directa de la fuente al pú-

blico cuando éste llega a la oficina de redacción de cualquier medio y es redactada de la misma manera.

En su estructura es importante destacar en la entrada el quién y el qué, sin olvidar los demás elementos: cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué.

El boletín por lo general se reelabora reduciendo su contenido a la esencia de la información.

En este tipo de informaciones nunca se da crédito al redactor de prensa, inclusive en ocasiones aparecerá el nombre del reportero.

Funciones.- Es una forma fácil de enviar información a los medios de comunicación: prensa, radio, televisión. El tratamiento de los boletines en los medios es variado, algunas veces es tomado como material de relleno y en otras sirve de antecedente para instar a la búsqueda de mayor información de la fuente. (7)

1.5.2. CONFERENCIA DE PRENSA.

Naturaleza.- Es una forma periodística de comunicación externa de la fuente a los medios: prensa, radio y televisión.

Estructura.- Reunión a la que convoca el jefe de prensa para que los medios se enteren de alguna noticia del equipo en general, algún jugador o aspectos de la institución.

Funciones.- Aquí, a diferencia de la rueda de prensa, los interesados en difundir el hecho son los encargados de prensa y difusión de la institución. (8)

1.5.3. COMUNICADO DE PRENSA.

Naturaleza.- Es parecido al boletín informativo. Es información de la fuente hacia los medios: prensa, radio y televisión.

Estructura.- Trata únicamente un tema, no tiene periodicidad, utiliza adjetivos en exceso.

Funciones.- Sirve para dar información a los medios de comunicación y en tenerlos con oportunidad de algún hecho. (9)

1.5.4. DESPLEGADOS.

Naturaleza.- Es un medio de comunicación con el que iniciaron las oficinas de prensa para dar información a los medios y a la sociedad.

Estructura.- Se trata de una inserción pagada. Es una publicación del mensaje íntegro entregado por la fuente, con su estilo; la fuente goza de mayor libertad para expresar sus puntos de vista.

Funciones.- Sirve para tener datos sobre algún acontecimiento sin intermediarios y con la facilidad, de preguntar en caso de que algo quede dudoso o confuso. (11)

1.5.5. COMUNICACION DIRECTA.

Naturaleza.- La comunicación directa es básicamente interpersonal; consiste en la entrevista.

Estructura.- Es un diálogo donde se responden preguntas sobre algún hecho o noticia de la que se necesitan más datos, recurriendo a la fuente-

para ello.

Podemos dividir las entrevistas en elaborada o estructurada y no estructurada. La estructurada, como la palabra lo dice, se lleva previamente hecha, antes de llegar con el entrevistado. La no estructurada, se va haciendo sobre la marcha, al estar con el entrevistado.

Funciones.- Sirve para tener datos sobre algún acontecimiento, sin intermediarios, y con la facilidad de preguntar en caso de que algo quede dudoso o confuso. (12)

1.5.6. PRESENTACIONES.

Naturaleza.- Es una forma de comunicarle a los medios (prensa, radio y televisión), el arranque de la temporada para comenzar a fomentar sus relaciones. Es una manera directa de conocer el plantel.

Estructura.- En este tipo de reuniones se citan a los medios de comunicación (reporteros de prensa, radio y televisión), y quienes conocen a los jugadores y entrenadores y directivos que estarán en función. El jefe de la oficina de prensa debe entregar una relación de información a cada reportero para particularidades de cada elemento.

En este tipo de presentaciones los reporteros gráficos (fotógrafos) son indispensables pues son los primeros eventos importantes del club de fútbol en cada temporada.

Funciones.- En una oficina de prensa de orden deportivo no pueden faltar las presentaciones cada temporada para dar a conocer a los miembros que integran el plantel del club en ese año.

1.6. NATURALEZA, ESTRUCTURA Y FUNCIONES DE LAS FORMAS DE COMUNICACION INTERNA.

En el aspecto interno el encargado de la oficina de prensa -- puede ser de gran utilidad al dar la información necesaria a sus compañeros; para ello; existen formas que facilitan esta tarea, las definiremos conociendo su naturaleza, estructura y funciones.

1.6.1 PERIODICO MURAL.

Naturaleza.-- Es una forma de comunicación abierta a todos los miembros de la institución. Su contenido es fácil de retener pues consta de material gráfico e información escrita. Tarda un tiempo considerable en el mismo lugar dando la oportunidad de volverlo a ver en caso de duda.

Estructura .- El periódico debe contener información de interés para todos los empleados cuidando la actualidad y veracidad. Columnas, editoriales, artículos de fondo, son géneros de opinión que pueden mezclarse con el periódico mural, junto con tiras cómicas, pasatiempos y caricaturas, jándole un toque humorístico y de entretenimiento.

No debemos olvidar el material gráfico: dibujos, fotografías, esquemas, que complementan esta forma de comunicación.

Deben cuidar la naturalidad en la redacción, sencillez en las expresiones, claridad de pensamiento, propiedad en el lenguaje y originalidad en la forma.

El balance entre la información escrita y gráfica debe ser tomado - en cuenta con atención, ya que es preferible un mayor número de gráficas que de información escrita, pues de lo contrario tiende a ser tedioso. Los títulos de mayor tamaño y llenos de colorido; el lugar visible y accesible son puntos indispensables para el éxito del periódico , mural.

Funciones.- La finalidad del periódico mural es de informar, orientar, - entretener e integrar a los recursos humanos haciéndoles participes de - los acontecimientos sucitados en la empresa. (13)

1.6.2. MEMORANDUM.

Naturaleza.- Es una forma de comunicación interna que se utiliza con mucha frecuencia en las instituciones.

Estructura.- Son pequeñas hojas que contienen notificaciones importantes como juntas, reuniones, ascensos, etc. Debe estar dirigido y fechado, -- así como firmado por el responsable de lo difundido en el memorandum.

Funciones.- Sirve para comunicar de manera formal al personal de algún - acontecimiento de la empresa. (14)

1.6.3. MANUALES.

Naturaleza.- Es un pequeño libro que contiene las esenciales de una ciencia; en él se escriben las operaciones a medida que se van haciendo. El manual describe las actividades de un puesto.

Estructura.- Comprende: puesto, actividades y responsabilidades para - quien corresponda el manual, requisitos y funciones. El manual es utilizado como guía teórica-práctica de cualquier rama del saber.

Funciones. - Su finalidad es orientar y agilizar las acciones, funciones y responsabilidades de alguien o algún organismo. (15)

1.6.4. FOLLETOS.

Naturaleza. - Es una manera práctica de dar información tanto para el encargado de hacerlo como para las personas a las que se les hace llegar, lo mismo se usa de manera interna que externa.

Estructura. - Los folletos deben mantener, al igual que el periódico mural, un balance entre el material gráfico y el escrito, el lenguaje debe ser claro y entendible a todos los niveles.

Funciones. - Sirven para dar promoción e información sobre hechos, objetivos, aspectos generales de una institución. (16)

1.7. ARCHIVO DE UNA OFICINA DE PRENSA.

Las oficinas de prensa deben llevar un archivo para tener un control de la información que circula en los diferentes medios de comunicación.

Los clubes deportivos deben mantener una relación cordial con los medios, pues son éstos los que tienen la facilidad de hacer llegar la información a la sociedad.

1.7.1. ARCHIVO DE PRENSA.

Es recopilado de la información publicada en los periódicos locales y nacionales. Se elabora archivando noticias que son de interés para la empresa. Las notas deben estar en un formato especial y en un orden establecido para hacer uso del archivo con facilidad.

1.7.2. ARCHIVO DE RADIO.

Se hace mediante la grabación de programas y noticieros transmitidos en diferentes estaciones radiofónicas. Los programas son archivados en un formato especial y sirven para evaluar la relación con los medios.

1.7.3. ARCHIVO FOTOGRAFICO.

El archivo fotográfico está integrado por gráficas de sucesos importantes relacionados con el club, además de las de los jugadores y la directiva. Es necesario tener éste archivo para enviar y proveer a los diarios locales y sobre todo, los nacionales. (17)

1.8. MANUALES DEL PERSONAL DE UNA OFICINA DE PRENSA.

Para el buen desempeño de labores de cada puesto, es indispensable tener un manual.

Los manuales que se necesitan en una oficina de prensa son:

- Manual del coordinador de prensa.
- Manual del coordinador de radio.
- Manual del coordinador de televisión.
- Manual del coordinador de comunicación interna.
- Manual del fotógrafo.
- Manual del archivero.
- Manual de la secretaria.

Estos serán desarrollados en el cuarto capítulo.

CONCLUSION ESPECIFICA

En el capítulo que desarrollamos, dejamos en claro lo que es una -
oficina de prensa, su objetivo primordial: informar, ya que la institu-
ción es una fuente de noticias que necesita las formas adecuadas para -
llegar a los medios de comunicación, la sociedad y empleados.

Establecimos la definición de diferentes formas de comunicación: -
boletín informativo, conferencias de prensa, periódico mural y folletos-
entre otros; que hacen posibles un mejor funcionamiento de la oficina de
prensa.

Los archivos son indispensables pues es ahí donde se conjunta la -
historia de la institución y se conoce la imagen que se tiene ante la -
comunidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) Rivadeneira Prada, Raúl. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. Ed. Trillas. México 1977.
- (2) Witt González, Thelma. Oficinas de prensa, Apuntes de clase, Universidad Autónoma de Guadalajara.
- (3) Ibidem.
- (4) Ibidem.
- (5) Ibidem.
- (6) Martín Saucedo, Francisco. Comunicación Organizacional, Apuntes de clase, Universidad Autónoma de Guadalajara.
- (7) Rivadeneira. Op. Cit. P.82
- (8) Ibidem.
- (9) Ibidem. P.82
- (10) Ibidem. P.83

(11) Witt. Op. Cit.

(12) Ibidem.

(13) Ibidem.

(14) Ibidem.

(15) Ibidem.

(16) Ibidem.

(17) Ibidem.

S E G U N D O C A P I T U L O

**II " ESTRUCTURA ORGANICA, FUNCIONES Y OBJETIVOS
DEL CLUB DE FUTBOL TECOS "**

2.- Preámbulo.

En este primer capítulo es necesario conocer como se inició el --
equipo Tecos y la historia de la Universidad Autónoma de Guadalajara,
quien en su afán de promover el deporte creó el Club de Fútbol Tecos,
A.C.

Veremos qué le brinda el Club Tecos a la sociedad, al mencionar --
la sociología del deporte.

Asimismo, es indispensable saber cómo está conformado cada departa-
tamento, qué tareas desempeña y su jerarquización.

En esta primera parte se requieren conocimientos de las aporta --
ciones del Club Tecos a la sociedad, sus objetivos, organigrama y las --
funciones de cada departamento, herramientas indispensables que serán --
utilizadas para el análisis posterior.

2.1. SINTESIS HISTORICA DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

Iniciaremos el capítulo conociendo la historia de la Universidad Autónoma de Guadalajara, porque es ésta la que ha creado el Club de Fútbol Tecos A.C., promoviendo el deporte a nivel profesional.

Hace ya 56 años en que la Universidad Autónoma de Guadalajara -- -- fue creada imponiéndose a dogmatismos absurdos y anticientíficos, -- -- fueron jóvenes tapatíos idealistas los que defendieron los principios de Autonomía Universitaria y Libertad de Cátedra hasta lograr la fundación de la Universidad Autónoma de Guadalajara el 3 de marzo de 1935.

La UAG es la más antigua universidad privada mexicana, no tiene -- propósitos de lucro ni recibe subsidios, ni ayuda económica del Estado -- o de organismos religiosos. Es apolítica, aconfesional y sustenta los -- principios de Libertad de Cátedra y Autonomía Universitaria. Sus estudios están incorporados a la Universidad Nacional Autónoma de México y -- tienen plena validez nacional e internacional.

Con evidente fé en el futuro de nuestra patria y ante la enorme demanda de educación superior originada por el fuerte incremento demográfico, la Universidad Autónoma de Guadalajara se propuso mejorar, -- -- ampliar sus programas académicos y preparación de profesores, crear una planta física conveniente para albergar a mayores núcleos de población -- estudiantil y para lograrlo, en 1957 emprendió un serio autoanálisis que

reveló por una parte situaciones favorables y por otra situaciones que precisaban reformas importantes. El resultado fue el siguiente:

- Una administración estable y centralizada.
- Profesores motivados y deseosos de superación.
- Cuerpo estudiantil dedicado, que participa constructivamente en el gobierno de la universidad.
- Verdadera autonomía.
- Economía autárquica.
- Total separación de las corrientes políticas de facción.
- Promoción del deporte en la comunidad Universitaria. (18)

Asimismo, estas condiciones proporcionaron la base para planificar el denominado Plan Maestro, que propone la renovación de algunos aspectos de la Universidad Autónoma de Guadalajara, teniendo los siguientes objetivos:

- 1.- Dar a la Universidad unidad orgánica, convirtiéndola en auténtica comunidad académica.
- 2.- Revisar, actualizar y perfeccionar los programas de estudios.
- 3.- Reformar y perfeccionar el sistema administrativo.
- 4.- Mejorar a un alto nivel y en un corto tiempo, la calidad académica de todo el profesorado.
- 5.- Perfeccionar los criterios de admisión y los servicios de bienestar estudiantil.
- 6.- Aumentar los recursos financieros y formular una sana política fiscal.

- 7.- Mantener fluida y constante comunicación con la comunidad.
8.- Adquirir plena capacidad para cumplir satisfactoriamente su misión.

(19)

Actualmente la Universidad Autónoma de Guadalajara ha rebasado - los objetivos anteriores pues está en constante desarrollo; cuenta con - postgrado, servicios en el área de salud (Hospital Angel Leaño , Hospital Ramón Garibay, Clínica de Odomtología, Programa de Medicina a la Comuni - dad), servicios bibliotecarios, CIDI (Centro de Investigación para el Desarrollo Industrial), CIEN (Centro de Investigación Económica y de - Negocios), el periódico Ocho Columnas, DAPA (División de Apoyo para el Aprendizaje), etc. Además cuenta con un número bastante considerable - de carreras a nivel Licenciaturas y Diplomado que siguen creciendo - - cada año.

