

175
201



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA
RED PRIVADA DE T.V. EN CONASUPO”**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

LAURA PATRICIA UGALDE ESNAYRA

DIRECTORA: LIC MARGARITA YEPEZ HERNANDEZ



MEXICO, D. F.

MAYO DE 1997

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS

**AL CREADOR DEL UNIVERSO,
A QUIEN ADORO, QUIEN ME AMÓ Y ME CONOCIÓ DESDE EL VIENTRE DE MI MADRE, HACIENDO
DE MÍ LO QUE SOY**

**A JESÚS,
MI TESORO, MI ROCA, QUIEN ALIENTA MI ESPÍRITU A CADA MOMENTO, DÁNDOME ÁNIMO PARA
ALCANZAR MIS METAS**

**A RAY,
POR SER MI AMADO COMPAÑERO, Y MI MAYOR RETO A LA SUPERACIÓN.**

**A MIS HIJOS,
LA LUZ DE MI VIDA, CUYAS RISAS, AMOR Y DEMÁS, SON EL MOTIVO DE CADA UNO DE MIS DÍAS.**

**A MI MADRE,
POR CREER EN MÍ Y POR HABERME ENSEÑADO A PESCAR PARA AFRONTAR DIGNAMENTE LA VIDA.**

**A MI PADRE,
QUIEN ME HA MOSTRADO QUE EL VERDADERO AMOR SE LLEVA EN EL CORAZÓN, SIN IMPORTAR
LAS CIRCUNSTANCIAS, EL TIEMPO Y LA DISTANCIA**

**A GUILLERMO,
QUE CON SU INVALUABLE AMISTAD, APOYO Y EJEMPLO, HA ESTADO EN MOMENTOS
MUY ESPECIALES DE MI VIDA.**

**A MIS SUEGROS,
POR SER MUCHO MÁS QUE ESO, HACIÉNDOME SENTIR COMO UNA HIJA MÁS.**

**A MIS ASESORAS,
MARGARITA Y FRANCIS, POR SU GUIANZA EN LA REALIZACIÓN DE ESTE LOGRO, Y SU SONRISA
EN LOS MOMENTOS DIFÍCILES, GRACIAS.**

**A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, POR DARMÉ LA OPORTUNIDAD DE
CONVERTIRME EN PROFESIONISTA**

**Y A AQUELLAS PERSONAS QUE ME APOYARON INCONDICIONALMENTE, CON LAS CUALES ESTOY
IGUALMENTE AGRADECIDA.**

“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED PRIVADA DE T.V. EN CONASUPO”

INTRODUCCIÓN	1
1. Redes privadas de T.V.	3
1.1 Definición de red privada de televisión.	5
1.2 Usos y funciones.	8
1.3 Redes privadas de televisión en diversas instituciones.	16
2. Sistema de comunicación interna en Conasupo.	19
2.1 Modelo de comunicación.	21
2.2 Formas de comunicación.	23
2.3 Medios de comunicación.	29
2.3.1 Medios electrónicos.	30
2.3.2 Medios impresos.	34
2.4 Barreras de comunicación.	37
3. Propuesta para la implementación de una red privada de T.V. en Conasupo.	42
3.1 Comunicación.	46
3.1.1 La comunicación interna de sus mensajes, políticas y actividades.	49
3.1.2 Como medio para transmitir videos documentales sobre Conasupo y su relación con otras dependencias.	51
3.1.3 Enlace con redes de tecnología similar.	53
3.2 Capacitación.	54
3.3 Optimización de recursos humanos y financieros.	57
CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	64
HEMEROGRAFÍA	66
CONFERENCIAS	67
ENTREVISTAS	68

Introducción

En un entorno tecnológico en el que la única constante es el cambio, las dependencias de gobierno, al igual que han venido haciendo grandes organizaciones privadas, deben adaptarse a estos avances tratando de obtener el mayor beneficio posible del medio que las rodea.

Uno de estos avances son las redes privadas de televisión, por lo cual se torna cada vez más necesario, no sólo para la iniciativa privada, sino también para las dependencias del sector público, su incursión en esta modernidad, puesto que día a día se estrecha más su relación con el progreso y una mayor productividad y eficiencia.

Los métodos convencionales hasta ahora utilizados ya no permiten cubrir de manera eficiente, efectiva y oportuna aspectos de primer orden como son: la comunicación interna de políticas y procedimientos, la difusión de mensajes interdirectivos y con subalternos, de tal manera que la implementación de este tipo de red coadyuvaría a mejorar esta comunicación.

La Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo), tiene como uno de sus objetivos principales apoyar sus procesos de modernización administrativa, es por eso que a partir de 1989 da inicio a un proceso de transformación tecnológica, a través de la implementación de algunos sistemas de comunicación y de informática. Sin embargo, existe la necesidad de dar un nuevo impulso a la comunicación interna de este organismo.

En este trabajo se expone la importancia de la implementación de una red privada de televisión en Conasupo, así como los alcances logrados por algunas dependencias que ya la han puesto en práctica.

Se define a la red privada de televisión, sus usos y funciones, así como las disfunciones que pueden presentarse y las posibilidades de este medio de comunicación para ofrecer al usuario. Se presenta también un panorama general sobre el sistema de comunicación interna en Conasupo, especificando cada uno de sus factores y las herramientas utilizadas para su funcionamiento. Posteriormente se plantea la efectividad y las carencias de este sistema para, finalmente con estos antecedentes, argumentar la propuesta.

Se presenta una propuesta para la implementación de una red privada de televisión en Conasupo, que pueda mejorar su sistema de comunicación interna a nivel nacional. De igual manera se propone su aplicación en el ámbito de la capacitación, pues los métodos convencionales se ven cada vez más limitados por la imposibilidad de impartir cursos a un gran número de personas, debido a múltiples factores.

Como último punto se aborda la importancia de la optimización de los recursos humanos y financieros específicamente destinados a los conceptos de capacitación y viáticos, a través de este instrumento de comunicación, en el organismo responsable del abasto nacional de productos básicos, como lo es Conasupo.

Capítulo 1

Redes privadas de televisión

La comunicación actual exige el uso de redes grandes o pequeñas, ya que nos lleva por múltiples caminos a la conectividad, por lo cual es conveniente conocer, al menos de forma esencial, las redes y sus diversas facetas.

México cuenta con una estructura de telecomunicaciones importante, cuyas inversiones recientes están cada vez más acorde con las expectativas de modernidad y competitividad internacional requeridas por la economía de principios del siglo XXI.

La necesidad de modernización de las empresas en materia de tecnología, ha impulsado la aparición de cada vez más novedosos avances, destacando diversos tipos de redes como las de telefonía, cómputo, telegrafía y las redes privadas de televisión, que por sus características particulares de circuito cerrado, han resultado ser una de las herramientas más prácticas, principalmente por su confidencialidad en el manejo de la información.

De esta manera, al abordar el tema de las redes privadas de televisión, es importante destacar en este contexto, la convergencia de la informática y las telecomunicaciones, las cuales se han visto envueltas igualmente en un intenso proceso de transformación tecnológica, donde la microelectrónica se

ha convertido en un catalizador propiciando la denominada “telemática”, haciendo que las hoy conocidas con el nombre genérico de redes de datos, representen la esencia de las redes de telecomunicación del futuro.¹ “Las redes de cómputo y de telecomunicaciones, tienen la misión de ofrecer al usuario servicios en línea, respuestas inmediatas y la operación y control de cualquier dispositivo que implique el desarrollo de alguna actividad en red.”²

Es así como día a día surgen nuevos conceptos en redes y éstas cada vez se vuelven más complejas. No obstante, el surgimiento tan fugaz de los avances tecnológicos, ha ocasionado que cuando nuestra mente apenas ha asimilado un término, surja otro haciendo que la tecnología adquirida parezca obsoleta.

El desarrollo de los medios de comunicación creó necesidades adicionales a la transmisión de señales de voz; actualmente existen dos grupos fundamentales de señales en las redes: datos y video (voz, audio e imagen), y a su vez cada una cuenta con características propias y sistemas especiales para su manejo.

Asimismo, la necesidad de tener información oportuna, realizar intercambios de información cada vez más grandes, y proporcionar capacitación a distancia, ha demandado un incremento de la tecnología en materia de comunicación. Esto ha traído como consecuencia, la incursión de

¹ Enrique Melrose Aguilar. “Las Telecomunicaciones en México de cara al siglo XXI.” *Revista RED*. Mensual, febrero. No. 41. p. 34.

² *Idem*.

empresas de todas clases en la materia por medio de distintos tipos de redes, entre las cuales se hayan las redes privadas de televisión.

En el proceso de intercambio de diversas clases de información simultánea, surgieron las redes de comunicación, proporcionando circuitos para abonados en diversos tipos de bases, ya sean permanentes o temporales.