Ha expandido el deporte; dentro de sus instalaciones tiene canchas de futbol, beisbol, vóleibol, tenis, natación, gimnasia, yoga, entre otras.

El Estadio 3 de Marzo ha sido otro de los logros de la Universidad Autónoma de Guadalajara; en él juega sus partidos el equipo Tecos de - primera división.

La Universidad sigue creciendo en beneficio de cada alumno mexicano o extranjero, activo o egresado, pues su misión es conservar y transmi - tir cultura, producir nuevos conocimientos, fomentar el deporte y la salud, formar profesionales y promover el desarrollo social.

La excelencia de sus instalaciones, equipos de prácticas de labo -

ratorio, el alto nivel académico, la disciplina y el orden en las aulas; el destacado papel de sus egresados en comunidades, sus equipos deportivos y otros factores hacen de la Universidad Autónoma de Guadalajara - digna merecedora de las palabras que José Vasconcelos le diera para calificarla como: "El milagro cultural de América Latina".

2.2. PERFIL HISTORICO DEL CLUB DE TECOS, A.C.

Hemos señalado brevemente el desarrollo histórico de la Universidad Autónoma de Guadalajara y ahora nos enfocaremos a conocer concretamente cómo el Club de Fútbol Tecos, A.C. , ha logrado escalar a la Primera División.

En 1971, el equipo Tecos debutó en Tercera División con una selección estudiantil de las facultades de Comercio, Ingeniería, Derecho y Medicina de la Universidad Autónoma de Guadalajara.

Por ser un equipo netamente estudiantil, con serios problemas para entrenar viajar y concentrarse durante los periodos de vacaciones y exámenes, su primer campaña en la Tercera División no fue muy afortunada, aunque lograron evitar el descenso.

Dos temporadas en Tercera División bastaron al equipo para ascender a la Segunda División, así como otros dos años en ésta última para lograr el gran objetivo: la Primera División, en el año de 1975.

Con buenas y malas rachas el equipo ha logrado hasta la fecha mantenerse en Primera División, sin lograr aún ningún campeonato, pero con el firme propósito de alcanzarlo , pues hasta ahora solo ha conseguido acercarse a cuartos de final.

Este año (1990-1991), el plantel ha sido reforzado con jugadores brasileños, pero no se han tenido los resultados que se habían fijado al arranque de la temporada. (20)

2.3. OBJETIVOS Y FUNCIONES DEL CLUB DE FUTBOL TECOS A.C.

El Club de Futbol Tecos tiene metas bien definidas que espera lograr y reforzar. Los objetivos principales del club son los siguientes:-

- Promover el deporte entre la comunidad universitaria.
- Lograr el campeonato.
- Dar oportunidad a jugadores novatos que sean capaces.
- Dar aliciente, motivar a los jugadores y al personal.
- Dar servicio médico a todos los elementos del Club de Futbol Tecos.
- Lograr más seguidores del equipo Tecos.
- Inculcar el deporte en la niñez jalisciense.
- Crear el sentido de responsabilidad en los jugadores.
- Remunerar económicamente a quienes se desenvuelvan mejor en la cancha y consigan anotaciones. (21)

2.4. ESBOZO HISTORICO DE LA CONSTRUCCION DEL ESTADIO 3 DE MARZO.

El Estadio 3 de Marzo fue inaugurado con sus actuales características precisamente un 3 de marzo de 1985 por las autoridades de la Universidad Autónoma de Guadalajara. En esa ocasión los Tecos de la UAG se enfrentaron a las Chivas y el marcador favoreció a los rojiblancos, 1 a 0.

El motivo por el cual se le puso el nombre de Estadio 3 de Marzo fue por la conmemoración de la gesta de la fundación de la Universidad Autónoma de Guadalajara, es una alusión a las fiestas que se celebran en la Universidad.

La ejecución de la obra estuvo a cargo de la Oficina de Planeación, Diseño y Construcción de la Universidad Autónoma de Guadalajara, teniendo al frente a el Ing. Juan Jiménez de la Torre, director de la obra; el Ing. Rubén Ríos Sánchez, jefe de la construcción y el Arq. Juan E. Soto Vadillo, jefe del proyecto.

Entre las autoridades que aquel 3 de marzo de 1985 inauguraron el estadio, estuvieron el presidente de la Asociación Civil Universidad Autónoma de Guadalajara, Lic. Antonio Leño Alvarez del Castillo; el secretario general, Lic. Carlos Pérez Vizcaíno; el rector de la UAG, Dr. Luis Garibay Gutiérrez, y el presidente del Club de Fútbol Tecos, Ing. Juan José Alvarez del Castillo.

A escasos 5 años de esa fecha el Estadio 3 de Marzo se ha ganado, - sin duda alguna, el reconocimiento de propios y extraños, además de ser- considerado por algunos visores y autoridades de la FIFA como uno de los más bellos, cómodos y funcionales, no sólo de México sino del mundo - entero.

El césped que tiene la cancha del estadio, es de una variedad llamada - Bermudas, traída desde los Estados Unidos de Norteamérica, y lo ha con- vertido en uno de los favoritos de los futbolistas que pueden brindarse- de manera plena al jugar. Debido a las características del pasto, el Es- tadio 3 de Marzo fue considerado el mejor del Mundial México 86, aún - por encima de canchas como la del Estadio Azteca, en el Distrito Federal o el de la Corregidora, en Querétaro.

El estadio tiene una capacidad para 35 mil personas cómodamente - distribuidas en sus asientos. Las puertas de acceso con las que cuenta - son 12, 5 escaleras para palcos y una más de uso exclusivo para el palco de honor; tiene un total de 32 baños. A la cancha se le da un manteni- - miento a base de agua y fertilizantes químicos a cargo de 6 jardineros - expertos en mantener el césped como alfombra y su altura no debe ser ma- yor a los 2.5. centímetros.

La iluminación consta de 6 torres con 15 reflectores en cada una de ellas; el sonido local está conformado por 60 cornetas de 30 wats cada - una; el reloj marcador fue donado por algunas firmas comerciales cuando- el estadio fue sede del Mundial México 86.

Una de las peculiaridades que tiene el 3 de Marzo es la transición- entre el estadio anterior, que era simplemente una gradería de concreto

donde se jugaban los partidos de Segunda División, ya que tuvieron la -
necesidad de acondicionarlo de acuerdo a los requerimientos que pide la
Federación Mexicana de Fútbol.

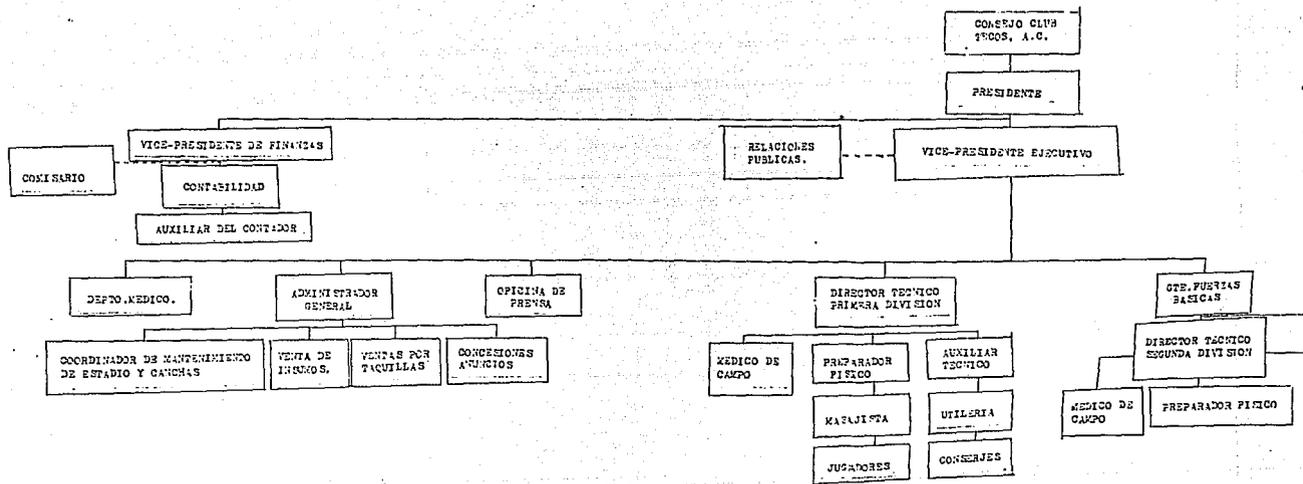
El tiempo que tardaron en modificar las instalaciones fue de 2 me--
ses, debido a que subieron a Primera División, desarrollando su primer -
partido en ese lugar el 6 de septiembre de 1975 frente al América.

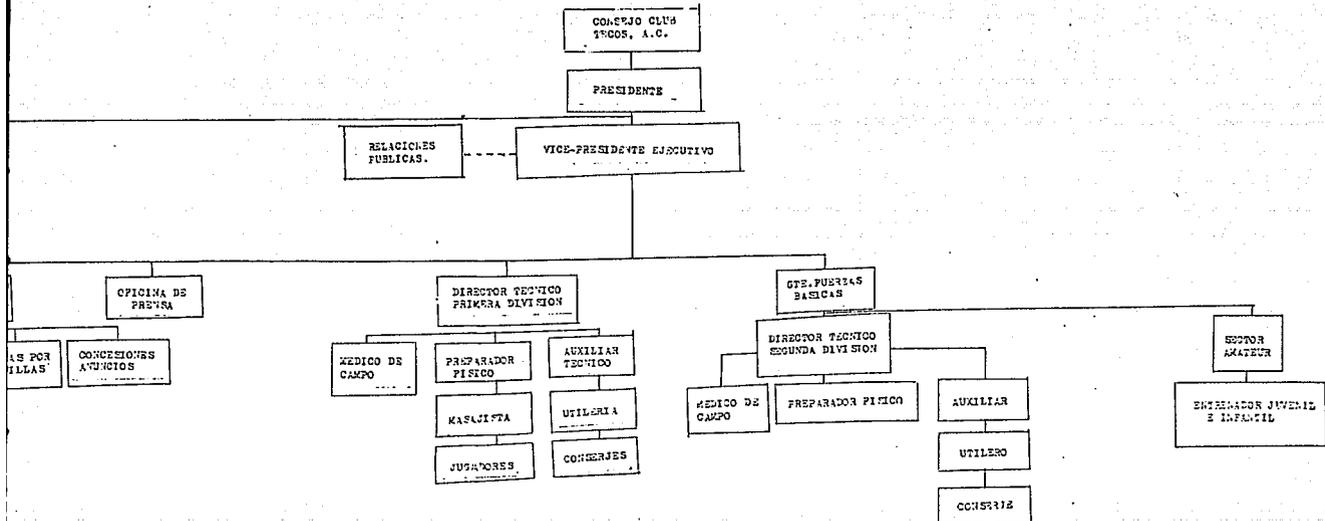
El estadio tiene de terminado 5 años, ya que se hicieron modifica--
ciones para que estuviera de acuerdo a la imagen de la Universidad Au--
tónoma de Guadalajara; hicieron cambios sin dejar de jugar ningún parti--
do, por lo que tardaron de 3 a 4 años. (22)

Recientemente se modificó el nombre del estadio quedando " Estadio-
de Fútbol Universidad Autónoma de Guadalajara ".

2.5. ESTRUCTURA ORGANICA DEL CLUB DE FUTBOL TECOS.

A continuación se presenta el organigrama del Club de Futbol Tecos, que fué elaborado en el transcurso de éste capítulo, pues no se tenía - estructurado, para poder así definir las funciones de cada uno de sus - integrantes y conocer los departamentos de dicha institución.





2.6. FUNCIONES Y OBJETIVOS DE CADA DEPARTAMENTO.

La estructura orgánica del Club de Futbol Tecos consta de 34 departamentos que serán analizados de acuerdo a su dependencia, funciones y control.

CONSEJO CLUB FUTBOL TECOS A.C.

- DEPENDENCIA: no tiene, es la autoridad superior.
- FUNCIONES: este consejo está compuesto por funcionarios de las diversas áreas administrativas, financieras, promocionales y médicas.

El consejo se encarga del buen funcionamiento y manejo del club, así como de fijar normas y políticas que se deben seguir para conservar el buen desempeño de cada departamento; busca también conquistar a sus aficionados.

Este organismo convoca periódicamente a juntas generales para contar con información y aportar nuevas ideas para mejorar el club.

- CONTROL: controla a todas las dependencias.

PRESIDENTE.

- DEPENDENCIA: el presidente depende directamente del consejo.
- FUNCIONES: el presidente es el que ejecuta las políticas del consejo representa individualmente a la empresa, toma decisiones junto con el consejo y de común acuerdo propone políticas.

- CONTROL: se reúne en junta con el vice-presidente de finanzas y el vice-presidente ejecutivo a quienes delega responsabilidades.

VICE-PRESIDENTE DE FINANZAS.

- DEPENDENCIA: depende del presidente.
- FUNCIONES: este miembro se encarga de manejar financieramente al equipo, tratando de obtener las mayores ganancias y superviza los ingresos y egresos para fijar las políticas financieras en general.

Se encarga del presupuesto para la contratación de jugadores, entrenadores y personal del plantel, así como de distribuir los recursos existentes de la mejor manera. Realiza las operaciones financieras para tener un buen activo fijo y circulante.

- CONTROL: delega responsabilidades al encargado de contabilidad.

COMISARIO.

- DEPENDENCIA: depende del vice-presidente de finanzas.
- FUNCIONES: el comisario superviza el buen funcionamiento del departamento de contabilidad, evalúa los requerimientos y demandas de los integrantes de la empresa. El comisario desempeña sus funciones de acuerdo a las políticas fijadas por el vice-presidente de finanzas en el aspecto contable.

- CONTROL: da asesoría al departamento de contabilidad.

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD.

- DEPENDENCIA: es supervizado por el comisario y recibe ordenes del

vice-presidente de finanzas.

- FUNCIONES: este departamento adecúa los lineamientos para el buen funcionamiento de los recursos financieros. Se encarga de elaborar un balance cada mes.

Controla el balance anual que incluye el estado de pérdidas y ganancias .

Esta pendiente del estado de cuentas y lleva su hoja de trabajo-al día, resolviendo cada tarea con ética profesional.

- CONTROL: delega responsabilidades a sus auxiliares.

AUXILIAR DEL CONTADOR.

- DEPENDENCIA: recibe ordenes del contador.
- FUNCIONES: cada uno de ellos ejecuta las tareas que les dicta el contador.

Se encarga de pagar y elaborar los sobres de sueldo para entregar - los a cada jugador.

Lleva el control de la nómina de sueldos; asimismo hace los balan - ces que el contador ordene efectuando además su revisión.

- CONTROL: no delegan responsabilidades.

VICEPRESIDENTE EJECUTIVO.

- DEPENDENCIA: depende directamente del presidente.
- FUNCIONES: coordina las actividades y el buen funcionamiento de - cada uno de los siguientes departamentos: médico, administración general oficina de prensa, relaciones públicas, director técnico de primera -

división y fuerzas básicas.

De acuerdo a lo dispuesto por el consejo, y a través de la presidencia, es el vice-presidente ejecutivo quien pone en práctica las decisiones tomadas por los primeros.

DEPARTAMENTO MEDICO

- DEPENDENCIA: depende del vice-presidente ejecutivo.
- FUNCIONES: se encarga de dar servicio médico a los jugadores de los equipos de Primera, Segunda y Tercera División.

Trata de mantener a los futbolistas con buena salud para que de esta manera den su mayor rendimiento en cada partido dentro de la cancha.

El departamento médico se auxilia para realizar sus funciones de los hospitales de la UAG.

- CONTROL: no delega responsabilidades.

COORDINADOR DE MANTENIMIENTO DE ESTADIO Y CANCHAS.

- DEPENDENCIA: recibe órdenes del administrador general.
- FUNCIONES: se encarga de mantener en buen estado las canchas y el Estadio 3 de Marzo donde se juegan los partidos de inter-escuadras y Primera División.

Contrata jardineros, electricistas, fontaneros, albañiles y, si es necesario, arquitectos e ingenieros.

Se encarga de que el abono y el riego sean utilizados a tiempo para mantener el estadio y las canchas en óptimas condiciones.

- CONTROL: de él dependen: jardineros, electricistas, fontaneros y per-

sonal contratado eventualmente.

VENTA DE INSUMOS.

- DEPENDENCIA: depende del administrador general.
- FUNCIONES: en este departamento se controla la venta de cerveza, refrescos y todo tipo de comida; los ingresos por este concepto pasan a la administración general.

De igual forma se encarga de la venta de productos de promoción del equipo como son: gorras, banderines, vasos, etc.

- CONTROL: controla a los vendedores en el estadio.

VENTAS POR TAOQUILLAS.

- DEPENDENCIA: recibe indicaciones del administrador general.
- FUNCIONES: se encarga de controlar el boletaje cada vez que se lleva a cabo algún partido de futbol y deposita los ingresos en la administración general.

Otra de sus actividades es la de tener a tiempo los boletos a la venta al público, para que ésta sea ordenada y los aficionados puedan ingresar comodamente al partido.

- CONTROL: tiene a su cargo a los vendedores de boletos.

CONCESIONES Y ANUNCIOS.

- DEPENDENCIA: depende del administrador general.
- FUNCIONES: coordina la venta de anuncios estáticos dentro de la cancha, así como los derechos de transmisiones por radio y televisión.

Controla la publicidad en los uniformes de los jugadores.

- CONTROL: no delega responsabilidades.

OFICINA DE PRENSA.

- DEPENDENCIA: depende de la vice-presidencia ejecutiva.
- FUNCIONES: en este departamento se coordina la información que se genera del equipo a los medios de comunicación; se brinda información en el palco de prensa en todos los partidos.

En la oficina se lleva un archivo de información de los diarios locales, nacionales y revistas extranjeras; ésto mismo se hace con la radio grabando algunos programas deportivos de Guadalajara.

Algunos encuentros de los Tecos están archivados en video-tape, lo que constituye también un archivo importante.

- CONTROL: tiene a su cargo al coordinador de radio.

RELACIONES PUBLICAS

- DEPENDENCIA: depende directamente del vice-presidente ejecutivo.
- FUNCIONES: es auxiliar de la oficina de prensa con la que funciona de común acuerdo.
- CONTROL: no delega responsabilidades.

DIRECTOR TECNICO DE PRIMERA DIVISION

- DEPENDENCIA: acata instrucciones del vice-presidente ejecutivo.
- FUNCIONES: ésta persona fija los lineamientos, objetivos y estrategias a cumplir en cada entrenamiento y partido, por lo que los jugadores deben respeto y disciplina hacia éste.
- CONTROL: tiene a su cargo al médico de campo, preparador físico, auxiliar técnico, jugadores, masajista y utilero.

MEDICO DE CAMPO

- DEPENDENCIA: trabaja bajo el mandato del director técnico.
- FUNCIONES: es el doctor que presta sus servicios de planta con el equipo.

Atiende problemas de salud de los jugadores y los delega según el tratamiento y la gravedad al departamento médico o al Hospital Dr. Angel Leño.

El médico de campo acompaña a los jugadores en cada partido, estando a nivel de cancha junto con entrenador, banca, etc.

Se encarga de hacer a los jugadores pruebas de condición y resistencia para conocer su rendimiento físico en el campo y entrenamientos.

Es él quien ordena análisis de chequeo periódicamente y envía a los jugadores con otros especialistas como: dentistas, cardiólogos, entre otros.

- CONTROL: no delega responsabilidades en el sentido estricto de la palabra, pero da consejos y tareas a los jugadores para mejorar su salud.

PREPARADOR FISICO

- DEPENDENCIA: recibe órdenes del director técnico.
- FUNCIONES: se encarga de tener en buenas condiciones físicas a los jugadores de Primera División, de acuerdo con el médico de campo.

Vigila que hagan ejercicios especiales si tuvieron alguna lesión y están en recuperación.

Los acompaña a los partidos y entrenamientos.

- CONTROL: delega responsabilidades al masajista y jugadores.

JUGADORES

- DEPENDENCIA: dependen del director técnico, médico de campo, auxiliar técnico y preparador físico.

- FUNCIONES: su función es desempeñar la posición que juegan de la mejor manera y cumplir las órdenes del director técnico, médico de campo, auxiliar técnico preparador físico.

Tienen la responsabilidad de asistir a juntas cuantas veces sea necesario; tendrán que ponerse de acuerdo con el jefe de la oficina de prensa para asistir a entrevistas en los diferentes medios de comunicación.

Diariamente asisten a uno o dos entrenamientos a los que no deben faltar salvo casos especiales que el director técnico permita.

Los jugadores tienen reglamento que respetar dentro y fuera del club, pues deben ser personas honestas y demostrarlo con sus acciones.

- CONTROL: no delega responsabilidades.

MASAJISTA

- DEPENDENCIA: depende del director técnico.

- FUNCIONES: se encarga de apoyar al médico de campo y preparador físico con técnicas de masaje especial para la pronta recuperación de los jugadores, ya sea en la cancha al efectuarse algún partido o fuera de ella en los entrenamientos.

- CONTROL: da instrucciones a los jugadores.

AUXILIAR TECNICO

- DEPENDENCIA: recibe órdenes del director técnico.
- FUNCIONES: coordina con el director técnico: estrategias, lineamientos y objetivos del equipo al desenvolverse en la cancha.

Checa junto con el entrenador los partidos anteriores que fueron grabados en video-tape, para ver fallas y aciertos de cada jugador, tratando de encontrar soluciones para tener un mejor desempeño en los próximos encuentros.

En ocasiones suple al director técnico en caso de enfermedad o expulsión de la cancha.

- CONTROL: da instrucciones a los jugadores.

UTILERO

- DEPENDENCIA: recibe órdenes de trabajo del auxiliar técnico y director técnico.
- FUNCIONES: ésta persona está al pendiente de que los artículos de trabajo del deportista, como zapatos, uniforme, balones, etc., estén limpios y en orden.
- CONTROL: delega responsabilidades en el conserje.

CONSERJES

- DEPENDENCIA: este departamento depende del de utilería.

- FUNCION: debe mantener limpio el Estadio 3 de Marzo y los vestidores, cuidando la buena imagen ante el público y los medios de comunicación.

GERENTE DE FUERZAS BASICAS

- DEPENDENCIA: depende del vice-presidente ejecutivo. ..
- FUNCIONES: en este departamento se encargan de ir visualizando posibles jugadores que en el futuro jueguen con los equipos de Tercera, Segunda o Primera División, ésta última como parte importante para el club y los jugadores.
- CONTROL: tiene a su cargo el director técnico de Segunda División y sector amateur.

DIRECTOR TECNICO DE SEGUNDA DIVISION

- DEPENDENCIA: depende del gerente de fuerzas básicas.
- FUNCIONES: tiene las mismas funciones del director técnico de Primera División, sólo que las cumple en el equipo de Segunda División, además de observar a los jugadores que más destacan para darles su cambio a Primera División.
- CONTROL: delega responsabilidades al médico de campo, preparador físico y auxiliar técnico.

2.7. SOCIOLOGIA DEL DEPORTE.

Debido a la función social que en forma paralela a la deportiva el Club de Futbol Tecos A.C. realiza, es necesario hacer un recuento de los beneficios que como promotor del deporte ha dado a la comunidad.

Dentro de la Universidad Autónoma de Guadalajara, el Club de Futbol Tecos está enmarcado como institución deportiva, ya que fortalece el espíritu deportivo entre la población.

Vale la pena hacer notar que mediante el deporte se logra en cada ser:

- Sentimientos de cooperación.
- Sentimientos de responsabilidad.
- Fomenta la ayuda mutua.
- Fortalece el desenvolvimiento de la personalidad humana con fines de servicio social, afirmando el espíritu cívico.
- Ayuda a templar el carácter.
- Se adquiere un organismo mejor desarrollado físicamente y con ello pleno desarrollo de su capacidad intelectual.
- Afirma la disciplina, al tener que aceptar normas estrictas de vida. (23)

El estar educado físicamente, a través del deporte, significa conocer los hechos en relación con el papel de la actividad física en la salud mental; saber que la actividad física proporciona una salida aceptable para la agresividad; conocer que la actividad física es un agradable cambio de ritmo respecto a la intensa actividad mental; saber que la

MEDICO DE CAMPO, PREPARADOR FISICO, AUXILIAR TECNICO, UTILERO YCONSERJE.

- DEPENDENCIA: dependen del director técnico de Segunda División.
- FUNCIONES: las funciones que cumplen cada uno de los mencionados son las mismas que en la Primera División solo que en otro nivel: Segunda División.

SECTOR AMATEUR

- DEPENDENCIA: este departamento depende del gerente de fuerzas básicas
- FUNCIONES: en esta fase existen jugadores de futbol que pueden llegar a Tercera, Segunda y Primera División.
- CONTROL: da instrucciones al entrenador juvenil e infantil.

ENTRENADOR JUVENIL E INFANTIL

- DEPENDENCIA: depende del sector amateur.
- FUNCIONES: entrena a niños y jóvenes menores de 16 años; les explica las técnicas, estrategias y objetivos del futbol para su desempeño en los partidos.
- CONTROL: delega responsabilidades en los jugadores infantiles.

actividad física es una importante característica de una vida equi- -
brada. (24)

Todo individuo desea desarrollar destreza; estar físicamente apto;-
poseer un cuerpo de buena apariencia y saber qué hacer cuando ocurren -
lesiones. El logro de estos objetivos requiere el conocimiento y la com-
prensión del tema de la educación física; los sistemas del cuerpo, los -
elementos de una buena postura, programas de ejercicios, consejos sobre-
seguridad y los componentes de la aptitud física. (25)

Apegándose a un programa regular de ejercicio se mejora la aparien-
cia física. El ejercicio puede dar al cuerpo la oportunidad de desarro-
llar su potencial al máximo. (26)

El deporte le da al ser humano seguridad en sí mismo, bienestar fí-
sico, soltura, agilidad mental y destreza. (27)

Los grandes pensadores mundiales han subrayado la importancia de la
buena condición física mediante el deporte, para gozar de una vida fe- -
cunda y plena. Aristóteles, filósofo griego, afirmó: " El cuerpo es el -
templo del alma y para alcanzar la armonía del cuerpo, la mente y el -
espíritu, el cuerpo debe estar físicamente apto ". Un filósofo inglés, -
escribió: " El cuerpo sano es una mente sana ", descripción corta, pero-
completa de un estado feliz en este mundo: quien posee ambos atributos -
tiene muy poco que desear. (28)

Los alimentos que se toman, la cantidad de descanso que se propor--
ciona, las actividades físicas a que se dedican y las demás prácticas de

higiénicas que se sigan juegan un papel muy importante en la determinación de la aptitud física.