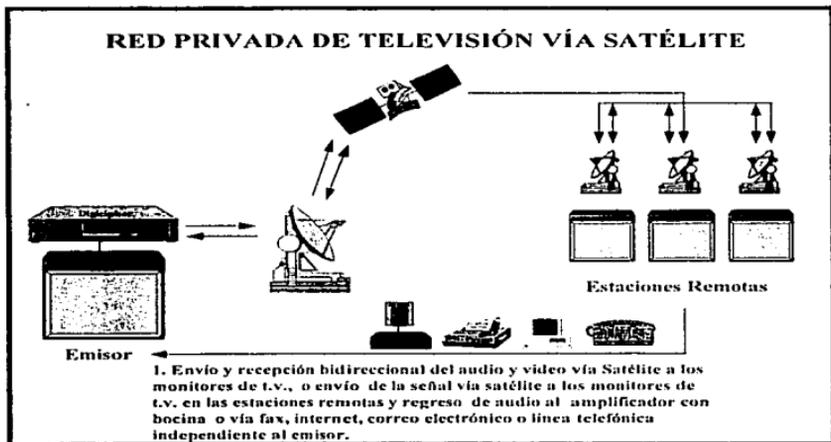
Sin embargo, la demanda ha rebasado las consideraciones establecidas, propiciando el desarrollo de nuevas técnicas en los múltiples sistemas de redes para optimizar los canales de comunicación y compartir este medio en forma eficiente, flexible y confiable. De la misma manera, la capacitación a distancia a través de este sistema, se torna cada vez más atractivo para las empresas, debido a su alto rendimiento y funcionalidad. Es por eso que el presente capítulo pretende explicar, de la forma más sencilla posible, la definición de las redes privadas de televisión, sus usos y funciones.

1.1 Definición de red privada de televisión.

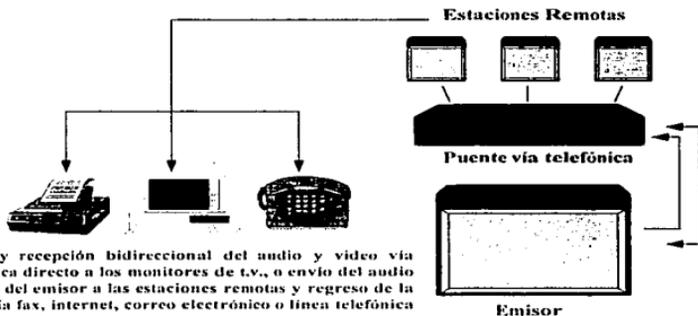
Dado que no existe una definición específica para el término “red privada de televisión” en las fuentes consultadas, se tomaron en cuenta sus elementos particulares para la elaboración de la descrita a continuación.

Es el establecimiento de un circuito cerrado de televisión vía satélite o vía telefónica para manejar la información institucional de uno o varios lugares a uno o varios puntos, cualquiera que sea la ubicación geográfica de

cada uno, con diversas posibilidades de intercomunicación. (ver los siguientes cuadros)



RED PRIVADA DE TELEVISIÓN VÍA TELEFÓNICA



Este tipo de red está considerada en el concepto general de una red privada (la cual puede ser un canal de comunicación a través de diversos medios, como la televisión, la telefonía, la computación, la telegrafía, etc.). y se entiende como la establecida y explotada por una organización privada para aplicaciones de comunicación de datos y/o video.

Cuenta con la posibilidad de conectarse a una o más redes públicas, permitiendo a cualquier sucursal o estación ponerse en contacto con otra de la misma empresa ubicada en la misma localidad, en el interior del país o incluso en otro continente a través de ese medio.

Un ejemplo de red privada de televisión es el sistema implementado por Red Edusat, que le posibilita comunicarse con 1'500,000 alumnos en 12,000 escuelas, y al interconectarse con la red privada del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, constituye a ambas en redes públicas.³

1.2 Usos y funciones.

El surgimiento de estos rubros se debe básicamente a la evolución de la televisión hasta llegar al nuevo concepto de "televisión interactiva", pues constituye el cambio más importante desde sus inicios, al transformar radicalmente el papel del emisor/receptor y brindarles las mismas posibilidades de interactuar.

Es importante mencionar que cada empresa prestadora de esta clase de servicios denomina sus usos de diversas maneras, generalmente sin coincidir en sus conceptos. De cualquier forma aquí se presentan los más importantes con posibilidades para considerar su implementación en Conasupo, independientemente de sus definiciones.

Específicamente, la red privada de televisión ha sido concebida para un fin: la transmisión de datos a distancia para informar o capacitar, básicamente apoyada con video a través de los siguientes usos.

³ MVS Multivisión. Televisión. Dirección Comercial. "Redes Privadas de Televisión." México. 1996. p. 6.