Quien se encuentra físicamente preparado, es decir, que todos sus sistemas corporales funcionan eficientemente, tiene la fuerza suficiente para dedicarse a actividades físicas intensas; puede ejecutar tareas diarias y se recobra con rapidez de la fatiga; tiene reservas de fuerzas recupera la energía. (29)

El individuo que práctica deporte amplía su salud mental y social, da salida a expresiones, emociones y lebera tensiones, importantes en la salud mental. La mente y el cuerpo están interrelacionados. Existe una estrecha relación entre la salud física y el ajuste adecuado para la vida. (30)

Hipócrates, el padre de la Medicina, llamaba la atención sobre un principio importante, decía: " Lo que se usa se desarrolla; lo que no se usa se atrofia ". (31)

Por otra parte, es conveniente recordar que existen 3 obstáculos para desarrollarse como deportista: el tabaco, el alcohol y las drogas. Algunos jóvenes experimentan con estas substancias en detrimento de su salud y condición física.

Los entrenadores creen casi unánimemente que el desempeño atlético y la fuerza muscular son disminuidos por el cigarro en todo tipo de jugadores, aunque son más estrictos con los de primera categoría, a quienes no se les permite fumar. Asimismo, se prohíbe que los jugadores tomen bebidas embriagantes y mucho menos que se droguen.

La aptitud física es objetivo básico de la educación física. Es esencial que todos los estudiantes aprendan a lograr y estimar un alto nivel de desarrollo físico, de manera que los principios de destreza en los deportes y otras actividades sean acometidos con deleite y confianza. El éxito se presenta cuando un alumno decide participar en los programas deportivos escolares; cuando el alumno después de adulto y egresado, participa en actividades de acuerdo a su edad y habilidad general.

La Universidad Autónoma de Guadalajara hace lo anterior al dar oportunidad a alumnos y egresados de participar en equipos de fútbol interfacultades y torneo de egresados, además de otros deportes como: beisbol, fútbol americano, basquetbol, natación y voleibol.

La Escuela de Fútbol Infantil promueve el amor al deporte desde corta edad y ha logrado despertar el interés en los pequeños contando con los siguientes triunfos. (32)

En agosto de 1987 la Selección Infantil, al mando de Francisco González Gatica viajó, para participar en el Torneo de Tokio, logrando el Campeonato.

Los niños que participaron en esa ocasión fueron: Marco A. Garcés, Aldo Ríos, Ricardo Montes de Oca, Rufo Pérez, Rodrigo Lorenzana, Abel Vences, Manuel Lira, Rubén Peguero, Francisco Rebano, Abel Padilla, Erik Flores, Ulises Caro, Gennoni Martínez, Héctor García, José Luis Romero y Luis Farias.

Otra victoria de la Escuela de Fútbol Infantil Tecos fue en 1988 en

el Torneo de la Amistad, celebrado en Lima, Perú, en esa ocasión al mando de Miguel Villada, el equipo era el siguiente: Juan Murillo, Germán Butze, Victor Aguirre, Adrian Ríos, Carlos Jiménez, Jorge Martínez, Juan Charles, Heliodoro García, David Sandoval, Jorge Pérez, Iván Ayala, Rubén Ríos, Eduardo Hernández, Ranier Barragán, Alberto Cisneros, Ramón Paredes y Rigoberto García. (33)

El deporte dentro de la Universidad Autónoma de Guadalajara es promovido desde la niñez, lo que la hace formadora de niños, jóvenes y adolescentes disciplinados y sanos.

CONCLUSION ESPECIFICA

En éste segundo capítulo se llegó a un conocimiento profundo de lo que es el Club Tecos y cómo está organizado, las funciones que tiene una asociación de este orden y la necesidad de promover el deporte como actividad que requiere de disciplina, amor y dedicación, lo que lleva a la juventud a una vida saludable físicamente y mentalmente, de ahí la responsabilidad de un club deportivo para con la sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (18) Universidad Autónoma de Guadalajara. Programa de Desarrollo. -
Publicación UAG.
- (19) *ibidem*.
- (20) Preciado Iñiguez, Aldo. Breve historia del Club de Fútbol -
Tecos. Archivo de prensa y difusión. Universidad Autónoma
de Guadalajara.
- (21) López Delgadillo, Jorge. Vice-presidente Ejecutivo Club -
de Fútbol Tecos. Entrevista. Guadalajara Jalisco.
- (22) Valadéz, Roberto.
Ocho Columnas.
Diario.
Guadalajara, Jalisco.
- (23) Ledesma Ríos, Gloria Patricia. Necesidad de una revista deportiva
chiapaneca, Tesis Profesional, Universidad Autónoma de Guadalajara.
- (24) *Ibidem*.

(25) Ibidem.

(26) Ibidem.

(27) Ibidem.

(28) Ibidem.

(29) Ibidem.

(30) Ibidem.

(31) Ibidem.

(32) Sánchez Samaniego, Octavio. Jefe del Depto. Médico del Club de Fútbol Tecos. Logros de la Escuela Infantil Tecos. Entrevista. Guadalajara, Jalisco.

(33) Ibidem.

T E R C E R C A P I T U L O

III " ESTRUCTURA, FUNCIONES Y OBJETIVOS QUE NORMAN AL SER
Y EL QUEHACER DE LA OFICINA DE PRENSA
DEL CLUB DE FUTBOL TECOS A LA FECHA
DE ESTA TESIS " .

3.- Preámbulo.

Para poder aportar nuevas técnicas o mejorar y reforzar las existentes, es necesario conocer cómo funciona actualmente la oficina de prensa del Club Tecos; es por esto, que en el tercer capítulo analizaremos a la oficina de prensa desde su origen, integración y lineamientos.

Asimismo, investigamos las responsabilidades y tareas del personal de la oficina de prensa, para entender de qué formas de comunicación se vale, la manera de llevar el archivo y cómo es su relación con los medios de comunicación.

Los datos de este capítulo son resultantes de entrevistas con diversos miembros significativos de la institución, quienes tuvieron la gentileza de orientarme en cada tema; manifestando su opinión con el marcado deseo de una superación constante.

3.1. ORIGEN DE LA OFICINA DE PRENSA DEL CLUB DE FUTBOL TECOS.

El Club de Futbol Tecos creó la oficina de prensa en la temporada - 1984-1985, viendo la necesidad de una oficina especializada que pudiera manejar la relación con los medios de comunicación.

Antes de su existencia, las relaciones que tenía la directiva con - los medios de comunicación no eran muy satisfactorias, pues era difícil tener contacto directo. Las tareas de cada integrante de la directiva lo hacían casi imposible y se vió la necesidad de un intermediario que mantuviera informados a los medios y por consiguiente a la sociedad, de todo lo que sucediera, sin tener que abordar a un directivo o a otro, - dando pie a la oficina de prensa que cubriría satisfactoriamente sus - requerimientos.

La unificación de criterios constituía el primer problema que debía solucionar la oficina de prensa, pues antes de su existencia un directivo daba una versión y otro directivo una diferente.

Así pues, mediante juntas con el jefe de la oficina de prensa y la directiva, se logró la unificación de criterios en cualquier tipo de declaración. (34)

3.2. INTEGRACION DE LA OFICINA DE PRENSA DEL CLUB DE FUTBOL TECOS.

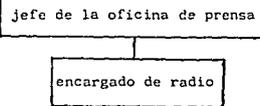
La oficina de prensa requiere, para el desempeño de sus labores de un equipo de trabajo eficiente y experto en cada medio de comunicación.

El Club de Futbol Tecos cuenta con un jefe de prensa, que coordina las actividades de la oficina, y de él depende en gran parte el desenvolvimiento de las personas que tiene a su cargo. Trabajan de acuerdo a los objetivos y lineamientos del Club, logrando así la unificación de la institución. (35)

3.2.1. ORGANIGRAMA DE LA OFICINA DE PRENSA.

En base al organigrama general, la oficina de prensa depende directamente del vice-presidente ejecutivo.

La oficina de prensa del Club de Futbol Tecos está estructurada de la siguiente manera:



Este es el personal que se encarga del trabajo y buenas relaciones con los medios de comunicación: prensa, radio y televisión. Cada uno de ellos cumple funciones importantes, lo que veremos en el siguiente punto.(36)

3.2.2. RESPONSABILIDADES Y TAREAS DEL PERSONAL DE LA OFICINA DE PRENSA.

JEFE DE LA OFICINA DE PRENSA.

Las responsabilidades y tareas del jefe de prensa son las siguientes:

- Acuerda directamente con la Vice-presidencia Ejecutiva.
- Controla al encargado de radio.
- Atiende las relaciones con diversos organismos que transmiten los partidos por televisión o los graban para uso exclusivo del club (esto será explicado ampliamente en el tema " Relaciones con la Televisión " dentro del capítulo.
- Revisa los periódicos y se encarga del archivo de prensa.
- Elabora boletines y notas informativas.
- Organiza ruedas de prensa y presentaciones de jugadores al inicio de cada temporada.
- Hace alineaciones y da información a los reporteros cada vez que el equipo es anfitrión.
- Mantiene comunicación directa con los reporteros cada vez que éstos acuden al club en busca de información.
- Envía información a diversos diarios nacionales y locales, así como un juego de fotografías del plantel, al inicio de cada temporada.

- Se encarga de contactar entrevistas con los jugadores o miembros de la directiva a los diferentes medios de comunicación: prensa, radio o televisión, cuando los reporteros lo solicitan.
- Para labores de transcripciones se recurre al auxilio de las secretarías de la administración.
- Se encarga del archivo de fotografía y el de televisión.
- Se anexa al final de este tema un ejemplo enviados por él.

ENCARGADO DE RADIO.

El encargado de radio tiene las siguientes funciones:

- Depende directamente del jefe de la oficina de prensa.
- Es responsable de checar lo que se dice en relación al Club de Fútbol Tecos en las estaciones radiofónicas de amplitud modulada y frecuencia modulada que transmiten programas deportivos o noticieros.
- Lo anterior lo cumple al realizar la grabación de programas deportivos locales, previamente identificados con los intereses de la institución y los noticieros importantes de Guadalajara.
- Se encarga de hacer una relación de programas grabados y el archivo de los mismos. (37)

RELACIONES DE TELEVISION.

Esta es una función que le corresponde al jefe de la oficina de prensa y tiene las siguientes finalidades:

- En lo que se refiere a las relaciones con televisión, el Club se au-
lia del departamento TVU (Televisión Universitaria), que se encarga-
de la grabación de partidos importantes para la institución, mante-
niendo así un archivo de videocassetts.
- En ocasiones los partidos se realizan fuera de Guadalajara y no son
transmitidos por televisión, por lo que se tiene una buena relación
Televisa, quien envía la grabación de partidos que interesen al club
para agregarlos al archivo. No se cuenta con un contrato establecido
que obligue a Televisa a realizar dicha actividad, pero debido a la
amistad que existe entre los trabajadores de la televisora y el titu-
lar de prensa, en algunas ocasiones se piden los videos que no fueron
grabados en la sede. (38)

TAREAS SECRETARIALES.

Entre las labores secretariales se encuentran:

- Elaboración de cartas, documentos, memorandums.
- Atender telefonemas.
- Tomar dictado, recados.
- Está al pendiente de los reporteros que llegan a la oficina.

Estas labores se hacen con el auxilio de las secretarías de la ad-
ministración.

GUADALAJARA, JAL., OCTUBRE 10 DE 1990.

BOLETIN DE PRENSA:

EL MEDIOCAMPISTA GUILLERMO VAZQUEZ VOLVERA A LA ALINEACION TITULAR DE LOS TECOS DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA, ESTE VIERNES, CUANDO RECIBAN LA VISITA DE LOS "RAYOS" DEL NECAXA.

VAZQUEZ FUE SUSPENDIDO LUEGO QUE EN LA PRIMERA FECHA FUE EXPULSADO Y POSTERIORMENTE CASTIGADO POR LA COMISION DISCIPLINARIA DE LA FEDERACION MEXICANA DE FUTBOL.

LOS TECOS ENTRENARON HOY CON UN INTERESCUADRAS, DONDE FORMIGA LE DIJO A CONOCER EN UN 90 POR CIENTO DE LO QUE SERA LA ALINEACION QUE UTILIZARA EL VIERNES ANTE EL NECAXA.

VAZQUEZ VOLVERA A LA MEDIA DE CONTENCIÓN, IGNACIO RUVALCABA VOLVERA A LA LATERAL IZQUIERDA Y EL QUE SALDRA ES NICOLAS MORALES.

SEGUN LA ALINEACION QUE UTILIZO EL ENTRENADOR DE LOS TECOS FRANCISCO FERREIRA "FORMIGA" EN EL INTERESCUADRAS, SERA LA MISMA QUE UTILIZO HACE DOS SEMANAS ANTE LA U. DE G.

NO HAY JUGADORES LESIONADOS, EL DOCTOR DEL EQUIPO, MARIO O. SANCHEZ SAMANIEGO SEÑALÓ QUE TODOS ESTAN AL CIENTO POR CIENTO, Y QUE SI NO OCURRE NADA EN LA SEMANA FERREIRA PODRA ECHAR MANO DE CUALQUIERA DE ELLOS.

POCO A POCO EL EQUIPO VA MEJORANDO, LA LINEA MEDIA EXISTE MAYOR ENTENDIMIENTO.

EN CUANTO AL PARTIDO DEL VIERNES ANTE EL NECAXA, FRANCISCO FERREIRA, EXPRESO QUE ESPERA HACER UN BUEN ENCUENTRO Y LOGRAR LA PRIMERA VICTORIA DEL CAMPEONATO, ANTE SU PUBLICO.

FERREIRA ADMITIO QUE NECAXA ES UN BUEN EQUIPO, PERO SEÑALÓ QUE EN SU CASA TECOS DEBE DE OBTENER LA VICTORIA.

A T E N T A M E N T E

Club Deportivo OF. DE PRENSA U.A.G.

Universidad Autónoma de Guadalajara, A.C.

OFICINAS GENERALES: ESTADIO "3 DE MARZO", CIUDAD UNIVERSITARIA AUTONOMA, AV. PATRIA NO. 1251
TELE: 41-05-68, 41-29-15, 41-50-51 EXTS. 2160 Y 2161. APODO POSTAL: 44000, GUAD. JALISCO, GTO. 44100

3.3. OBJETIVOS, LINEAMIENTOS Y POLITICAS QUE SIGUE LA OFICINA DE PRENSA.

El objetivo principal de la oficina de prensa es promover de una -
manera óptima la imagen del Club a través de los medios de comunicaci6n-
dentro de la sociedad mexicana.

Otra de las metas a alcanzar es conseguir un adecuado manejo de las
relaciones públicas con las instituciones deportivas y educativas.

Dentro de la oficina de prensa se tienen bien establecidas las nor-
mas a seguir, la conducta que deben tener los integrantes de ella, y es-
el consejo directivo quien dicta los lineamientos a seguir; de reúne ca-
da mes; aunque en ocasiones se tienen juntas extraordinarias por las -
necesidades de la instituci6n, no importando la fecha señalada como -
obligatoria. (40)

3.4. ARCHIVO DE LA OFICINA DE PRENSA DEL CLUB DE FUTBOL TECOS.

La oficina de prensa y difusión debe tener al corriente el archivo de prensa, radio y televisión, ya que éste hace la historia diaria de la institución.

3.4.1. ARCHIVO DE PRENSA.

Como ya se dijo, el archivo es una función del jefe de la oficina - prensa, que consiste en revisar los periódicos, marcar las notas y anotar en el formato la síntesis o la cabeza de la noticia que hace referencia al club, ya sea al hablar de jugadores, partidos, o miembros de la institución en general.

Diariamente reciben periódicos nacionales y locales, los cuales son revisados y archivados en el siguiente formato:

REPORTE DIARIO DE PERIODICOS

Fecha

HERARLDO _____

LA AFICION _____

ESTO _____

OVACIONES _____

EL SOL DE MEXICO _____

EXCELSIOR _____
NOVEDADES _____
UNIVERSAL _____
OCHO COLUMNAS _____
EL INFORMADOR _____
EL OCCIDENTAL _____
EL JALISCIENSE _____
EL DIARIO _____

En la línea correspondiente a cada periódico se anota la información más importante que se tiene del club en la edición de cada día.

(41)

3.4.2. ARCHIVO DE RADIO.

Como ya se mencionó , la persona encargada de la radio tiene la función de archivo, elaborándolo de la siguiente manera:

El encargado de radio escucha diariamente algunos programas deportivos y noticieros previamente señalados, los graba y archiva en el siguiente formato:

REPORTE DIARIO DE RADIO

Fecha

BOLETIN MARCADOR _____

NOTISISTEMA _____

EN RESUMEN _____

SUPER GOL _____

TIEMPO EXTRA _____

TIRANDO A GOL _____

USTED TIENE EL BALON _____

DESPUES DE LAS NUEVE _____

En la línea correspondiente a cada programa se anota la información más importante que se tiene del club en la emisión de ese día.

A continuación se muestra un ejemplo de como se realizan en la oficina de prensa los archivos radiofónicos.

3.4.3. ARCHIVO DE TELEVISION.

El archivo de televisión no es diario, pues sólo se graban algunos partidos de interés para el Club; se guardan en los videocassetts que contienen partidos y entrenamientos; se utilizan para ver el desempeño de cada jugador, así como las técnicas de los adversarios para posteriores partidos.

Para poder mantener este archivo se hace uso de las relaciones con Televisa y Televisión Universitaria. (TVU). (42)

3.4.4. ARCHIVO FOTOGRAFICO.

El archivo fotográfico se hace al inicio de cada temporada para - la presentación oficial del plantel con los medios de comunicación.

No se tiene un fotógrafo dentro de la oficina, para hacer el archivo se utilizan las relaciones con el periódico Ocho Columnas, que da sus servicios sin costo alguno.

Es el jefe de la oficina de prensa quien guarda los juegos de fotografías de cada temporada y los distribuye. (43)

CONCLUSION ESPECIFICA.

En el desarrollo de este capítulo encontramos cómo el jefe de la oficina de prensa lleva sus relaciones con los medios de comunicación y que debe seguir normas para desempeñar sus tareas de acuerdo con los lineamientos marcados por el Consejo Directivo.

Entendimos la razón de ser de la oficina dentro de la institución - al conocer los motivos de su inicio y su desarrollo.

El jefe de la oficina de prensa trabaja con un equipo para lograr - sus objetivos, tiene bien definidos sus archivos, ayudándose con el encargado de radio, personal de TVU (Televisión Universitaria) y Tele - visa.

Como ya quedó descrito como está la oficina de prensa y sus funciones, podemos dar pie al siguiente capítulo, tomando como base la situación real de la oficina.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- (34) Preciado Iñiguez, Aldo. Jefe de Prensa y Difusión
del Club de Futbol Tecos. Entrevista -
Guadalajara, Jalisco.
- (35) Ibidem.
- (36) Ibidem.
- (37) Ibidem.
- (38) Ibidem.
- (39) Ibidem.
- (40) Ibidem.
- (41) Ibidem.
- (42) Ibidem.
- (43) Ibidem.

CUARTO CAPITULO.**IV "PROYECTO PARA LA OFICINA DE PRENSA
DEL CLUB DE FUTBOL TECOS "**

4.- Preámbulo.

Este último capítulo es un proyecto para la oficina de prensa - del Club de Futbol Tecos, A.C. , que muestra cómo debe estar integrada: su elemento humano, sus recursos materiales y sistema de trabajo.

Asimismo, se presenta la estructura orgánica idónea para la -- oficina de prensa y las funciones de cada elemento, dentro de los manuales de puestos.

De esa manera, siguiendo sistemas planeados y estructurados, se -- podrá evitar sustancialmente vicios que se arrastran en la realización -- de funciones del personal que interviene en la oficina de prensa del -- Club de Futbol Tecos.

4.1. ANALISIS DEL CLUB DE FUTBOL TECOS.

De acuerdo a la experiencia que surge de esta investigación se establece que el Club de Futbol Tecos A.C., carece de:

- Un organigrama de la institución que delimite bien, puestos y jerarquías.
- Por otra parte, la oficina de prensa cuenta con personal suficiente para el óptimo desempeño de labores del departamento.
- Asimismo, los archivos que se tienen a la fecha de ésta tesis, no siguen un orden específico; lo que hace difícil el acceso a éstos.
- Para evitar la duplicidad de tareas, y la capacitación pormenorizada al inicio de un empleado, es necesario que el club tenga manuales de puestos, que definan las funciones y actividades de cada persona.
- Es necesario también notar que no se tienen folletos actualizados para los reporteros o nuevos empleados; pues es una forma práctica y fácil de conocer a la institución.

En base a lo anterior, y tomando en cuenta algunos detalles dentro del club, he realizado este cuarto capítulo, con el deseo de que las aportaciones que aquí se presentan sean útiles a la institución.

4.2. NORMATIVOS DEL PROYECTO.

El personal de la oficina de prensa no se debe apartar de los objetivos, políticas y estrategias para el buen desempeño de labores, como se mencionó en el tercer capítulo.

Este proyecto fija para la oficina de prensa del Club de Fútbol Teacos, las siguientes políticas:

- Se debe respetar lo que marca la Ley de Imprenta en base a los artículos 6 y 7 de la Constitución.
- Asimismo de lo que la Ley Federal de Radio y Televisión dicta.

Las leyes aquí-mencionadas aparecen en extracto, al final de este capítulo en anexos.

Por razones obvias no se inserta el reglamento, pues ésta será función decisiva del club; aquí sólo se formula un proyecto de orden técnico para crear una eficiente oficina de prensa.

4.3. INTEGRACION DE LA OFICINA DE PRENSA DEL CLUB DE FUTBOL TECOS.

La oficina de prensa debe estar integrada por personal que se identifique con los objetivos, políticas y estrategias del club deportivo, - pues así cada empleado desarrollará correctamente sus labores.

Es necesario seleccionar el personal adecuadamente para lograr las metas y objetivos que se tienen trazados; para ello se buscará que cada uno responda al perfil profesional que se requiere.

4.4. ELEMENTO HUMANO.

Existen dos factores con los que se hace posible el funcionamiento de cualquier empresa: el recurso material y el elemento humano, este último es el más importante, ya que él es quien le da funcionalidad y vida al otro.

La selección del elemento humano se define como un proceso o procedimiento para encontrar a la persona adecuada, es decir que permita la realización del trabajador en el desempeño de su puesto y el desarrollo de sus habilidades y potencialidades a fin de hacerlo más satisfactorio a sí mismo y a la empresa en la que se desenvuelve, para contribuir de esta manera a los propósitos del departamento.

Por tanto, es necesario establecer la identificación de personas - cuyos intereses, capacidades y demás cualidades cumplan con los requisitos establecidos en el puesto.

Cualquier persona que quiera desempeñar correctamente un puesto debe tener las siguientes cualidades:

- Responsabilidad.
- Fidelidad.
- Eficiencia. (44)

De acuerdo a la investigación realizada en el transcurso de esta tesis, la oficina de prensa del Club de Fútbol Tecos, tendrá mejor funcionamiento si cuenta con el siguiente personal:

- Jefe del departamento.
- Coordinador de prensa.
- Coordinador de radio.
- Coordinador de televisión.
- Coordinador de comunicación interna.
- Fotógrafo.
- Archivista.
- Secretaria.

El jefe del departamento de prensa debe reunir los siguientes requisitos:

- Saber redactar adecuadamente.
- Mantener relaciones públicas con prensa, radio y televisión.
- Debe delegar responsabilidades correctamente.
- Dominar la síntesis y el análisis con objetividad.
- Conocer las formas de comunicación interna y externa.
- Debe usar el lenguaje con claridad, precisión y sencillez.
- Tener una escolaridad a nivel Licenciatura o Diplomado en Ciencias de la Comunicación.
- Debe tener conocimientos generales sobre fútbol.
- Conocer los reglamentos, decisiones y acuerdos de la Federación Mexicana de Fútbol y la Asociación de Arbitros.
- Coordinar las entrevistas y ruedas de prensa que haga el personal de medios, para su buen desempeño.

- Controlar los archivos de prensa, radio, televisión y fotografía, así como los expedientes de cada jugador y funcionarios que intervengan.
- Deberá sujetarse a las normas jurídicas conforme a la Ley de Imprenta reglamentaria de los artículos sexto y séptimo constitucionales, y a la Ley Federal de Radio y Televisión.
- Conocer los demás equipos que integran la liga de futbol y sus jugadores.
- Supervizar las funciones del personal a sus órdenes.

El coordinador de prensa debe reunir los siguientes requisitos:

- Saber redactar para prensa.
- Debe tener facilidad para relacionarse con la gente de los medios impresos.
- Deberá conocer la terminología de los medios impresos.
- Nociones de relaciones públicas.
- Deberá tener conocimiento de los equipos de la liga y sus integrantes: directiva y jugadores.
- Manejar adecuadamente los desplegados y órdenes de publicidad para los periódicos.
- Deberá tener conocimientos generales sobre futbol.
- Tener conocimiento crítico para identificar que notas de las que

aparecen en los diarios deben ser archivadas.

- Debe estar al tanto de la marcha del Club Tecos y el futbol en general.
- Conocer los reglamentos, decisiones y acuerdos de la Federación Mexicana de Futbol y la Asociación de Arbitros.
- Conocer periódicos y revistas deportivas tanto locales como nacionales.
- Asistir al jefe en la gestión de entrevistas y ruedas de prensa.
- Debe responsabilizarse del archivo a sus órdenes.
- Deberá sujetarse a las normas constitucionales del artículo sexto y séptimo conforme a la Ley de Imprenta y la Ley de Derechos de Autor.

El coordinador de radio debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Deberá saber redactar para radio.
- Conocer las características del medio radiofónico.
- Nociones de relaciones públicas.
- Tener conocimiento de los equipos de la liga y sus integrantes: directiva y jugadores.
- Conocer los programas deportivos radiofónicos.
- Auxiliar al jefe del departamento en las entrevistas para radio y ruedas de prensa.

- Controlar su archivo.
- Relacionarse con personas del medio radiofónico.
- Elaborar correctamente guiones y spots para radio.
- Deberá tener conocimientos generales de futbol.
- Debe conocer los reglamentos, decisiones y acuerdos de la Federación Mexicana de Futbol y la Asociación de Arbitros.
- Sujetarse a las normas jurídicas conforme a la Ley Federal de Radio y Televisión.

El coordinador de televisión debe tener las siguientes características:

- Saber redactar para televisión.
- Conocer las características y términos de televisión.
- Saber utilizar la cámara de televisión.
- Tener facilidad para relacionarse con personas de la televisión.
- Conocimientos generales de futbol.
- Elaborar correctamente promocionales y comerciales de televisión, manejando adecuadamente: imagen, texto y sonido.
- Conocer los reglamentos, decisiones y acuerdos de la Federación Mexicana de Futbol y la Asociación de Arbitros.
- Tener conocimiento de los equipos de la liga con sus integrantes: directiva y jugadores.

- Coordinar su archivo.
- Nociones de relaciones públicas.
- Apoyar al jefe del departamento en entrevistas y ruedas de prensa.
- Conocer los programas deportivos televisivos.
- Sujetarse a las normas jurídicas conforme a la Ley Federal de Radio y Televisión.

El coordinador de comunicación interna debe tener las siguientes - características:

- Nociones de relaciones públicas.
- Conocer las formas de comunicación interna.
- Redactar con un lenguaje claro y accesible a todos los niveles.
- Ser cordial y amable.
- Tener conocimientos de comunicación organizacional.
- Elaborar correctamente folletos, carteles, boletines internos, periódico mural, entre otros.
- Control su archivo.

Los requisitos para el puesto de fotógrafo son los siguientes:

- Tener conocimientos de fotografía y revelado.
- Tener creatividad.

- Muestra de fotografías impresas o publicadas.
- Controlar su archivo.

Los requisitos para el puesto de archivista son:

- Ser organizada.
- Tener conocimientos sobre técnicas de archivo.
- Tener facilidad para clasificar material.