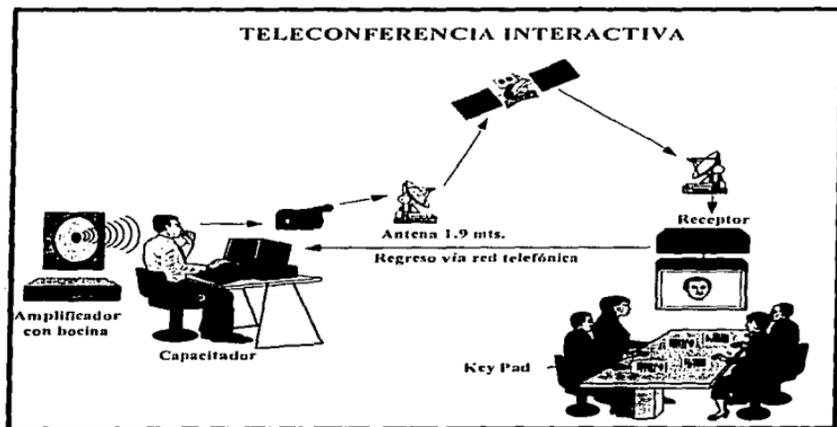
Teleconferencia. “Conferencia entre más de dos participantes situados en dos o más lugares diferentes y que utilizan facilidades de telecomunicación.”⁴ Este término es de la preferencia de quienes operan con el sistema satelital. Sin embargo, para aquellos que lo hacen vía telefónica o vía microondas, significa meramente una sesión televisada (“Broadcast”)⁵, consistente en la transmisión de señales compuestas de video y audio desde un punto central hacia un conjunto de receptores remotos. Estamos hablando aquí de la televisión común y algunas de sus variantes. En este caso, los costos pueden variar mucho dependiendo de si se transmite por un sistema de televisión de paga o no, si se requiere de decodificadores, si la señal es analógica o digital, si se requiere de sistemas de compresión de canales, si el video es *full-motion* (30 cuadros por segundo) y de si la señal es enviada por cable, microondas o satélite.

Además de transmitir video de un centro emisor a uno o varios puntos receptores, la teleconferencia cuenta con la posibilidad de implementar aditamentos especiales, como parte de un servicio de valor agregado a la red privada de televisión, para posibilitar la intercomunicación con los receptores. Con esto surge el nuevo concepto de *Teleconferencia Interactiva*, la cual cuenta con un sistema de intercomunicación útil para proporcionar retroalimentación. Es decir, que un instructor desde un *software* (paquetería de cómputo), puede comunicarse con su auditorio de un punto particular a otro, ubicados en distintos lugares del mundo.

⁴ Sector Telecomunicaciones y Transportes. Telecomunicaciones de México. Glosario de Términos utilizados en las Telecomunicaciones, México, 1990. p. 279.

⁵ Jorge Rafael Martínez Peniche. Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán. UNAM. Alejandro Pisanty Baruch. Facultad de Química y Comité Asesor de Cómputo. UNAM. Medios y Tecnologías para la Educación a Distancia. Informe Técnico. No. 1. Cuarta Versión. Mayo de 1996. p. 4.

El equipo de teleconferencia cuenta con una computadora, por medio de la cual el capacitador envía al monitor de la televisión las preguntas e identifica el mensaje de la audiencia de manera individual; un amplificador de sonido, para escuchar las preguntas de la audiencia de manera individual, un "side control" (cerebro entre la transmisión y audio, con entrada para máximo 64 conexiones) y las conexiones "key pad" (caja de control de las señales que se deseen enviar al instructor, como las respuestas a los exámenes) para comunicar entre sí a quienes la usan.⁶ (Ver siguiente cuadro.)



⁶ Conferencia: *La Teleconferencia Interactiva*, ofrecida el 2 de octubre de 1996 en las oficinas de MVS Multivisión en la Cd. de México, por el Lic. Lucas Tamini, Gerente de Ventas de Latinoamérica de la Cía. One Touch.

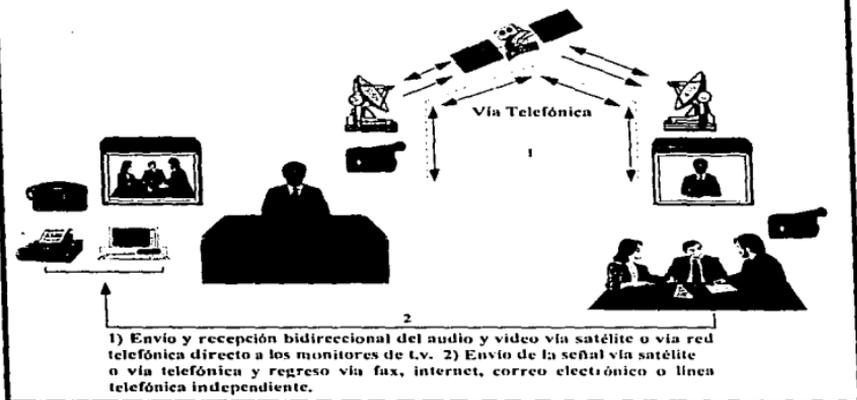
En la Teleconferencia, el exponente no recibe señal de video de los puntos receptores de su mensaje; sólo existe la posibilidad con el equipo especial anteriormente mencionado, de recibir la señal de audio y a su vez contar con datos inmediatos sobre la estadística de los oyentes.