Los requisitos para el puesto de secretaria son los siguientes:

- Buena presentación.
- Saber taquimecanografía.
- Buena ortografía.
- Nociones de relaciones públicas.

Para identificar y poder hacer una selección adecuada del personal, será necesario pedir el curriculum vitae de cada aspirante, agregándole una serie de exámenes de acuerdo al puesto que soliciten.

El aspirante al puesto de jefe del departamento deberá presentar - exámenes de:

- Conocimientos generales de futbol.
- Redacción y ortografía.
- Ley Federal de Radio y Televisión.

- Relaciones públicas.
- Ley de Imprenta.

El aspirante al puesto de coordinador de prensa deberá presentar -
exámenes de:

- Ortografía y redacción de prensa.
- Mecanografía.
- Publicidad en prensa.
- Relaciones públicas.
- Terminología periodística.
- Conocimientos de la Ley de Imprenta.
- Conocimientos generales de fútbol.

El aspirante al puesto de coordinador de radio deberá presentar -
exámenes de :

- Ortografía y redacción de radio.
- Relaciones públicas.
- Conocimientos de la Ley de Radio y Televisión.
- Conocimientos de terminología radiofónica.
- Conocimientos generales de fútbol.
- Mecanografía.

El aspirante al puesto de coordinador de televisión deberá presentar exámenes de:

- Ortografía y redacción de televisión.
- Relaciones públicas.
- Conocimientos de la Ley Federal de Radio y Televisión.
- Conocimientos de terminología televisiva.
- Conocimientos generales de fútbol.
- Mecanografía.

El aspirante al puesto de coordinador de comunicación interna deberá presentar examen de:

- Redacción y ortografía.
- Examen de elaboración de recursos audiovisuales de comunicación interna.
- Relaciones públicas.

El aspirante al puesto de archivista deberá presentar examen de:

- Conocimientos y técnicas de archivo.

El aspirante al puesto de secretaria deberá presentar examen de:

- Taquimecanografía.

- Dictado.
- Relaciones públicas.

4.5. RECURSOS MATERIALES.

Una oficina de prensa debe contar con recursos materiales que hagan posible el buen desempeño de las labores de cada elemento humano.

Para cada persona, dentro de la oficina de prensa del Club de Fútbol Tecos, se necesita lo siguiente:

El jefe del departamento de prensa requiere de:

- Una oficina acondicionada con muebles y escritorios.
- Teléfono y extensiones.
- Máquina de escribir.
- Grabadora y reproductora de cassetts auditivos y de televisión.
- Televisión.

El coordinador de prensa requiere de:

- Suscripción a diarios locales , nacionales y revistas deportivas.
- Máquina de escribir.
- Escritorio.
- Extensión telefónica.

El coordinador de radio requiere de:

- Grabadora y reproductora de cassetts auditivos.
- Cassetts para grabar.
- Máquina de escribir.

- Escritorio.
- Extensión telefónica.

El coordinador de televisión requiere de:

- Cámara de televisión portátil.
- Videocassetts para grabar.
- Máquina de escribir.
- Televisión.
- Extensión telefónica.
- Escritorio.
- Videocassetera para grabar y reproducir.

El coordinador de comunicación interna requiere de:

- Máquina de escribir.
- Escritorio.
- Extensión telefónica.
- Material para la elaboración de periódico mural, folletos, etc.
- Retroproyector.

El fotógrafo requiere de:

- Cámara fotográfica.
- Rollos.
- Líquido de revelado.
- Laboratorio de fotografía.

- Ampliadora.

El archivista requiere de:

- Carpetas.
- Fichas.
- Archivero.
- Máquina de escribir.
- Material para recortar y archivar notas.
- Escritorio.

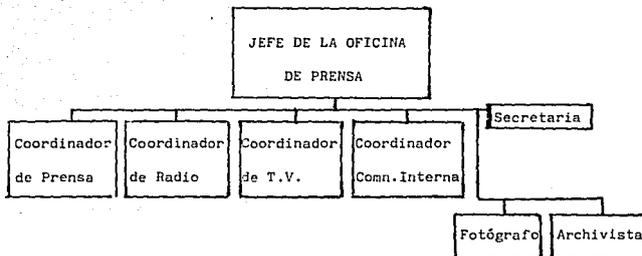
La secretaria requiere de:

- Máquina de escribir.
- Papelería.
- Escritorio.
- Conmutador.
- Mueble recibidor.

4.6. SISTEMAS DE TRABAJO.

El sistema de trabajo va de acuerdo a la estructura orgánica y los manuales de puesto de cada elemento humano. Lo definiremos a continuación:

4.6.1. ESTRUCTURA ORGANICA.



4.6.2. MANUALES DEL PERSONAL.

El objeto de los manuales de puesto en una organización es dar a conocer las responsabilidades y funciones básicas de cada puesto en el departamento de prensa del Club de Fútbol Tecos.

Aún cuando el propósito de los manuales está encaminado al correcto desempeño de las labores, no es factible preveer todos los casos que se presenten, siendo por tanto necesario crear en el personal un criterio sistemático y uniforme, sujetándose a los lineamientos de la empresa a fin de evitar actividades imprevistas y arbitrarias.

Dado que las actividades de la empresa son dinámicas, éstos manuales no pueden permanecer estáticos, deberán irse modificando, adicionando y mejorando, de acuerdo a las necesidades que se presenten.

Por medio de estos manuales de puesto se darán a conocer la forma práctica, las tareas y procedimientos para el desarrollo de la oficina de prensa en el desempeño de las funciones. (45)

4.6.2.1. MANUAL DEL COORDINADOR DE PRENSA.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
La función principal del coordinador de prensa es la recopilación de informaciones propias del club.	Elaborar boletines de prensa.	Para entregarlos a los medios de comunicación impresa.	Publicación de informaciones sobre el club.
Seleccionar las notas publicadas en los diarios, que por su contenido sean interesantes para el club aun que no hablen de él.	Leer y revisar periódicos locales y nacionales, todos los días.	Para complementar el material informativo que se incluye en el informe de este departamento.	Archivo.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Cubrir eventos y entrevistas de prensa.	Asistir a ruedas de prensa y conferencias entre otros.	Para estar al tanto de lo que sucede en torno al futbol.	
Manejar las entrevistas con los miembros de la mesa directiva y jugadores del club.	Propone a los reporteros entrevistar sobre temas especificos a jugadores y directivos.	Para la promoción y buena imagen de jugadores y equipo.	Entrevistas publicadas.
Elaborar la relación de medios que reciben publicidad como reciprocidad al apoyo dado.	Al hacer el seguimiento semanal de las notas publicadas en los medios de comunicación.	Para que los medios sigan apoyando al equipo.	Publicidad del Club Tecos en los medios impresos.

• Ejemplo de un Boletín de Prensa.

EL PERUANO JULIO CESAR URIBE VIAJARA DE VACACIONES

A SU PAIS

- Se reportará hasta el 6 de enero del próximo año.

El internacional Julio César Uribe, medio campista del equipo Tecolotes de la Universidad Autónoma de Guadalajara viajará a partir de la próxima semana rumbo a su país natal, Perú, donde pasará las fiestas decembrinas en compañía de su familia.

La directiva de los Tecos otorgó al hábil jugador un permiso especial para que se reporte con el equipo 6 días después de la concentración de los demás jugadores.

La fecha de retorno para todos los miembros del plantel será el 1º de enero del próximo año, a partir de las 10 horas, por lo que el peruano podrá presentarse a los entrenamientos hasta el 6 del mismo mes.

El vice-presidente ejecutivo del club, Lic. Rodolfo del Castillo - manifestó que la escuadra autónoma recibirá un bono especial si logran vencer al cuadro rojiblanco del Guadalajara en el partido que sostendrán inmediatamente después de llegar a las vacaciones navideñas, por lo que exhortó a los jugadores a cuidar su condición física y a llegar con mentalidad ganadora.

Por su parte el preparador físico de la oncena tecolota, Da Silva, apuntó que en estos momentos la condición físico-atlética de los empleados se encuentra en un 90% de su capacidad; por lo que en este fin de

año , al parar los entrenamientos, este porcentaje se verá reducido -
significativamente.

Para concluir informo que le dará a cada jugador un programa espe--
cial para que sigan sus prácticas por su cuenta.

4.6.2.2. MANUAL DEL COORDINADOR DE RADIO.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Monitoreo de noticias y programas deportivos.	Grabar y escuchar los diferentes programas deportivos a nivel local, nacional.	Para conocer las opinión pública manifestada a través del radio sobre el club.	Informe.
Redacción de spots y promocionales.	Elaboración y producción de guines para spots y programas promocionales.	Para promover entre la sociedad los hechos importantes de la institución.	Spots y programas en la radio.
Conseguir tiempos para entrevistas de los jugadores en programas deportivos de radio.	Relacionarse con los productores y jefes de información de los noticiarios y programas radiofónicos.	Para que la afición en general se entere de los conceptos sobre fútbol de los jugadores del equipo.	Entrevistas y noticias en programas y noticieros de radio.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Archivar de mane- ra temporal las - informaciones, en entrevistas que sa- lieron al aire.	Archivar los cassetts que fueron grabados con previa identifi- cación.	Para protección de informaciones gene- radas de jugadores o directivos del - club.	Archivo.

• Ejemplo de un Guión Publicitario para Radio.

INDICACIONES TECNICAS	TIEMPO	AUDIO
MUSICA: ZAMBA	5''	
SE BAJA Y QUEDA DE FONDO	12''	LOCUTOR: El tecolote vuelve a cantar este viernes en Zapopan al enfrentarse al Toluca. Asiste y apoya a tu equipo Tecos a partir de las 8:30 de la noche. Recuerda la cita es este viernes en el Estadio 3 de Marzo. Asiste.
EFFECTO DE MULTITUD EN UN ESTADIO	2''	

4.6.2.3. MANUAL DEL COORDINADOR DE TELEVISION.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Monitoreo de programas deportivos.	Ver y grabar todos los programas donde se hable de futbol - a nivel local y nacional.	Para establecer la ubicación del equipo en relación a los demás.	Informe.
Archivo de videos de partidos jugados.	Grabar los partidos oficiales.	Para hacer anotaciones técnicas que usará el director técnico en sus sesiones de entrenamiento.	Programas en videocassetts.
Conseguir tiempo de entrevistas en programas de tele	Relacionarse con los productores y jefes de información de los programas y noticieros de T.V.	Para mantener al tanto a su público de actividades y logros.	Entrevistas en programas de televisión.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Elaboración de comerciales y programas promocionales en televisión.	Diseño, planeación y producción de guiones de comerciales y programas promocionales de jugadores y equipo en general.	Para la promoción y publicidad de jugadores y equipo ante la comunidad local y nacional.	Promociones y programas televisivos.

* Ejemplo de un Guión Publicitario para Televisión.

Guión 1 Canal 4 Promocional: Partido Tecos/Toluca

Duración 20''

VIDEO

AUDIO

FADE IN

TOMA GENERAL DEL ESTADIO 3 DE MARZO

LLENO DE AFICIONADOS, MOVIENDO BANDERAS DEL EQUIPO TECOS.

SONIDO AMBIENTAL.

TOMA ABIERTA, JUGADAS DEL EQUIPO.

(ENTRA VOZ DEL LOCUTOR)

Asiste este viernes a las
20:30 horas al Estadio 3 -
de Marzo y apoya al equipo
tecolote que se enfrenta a
los choriceros del Toluca.

VENTA DE BOLETOS EN TAQUILLA

(CON GENERADOR DE CARACTERES)

Diviértete y apoya a los -
Tecos de la Universidad -
Autónoma de Guadalajara.

FADE OUT.

4.6.2.4. MANUAL DEL COORDINADOR DE COMUNICACION INTERNA.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
<p>Informar al personal del club sobre hechos próximos, logros, juntas, ascensos, descensos y felicitaciones.</p>	<p>Elaborar memorandums, cartas, periódico mensual, periódico inter- no mensual.</p>	<p>Para mantener unidos e informados a los empleados del club.</p>	<p>Ver el material a tiempo en el club.</p>
<p>Recopilar información importante del club.</p>	<p>Hacer folletos para el personal y los medios de comunicación.</p>	<p>Para dar a conocer al club de manera formal y fácil.</p>	<p>Folletos bien presentados y completos.</p>
<p>Archivar los periódicos internos y minutas de juntas del departamento.</p>	<p>Clasificar y guardar el material.</p>	<p>Para llevar control de informaciones internas.</p>	<p>Archivo.</p>

Dentro de las labores del Coordinador de Comunicación Interna está la elaboración de periódico mural, aquí se muestra un bosquejo:

<p>EL JUGADOR DE LA SEMANA</p> <div style="border: 1px solid black; width: 150px; height: 100px; margin: 10px auto; text-align: center; vertical-align: middle;"> <p>FOTOGRAFIA</p> </div> <p>Meritorio es el reconocimiento a Sánchez Lirio por los 2 goles anotados a la UNAM.</p>	<p>TABLA DE POSICIONES</p> <table border="0"> <tr><td>1 UNAM</td><td>11 NECAXA</td></tr> <tr><td>2 GUADALAJARA</td><td>12 PUEBLA</td></tr> <tr><td>3 VERACRUZ</td><td>13 CORRECAMINOS</td></tr> <tr><td>4 MORELIA</td><td>14 U. de G.</td></tr> <tr><td>5 CRUZ AZUL</td><td>15 QUERETARO</td></tr> <tr><td>6 MONTERREY</td><td>16 TECOS</td></tr> <tr><td>7 AMERICA</td><td>17 SANTOS</td></tr> <tr><td>8 LEON</td><td>18 TOLUCA</td></tr> <tr><td>9 ATLAS</td><td>19 IRAPUATO</td></tr> <tr><td>10 COBRAS</td><td>20 TIGRES</td></tr> </table>	1 UNAM	11 NECAXA	2 GUADALAJARA	12 PUEBLA	3 VERACRUZ	13 CORRECAMINOS	4 MORELIA	14 U. de G.	5 CRUZ AZUL	15 QUERETARO	6 MONTERREY	16 TECOS	7 AMERICA	17 SANTOS	8 LEON	18 TOLUCA	9 ATLAS	19 IRAPUATO	10 COBRAS	20 TIGRES	<p>ASI LO VE LA PRENSA...</p> <div style="border: 1px solid black; width: 200px; height: 150px; margin: 10px auto; padding: 5px;"> <p>Notas, reportajes, crónicas, columnas; relacionados con el club y jugadores de la liga.</p> </div>
1 UNAM	11 NECAXA																					
2 GUADALAJARA	12 PUEBLA																					
3 VERACRUZ	13 CORRECAMINOS																					
4 MORELIA	14 U. de G.																					
5 CRUZ AZUL	15 QUERETARO																					
6 MONTERREY	16 TECOS																					
7 AMERICA	17 SANTOS																					
8 LEON	18 TOLUCA																					
9 ATLAS	19 IRAPUATO																					
10 COBRAS	20 TIGRES																					
<p>REPORTE DE LA COMISION DISCIPLINARIA</p> <p>Suspendido por expulsión:</p> <p>Guillermo Vásquez (1 partido)</p> <p>Realizado por: ----- Fecha-----</p>	<p>EL JARDINERO DE LA SEMANA</p> <p>(el que lo regó)</p> <p>" Uribe, falló un penal "</p>	<p>L A</p> <p>C A R I C A T U R A</p>																				

4.6.2.5. MANUAL DEL FOTOGRAFO.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Tomar fotografías en los diferentes eventos donde <u>así</u> ten jugadores y - directiva.	Capacitación de imá- genes en los lugares donde se verifiquen las actividades con- vocadas por el club.	Para acompañar con ma- terial gráfico los bo- letines de prensa.	Publicación de fotografías en diarios y revistas.
Elaboración del - archivo fotográ- fico.	Organización de las fotografías tomadas con el nombre y la fecha así como el lugar donde se to- maron.	Para tener a la mano, en forma rápida y - accesible el material gráfico.	Archivo.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Revelado e impresión de fotografías.	Utilizar un laboratorio fotográfico - con todo el material necesario para revelar e imprimir fotos.	Para tener rápidamente y a un bajo costo las imágenes necesarias para la promoción del club y jugadores.	Fotografías impresas.

4.G.2.6. MANUAL DEL ARCHIVISTA.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Elaborar un sistema de archivo por medio de fichas - localizadas por - abecedario.	Organizar el material de archivo, tanto de prensa como de radio y televisión.	Para tener información necesaria de una manera expedita.	Guía de temas de archivo.
Tener al día los diferentes archivos.	Verificará y clasificará diariamente las informaciones de prensa, radio y televisión.	Para que se pueda tener en cualquier momento la información requerida.	Archivo al día.

El archivista deberá llevar por separado los archivos interno y externo.

A) El archivo interno contendrá: antecedentes, desarrollo y estructura - del Club de Futbol Tecos.

- 1.- Antecedentes y desarrollo del club.- Este aportará la historia paso a paso del club, sus logros, aciertos y errores.
- 2.- Estructura actual.- Aquí se tendrán archivados los organigramas de la empresa, los reglamentos y manuales.
- 3.- Perfil del personal.- En este punto, se darán a conocer los datos generales de cada persona que trabaja en la empresa.
- 4.- Jugadores y entrenadores.- Es también necesario tener los aspectos generales de los jugadores y entrenadores, a lo largo de cada temporada.
- 5.- Circulares internas.- Se deben archivar todas las circulares enviadas al personal de la empresa, para tener un control de las informaciones difundidas dentro de la empresa.

B) El archivo externo contendrá:

- 1.- Archivo de noticias e informaciones difundidas en prensa.
- 2.- Archivo de noticias e informaciones difundidas en radio.

- 3.- Archivo de noticias e informaciones difundidas por televisión.
- 4.- Archivo de fotografías enviadas a los medios.
- 5.- Archivo de boletines enviados a medios.
- 6.- Archivo de publicidad enviada a los medios.
- 7.- Archivo de reglamentos, decisiones y acuerdos de la Federación Mexicana de Futbol y las personalidades que la integran.
- 8.- Archivo de reglamentos, decisiones y acuerdos de la Asociación de - Arbitros.
- 9.- Archivo de los equipos de liga:
 - Directiva de cada equipo.
 - Entrenadores.
 - Jugadores.

* Ejemplo del manejo de archivo.

Es indispensable manejar el archivo mediante un orden; este puede ser en forma: alfabética, numérica, sistema decimal o denominaciones específicas, lo que facilita y agiliza la localización de informaciones.

A continuación se pondrá una gráfica para ejemplificar un archivo por orden numérico:

	1.4. JALISCIENCE
	1.3. INFORMADOR
	1.2. OCHO COLUMNAS
	1.1. OCCIDENTAL

4.G.2.7. MANUAL DE LA SECRETARIA.

FUNCIONES	ACTIVIDADES	JUSTIFICACION	VERIFICACION DE RESULTADOS
Hacer cartas, memorandums y escritos a máquina.	Utilizar correctamente la máquina de escribir.	Para la buena imagen de las comunicaciones oficiales del club.	Escritos a máquina adecuados.
Contestar teléfonos y tomar recados.	Con cortesía.	Para una buena comunicación con las demás instituciones o empresas que tienen contacto con el club.	Comentarios de las empresas.
Atención a periodistas.	Ofrecer algún refrigerio o dar información sobre las personas que busca, amablemente.	Para mantener una buena relación con los reporteros.	Comentarios de los reporteros.

CONCLUSION ESPECIFICA

En este último capítulo, " Proyecto para la oficina de prensa del - Club de Futbol Tecos ", quedó definido cómo debe estar integrada y los - sistemas de trabajo más adecuados para el club.

Se enfatizó en la importancia de los manuales, ya que con éstos se evita la duplicidad de tareas y se tienen funciones bien definidas en cada puesto.

Respecto a las normativas del proyecto se presentó una síntesis de la Ley Federal de Radio y Televisión, y la Ley de Imprenta, para que el personal trabaje en base a ellas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (44) Percía del Valle, Hernán. El proceso de la selección de personal en México. Tesis Profesional. México D.F. 1976.
- (45) Sánchez Bedolla, Alfredo. Manual de Organización para el departamento de personal de un club deportivo. Tesis Profesional. México D.F. 1972.

CONCLUSIONES FINALES

Después de haber conocido a fondo el Club de Fútbol Tecos, y específicamente el funcionamiento de la oficina de prensa, se llegó a las siguientes conclusiones:

- 1.- Fué difícil conocer la estructura orgánica del club, porque no existía un organigrama institucional, lo que perjudica el conocimiento de las líneas ascendentes y descendentes de la empresa y por consiguiente la claridad de jerarquías.
- 2.- La oficina de prensa no tiene un funcionamiento óptimo por la falta de personal, ya que sólo cuenta con un jefe del departamento y un coordinador de radio.
- 3.- Los archivos no son llevados por una persona especializada, lo que dificulta el acceso a la información por no tener un orden específico.
- 4.- En lo que respecta a la comunicación con los medios, hace falta darle más difusión y promoción a los jugadores en programas deportivos radiofónicos y televisivos.
- 5.- La comunicación interna, por su parte, carece de un periódico mural que mantenga informado al personal de manera agradable y accesible,

así como de un periódico interno que dé los aspectos relevantes del personal.

6.- Los manuales de puestos, constituyen métodos de trabajo que facilitan la comprensión de las funciones y tareas para el personal, además de evitar la duplicidad de funciones. La oficina de prensa del Club de Fútbol Tecos carece de éstos y sería conveniente que tomara en cuenta este aspecto para evitar esfuerzos innecesarios.

7.- La oficina de prensa de una institución deportiva es indispensable, ya que es este departamento el que se encarga de las relaciones con los medios: prensa, radio, televisión, y la difusión del equipo; sin ello es difícil mantener un criterio unificado y llegar a la sociedad tapatía y nacional.

8.- Es también indispensable tener comunicaciones formales con el personal de la institución, por lo que es justificada la necesidad de un coordinador de comunicación interna.

9.- Los clubes deportivos tienen una gran función social al promover la práctica del deporte y una vida sana, sin vicios, con salud física y mental. El club logrará lo mencionado en la sociedad tapatía.

TERMINOLOGIA

- 1.- Archivo Fotográfico.- Está integrado por gráficas de sucesos importantes, relacionados con el club, además de los jugadores y directiva. (46)
- 2.- Archivo de Prensa.- Es recopilado de la información publicada en los periódicos locales y nacionales. Se elabora archivando noticias que son de interés para la empresa. (47)
- 3.- Archivo de Radio.- Se hace mediante la grabación de programas y noticiarios transmitidos en diferentes estaciones radiofónicas.
Los programas son archivados en un formato especial y sirven para evaluar la relación con los medios. (48)
- 4.- Archivo de Televisión.- El archivo de televisión en los clubes deportivos no es diario, pues sólo se graban algunos partidos de interés para el club; se guardan en videocassetts que contienen partidos y entrenamientos. (49)
- 5.- Boletín Informativo.- Es una fase del quehacer periodístico. Es una forma de comunicación de la fuente a los medios sobre acontecimientos producidos por la misma fuente; se dan a conocer los datos con un enfoque unilateral de la situación. (50)

6.- Comunicación.- El verbo comunicar proviene de la voz latina communis que significa común. La comunicación tiene como finalidad hacer participar a uno o a muchos individuos de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto tomando su parecer. (51)

7.- Comunicación Directa.- La comunicación directa es básicamente interpersonal, consiste en la entrevista. (52)

8.- Comunicación Externa.- La comunicación externa tiende hacia fuera de la organización, en su doble sentido de salida y recepción. Por una parte, se origina con motivo de las operaciones normales de la misma (intercambio de correspondencia, documentación, cotizaciones, etc.). Responde a requerimientos indirectos que favorecen las operaciones ordinarias. En este aspecto, quedarían considerados en la amplia gama de actividades tales como conocer gustos, exigencias y necesidades del público usuario consumidor, adelantos técnicos, legislación, actividades en relación con ciertos bienes y servicios, el mantenimiento de la imagen corporativa de la institución, de sus políticas, sus planes, su desarrollo, sus realizaciones; la forma en como cumplen sus objetivos sociales.

Todo esto da lugar a encuestas de opinión de actividades, actitudes, investigación de mercado, consulta de revistas especializadas, intercambio de información y conocimientos útiles, cursos de adiestramientos, capacitación, desarrollo con especialistas; propaganda, promoción publicitaria y relaciones públicas, entre otras muchas actividades. (53)

- 9.- Comunicación Interna.- Son todos los mensajes que se cruzan dentro - la vasta red de la estructura de la institución:
- Con motivo del ejercicio de puestos.
 - Para realizar funciones normales del organismo de que se trata, o asumir tareas extraordinarias, relacionadas directamente o indirectamente con la marcha de las operaciones.
 - El transmisor y el receptor, pertenecen al grupo de trabajo de la propia institución. (54)
- 10.- Comunicación Organizacional.- La comunicación organizacional es con siderada como un proceso dinámico por medio del cual, las organiza- ciones se relacionan con el medio ambiente y por medio del cual las subpartes de la organización se conectan entre sí. Por consiguiente la comunicación organizacional puede ser vista como el flujo de men- sajes dentro de una red de relaciones interdependientes. (55)
- 11.- Comunicado de Prensa.- Es parecido al boletín informativo. Es infor- mación de la fuente hacia los medios: prensa, radio y televisión. Trata únicamente un tema, no tiene periodicidad, utiliza adjetivos en exceso. Sirve para dar información a los medios de comunicación- y enterarlos con oportunidad de algún hecho. (56)
- 12.- Deporte.- Práctica metódica de ejercicios físicos. (57)
- 13.- Desplegados.- Se trata de una inserción pagada. Es una publicación- del mensaje íntegro entregado por la fuente, con su estilo; la - fuente goza de mayor libertad para expresar sus puntos de vista.

Sirve para dar a conocer aspectos noticiosos o informaciones y declaraciones de la institución a la sociedad. No es muy usual utilizarlas. (58)

14.-Elemento Humano.- Obreros calificados, y no calificados. Son los que realizan el trabajo manual de la empresa. Empleados que desarrollan funciones manuales e intelectuales. (59)

15.-Empresa.- Es una "comunidad de trabajo orientada hacia la producción socialmente útil, constituida por el elemento humano y material, que es creada para responder a la necesidad natural de la sociedad, de alguien se responsabilice de producir y de suministrarle en forma adecuada los satisfactores que le son indispensables para su subsistencia y progreso, salta a la vista el principio de que la empresa no nace de por sí, ni es un fin de sí misma, sino que su origen está en la necesidad social que produzca bienes o servicios y que la finalidad de esa producción sea la de satisfacer las necesidades de la sociedad, o de uno o varios sectores de ella, mediante la provisión de estos productos o servicios. (60)

16.-Folletos.- Es una manera práctica de dar información tanto para el encargado como para las personas a las que se les hace llegar, lo mismo se usa de manera interna que externa.

Los folletos deben mantener, al igual que el periódico mural, un balance entre el material gráfico y el escrito; el lenguaje debe ser claro y entendible a todos los niveles.

Los folletos sirven para dar promoción e información sobre hechos-
objetivos, aspectos generales de una institución. (61)

17.- Manual.- El objeto de los manuales en una organización es dar a co-
nocer las responsabilidades y funciones básicas de cada puesto. (62)

18.- Memorandums.- Comunicación diplomática que contiene la exposición -
breve de algún asunto. (63)

19.- Oficina de Prensa.- Es el organismo adscrito (subsistema) dentro de
una institución (sistema), amparado en la personalidad jurídica de
la empresa.

La oficina de prensa tiene por objeto procesar información de la -
fuente (cuyo flujo de mensajes es externa e interna) a la sociedad,
los medios de comunicación y los miembros de la institución. (64)

20.- Organigrama.- Gráfico de la estructura de una organización compleja
(empresa) que representa al mismo tiempo los diversos elementos -
del grupo y sus relaciones respectivas: el organigrama fija la ac-
ción y la responsabilidad de cada servicio. (65)

21.- Ortografía.- Arte de escribir correctamente las palabras de la len-
gua. (66)

22.- Periódico Mural.- Es una forma de comunicación abierta a todos los miembros de la institución. Su contenido es fácil de retener pues consta de material gráfico e información escrita. Tarda un tiempo considerable en el mismo lugar dando la oportunidad de volverlo a ver en caso de duda.

El periódico mural debe contener información de interés para todos los miembros de la institución, cuidando la actualidad y veracidad. Columnas, editoriales, artículos de fondo, son géneros de opinión que pueden mezclarse con el periódico mural, junto con tiras cómicas, pasatiempos y caricaturas, dándole un toque humorístico y de entretenimiento. (67)

23.- Presentaciones.- Es una forma de comunicarle a los medios: prensa, radio y televisión, el arranque de la temporada, para comenzar a fomentar sus relaciones.

Es una reunión en la que se cita a los reporteros de prensa, radio y televisión para presentar a los jugadores, entrenadores y directivos. (68)

24.- Recursos Materiales.- Los recursos materiales en una empresa están formados básicamente por lo siguiente:

- Edificios, instalaciones, maquinaria, equipos, instrumentos o herramientas.
- Materias primas, materias auxiliares, productos terminados.
- Dinero, capital, efectivo y valores. (69)

- 25.- Redacción.- Acción de redactar. Poner por escrito. Escribir con orden de acuerdo a la gramática. (70)
- 26.- Relaciones Públicas.- Son una disciplina socio-técnico-administrativa mediante la cual se analiza y evalúa la opinión y actitud del público y se lleva a cabo un programa de acción planificado, continuo y de comunicación recíproca basado en el interés de la comunidad y destinado a mantener una afinidad y comprensión provechosa con el público. (71)
- 27.- Rueda de Prensa o Conferencia de Prensa.- Consiste en un acto convocado por la fuente, mediante sus oficinas de prensa o de relaciones públicas, para emitir una información y someterse a preguntas de los periodistas. (72)
- 28.- Sociología de una empresa deportiva (Función social).- A pesar de que un grupo de accionistas, poseedores de capital persiguen una finalidad económica, el capital, interpretado como propiedad privada, independientemente de buscar una finalidad económica, también tienen una función social que desempeñar, siendo ésta la de beneficiar a cuantas personas y sectores de la sociedad pueda; dando lugar a la creación, sostenimiento y desarrollode la fuente de trabajo y de producción, quedando de esta manera asignada a la empresa a la empresa una finalidad general de carácter social y económico. (73)

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS DE TERMINOLOGIA

- (46) Witt González, Thelma. Oficinas de Prensa. Apuntes de clase.
Universidad Autónoma de Guadalajara.
- (47) Ibidem.
- (48) Ibidem.
- (49) Ibidem.
- (50) Rivadeneira Prada, Raúl. La teoría general de los sistemas y
la ciencia de la comunicación. Ed. Trillas.
- (51) Granados Galván, Rosa María. La necesidad de las relaciones
públicas en un club deportivo. Tesis Profesional. México 1985.
- (52) Witt. Op. Cit.
- (53) Granados. Op. Cit.
- (54) Ibidem.
- (55) Ibidem.

- (56) Rivadeneira. Op. Cit.
- (57) Diccionario Enciclopédico Larousse.
México 1980.
- (58) Rivadeneira. Op. Cit.
- (59) Granados. Op. Cit.
- (60) Ibidem.
- (61) Witt. Op. Cit.
- (62) Ibidem.
- (63) Diccionario. Op. Cit.
- (64) Witt. Op. Cit.
- (65) Diccionario. Op. Cit.
- (66) Ibidem.
- (67) Witt. Op. Cit.

- (68) *Ibiden.*
- (69) *Granados. Op. Cit.*
- (70) *Diccionario. Op. Cit.*
- (71) *Granados. Op. Cit.*
- (72) *Rivadeneira. Op. Cit.*
- (73) *Granados. Op. Cit.*

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- 1.- Baena, Guillermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental. Ed. Editores Mexicanos Unidos. México D.F. 1990.
- 2.- Esparza Pérez, Rosa del Carmen. Organización de instituciones informativas. Trabajo Universitario. Guadalajara, Jal. UAG. 1987.
- 3.- Flores de Gortari, Sergio. Hacia una comunicación administrativa integral. Ed. Trillás. México 1974.
- 4.- Gerarld M, Golhaber. Comunicación Organizacional. Ed. Lagos Consorcio S.A.. México 1977.
- 5.- Granados Galván, Rosa María. La necesidad de las relaciones públicas en un club deportivo. Tesis Profesional. México D.F. 1985.
- 6.- Larousse Ilustrado. Diccionario. México 1980.
- 7.- López Delgadillo, Jorge. Vice-presidente Ejecutivo. Club de Fútbol Tecos. Entrevista. Guadalajara, Jalisco.

- 8.- Ledearna Ríos, Gloria Patricia. Necesidad de una revista deportiva chiapaneca. Tesis Profesional. Universidad Autónoma de Guadalajara.
- 9.- Ley Federal de Radio y Televisión.
- 10.- Ley de Imprenta.
- 11.- Lucha. 50 Años en pie de lucha.
Revista. Guadalajara, Jalisco.
Agosto 1985.
- 12.- Martín Saucedo, Francisco. Comunicación Organizacional.
Apuntes de clase. Universidad Autónoma de Guadalajara.
- 13.- Percia del Valle, Hernán. El proceso de la selección de personal en México. Tesis Profesional. México D.F. 1976.
- 14.- Preciado Iñiguez, Aldo. Jefe del depto. de Prensa y Difusión del Club de Fútbol Tecos. Entrevista. Universidad Autónoma de Guadalajara
- 15.- Rivadeneira Prada, Raúl. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. Ed. Trillas. México 1977.
- 16.- Sánchez Bedolla, Alfredo. Manual de organización para el departamento de personal de un club deportivo. Tesis Profesional. México D.F. 1972.

- 17.- Sánchez Samaniego, Octavio. Jefe del depto. médico del Club de Fútbol Tecos. Entrevista. Guadalajara Jalisco.
- 18.- Scott Cutlip y Allen Center. Relaciones Públicas.
- 19.- Universidad Autónoma de Guadalajara. Programa de Desarrollo.
Publicación UAG.
- 20.- Universidad Autónoma de Guadalajara. Proyecto General de la UAG.
Folleto Promocional.
- 21.- Witt González, Thelma. Oficinas de Prensa. Apuntes de clase.
Universidad Autónoma de Guadalajara.

ANEXOS

La información generada y difundida por la oficina de prensa del Club de Fútbol Tecos, debe estar conforme a la Ley de Imprenta, reglamentaria de los artículos 6to. y 7mo. constitucionales, los que explican lo siguiente:

LEY DE IMPRENTA

Artículo 1o. Constituye ataques a la vida privada:

- I. Toda manifestación o expresión maliciosa hecha verbalmente o por señales en presencia de una o más personas o por medio de manuscritos, o de la imprenta, del dibujo, litografía, fotografía, o de cualquier otra manera que, expuesta o circulando en público, o transmitida por correo, telégrafo, radiotelegrafía o por mensaje, o de cualquier otro modo, exponga a una persona odio, desprecio, o en sus intereses;
- II. Toda manifestación o expresión maliciosa hecha en los términos y por cualquiera de los medios indicados en la fracción anterior, contra la memoria de un difunto con el propósito o intención de lastimar el honor o la pública estimación de los herederos o descendientes de aquél que aún vivieren;
- III. Todo informe, reportazgo o relación de las audiencias de los jurados o tribunales en asuntos civiles o penales, cuando refieran hechos falsos o se alteren los verdaderos con el propósito de causar daño a alguna persona, o se hagan, con el mismo objeto, apreciaciones que no -

esten ameritadas racionalmente por los hechos, siendo éstos verdaderos;

- IV. Cuando una publicación pñibida expresamente por la ley, se comprometa la dignidad o estimación de una persona, exponiéndola al odio, desprecio, o ridículo, o a sufrir daño en su reputación o en sus intereses, ya sean personales o pecuniarios.

Artículo 2o. Constituye un ataque a la moral:

- I. Toda manifestación de palabra, por escrito o por cualquier otro de los medios de que habla la fracción I del artículo anterior, con la que se defiendan o disculpen, aconsejen o propaguen públicamente los vicios, faltas o delitos, o se haga la apología de ellos o de sus autores;
- II. Toda manifestación verifivada con discurras, gritos, cantos, exhibiciones, manifestaciones, o por cualquier otro medio de los enumerados en la fracción I del Artículo 2o., con la cual se ultraje u ofen da públicamente al pudor, a la decencia o a las buenas costumbres, o se excite a la prostitución o a la práctica de actos impúdicos, te-- niéndose como tales, todos aquellos que, en el concepto público es-- tén calificados de contrarios al pudor;
- III. Toda distribución, venta o exposición al público, de cualquier mane-- ra que se haga, de escritos, folletos, impresos, canciones, grabados libros inágenes, anuncios, tarjetas u otros papeles o figuras, o pin-- turas, litografías de carácter obsceno o que presenten actos lúbricos.

Artículo 5c. No se considera maliciosa una manifestación o expresión, - aunque sean ofensivos sus términos por su propia significación, en los - casos de excepciones que la ley establezca expresamente, y, además, cuando el acusado pruebe que los hechos imputados al quejoso son ciertos, o que tuvo motivos fundados para declararlos verdaderos y que los publicó con fines honestos.

Artículo 11. En caso de que la publicación prohibida se ataque a la vida privada, la moral o la paz pública, la pena que se señala en el artículo que precede se aplicará sin perjuicio de la que corresponda por dicho - ataque.

Artículo 15. Para poder poner en circulación un impreso, fijarlo en las paredes o tableros de anuncios, exhibirlos al público en los aparadores de las casas de comercio, repartirlo a mano, por correo, express o mensajero, o de cualquier otro modo, deberá forzosamente contener el nombre de la imprenta, litografía, taller de grabado u oficina donde se haya - hecho la impresión, con la designación exacta del lugar en donde aquella esta ubicada, la fecha de impresión y el nombre del autor o responsable del impreso.

Artículo 20. En toda publicación periódica, además de las indicaciones - del artículo 15 deberá expresar el lugar en que este establecida la negociación, administración del periódico y el nombre, apellido y domicilio del directos, administrador o regente bajo la pena de multa.

Artículo 24. Toda oficina impresora de cualquier clase que sea deberá guardar los originales que estuvieron firmados, durante el término que se señala en la prescripción de la acción penal a fin de que durante este término pueda a cualquier tiempo probar quien es el autor de dichos artículos. El dueño, director o regente de la oficina o taller, recabará los originales que esen suscritos con seudónimos, juntamente con la constancia correspondiente, que contendrá además del nombre y apellido del autor, su domicilio siendo obligatorio para el impresor serciorarse de la exactitud de una y otra cosa. El original y la constancia deberá conservarse en sobre cerrado por todo el tiempo que se menciona en este artículo.

Artículo 27. Los periódicos tendrán la obligación de publicar gratuitamente las rectificaciones o respuestas que las autoridades o empleados, particulares, quieran dar a las alusiones que se les haga en los artículos editoriales, párrafos, reportazgos, entrevistas, siempre que la respuesta se dé dentro de los ocho días siguientes a la publicación, que no sea su extensión mayor del triple del párrafo o artículo que se contenga la alusión que se contesta, tratándose de autoridades, o del doble tratándose de particularidades; que no se usen injurias o expresiones contrarias al decoro del periodista, que no haya ataques a terceras personas y que no se cometa ninguna infracción a la ley.

LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

En la oficina de prensa los coordinadores de radio y televisión - deben tomar en cuenta lo que señala la Ley Federal de Radio y Televisión para que sus funciones sean de acuerdo a lo que establece la ley.

CONSIDERANDO

II. Los postulados legales que establecen que la radio y la televisión - deben constituir vehículos de integración nacional y enaltecimiento de - la vida en común, orientando estos medios preferentemente a la ampliación de la educación popular, mediante el fortalecimiento de las funciones informativas, de recreación y de fomento económico.

TITULO PRIMERO

Generalidades. Capítulo Unico.

Artículo 4o. La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, - sin afectar los derechos a terceros, ni perturbar el orden y la paz pública.

Artículo 5o. Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas - costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las pala--

bras e imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y atiendan -
al propósito de enoblecere los gustos del auditorio.

CAPITULO IV.

Artículo 38. Se considera que se corrompe el lenguaje en los siguientes-
casos:

- I.- Cuando las palabras utilizadas por su origen o por su uso no sean -
admitidas dentro del concenso general como apropiadas y
- II.- Cuando se deformen las frases o palabras, o se utilicen vocablos -
extranjeros.

TITULO SEXTO.

Capítulo Unico.

Artículo 51. Para la realización de sus fines, el Consejo tendrá entre -
otras, las atribuciones siguientes:

1.- Clasificar su programación en las categorías siguientes:

- a) Noticieros: Informes sobre sucesos locales, nacionales e internaciona
les, reportes metereológicos, actos cívicos y sociales; -
comentarios, y análisis.
- b) Deportes: Presentación de juegos y eventos locales, nacionales e -
internacionales; organización deportiva: oportunidades -
para la práctica del deporte; instrucciones deportivas, -
noticias, comentarios y análisis.