Se puede medir el impacto del comunicado a través de una encuesta a los participantes, para obtener el resultado que se desea. Existen muchos números de aplicaciones dependiendo de las necesidades de la empresa, a través de servicios agregados.

Videoconferencia. “Teleconferencia en la cual los participantes están conectados por circuitos de televisión que permiten la transmisión de imágenes de los participantes, además de la transmisión de la palabra y documentos gráficos”⁷. La videoconferencia puede ser con video unidireccional o bidireccional y audio bidireccional transmitido de diferentes maneras, como lo muestra el cuadro de la siguiente página.

⁷ Sector Comunicaciones y Transportes. Ob. cit. p. 304.

VIDEOCONFERENCIA



A este instrumento de comunicación se le dan las funciones de:

-*Videoconferencias interactivas.* Con envío simultáneo de audio y video, vía satélite o vía red telefónica, consistentes en:

-*Videoconferencia interactiva punto a punto.* De un centro emisor a un punto receptor, en vivo. "En la videoconferencia interactiva dos puntos distantes establecen comunicación con capacidades de transmisión y recepción de audio y video en forma bidireccional. Esto hace que el profesor y los alumnos de todos los sitios se vean unos a otros y establezcan una comunicación interactiva, simultánea y simétrica. Este tipo de videoconferencia posee grandes ventajas, debido a que la interacción es la

más realista, productiva y eficaz. Representa el modelo más cercano a la operación óptima del aula, dada su flexibilidad y no requiere de producciones costosas. Además, la videoconferencia interactiva es el único medio de educación a distancia que permite al docente utilizar técnicas grupales.⁸ (ver siguiente cuadro)



-Videoconferencia interactiva múltiple. Para conectar varios sitios distantes simultáneamente, es necesario contar con el equipo que permita juntar y separar las señales a voluntad del emisor. Estos equipos se conocen como puentes (“bridges”) o unidades multipunto y pueden comunicar hasta 20 puntos. La conmutación entre los diferentes sitios distantes, para

⁸ Jorge Rafael Martínez Peniche. Ob. cit. p. 3.

seleccionar el punto de origen de la imagen a proyectar en todos ellos, puede realizarse de diferentes maneras: por nivel de sonido, programada automáticamente, controlada por el expositor, etc.”⁹



Existen diversas opiniones de usuarios del servicio de redes privadas de televisión, como las mencionadas a continuación: Stefan Wiesner, Director General de Volkswagen GEDAS, afirma que los servicios de videoconferencia, posibilitan al el director de cualquier compañía discutir sus asuntos de negocios en persona sin tener que esperar a viajar y permite el

⁹ Ibidem. p. 4.

rápido intercambio de documentos oficiales, sin necesidad de realizar largos y molestos papeleos.¹⁰

Se contratan los servicios de interconexión para obtener una red que coadyuve en el mejor desempeño de las operaciones de una empresa.¹¹

Por lo regular, al hablar de estas redes, se citan los servicios de valor agregado. Sin embargo, esta última herramienta aún no se ha explotado del todo y, en muchos casos, apenas se empiezan a obtener los beneficios para quienes las administran. De cualquier forma, las redes privadas siguen siendo el medio de comunicación por excelencia para un servicio privado con funciones específicas en una empresa.

Las redes privadas de televisión también brindan la oportunidad de interconectar a todo el organismo con sus delegaciones, proveedores, clientes, distribuidores, sucursales, etc., y sus principales funciones se ubican en dos rubros:

Comunicación. Considera lo inherente a los siguientes puntos:

- Enlazar a los directivos a través de sus usos.
- Difundir mensajes especiales de los directores y gerentes, ya sea entre ellos mismos o al personal en general.
- Integrar las actividades de la empresa sin importar las distancias.
- Contar con información sobre las operaciones dadas dentro de la empresa.

¹⁰ Yolanda Aldaco. "Redes públicas: una alternativa para su liderazgo". *Revista RED*. Mensual. Año VI. No. 68. mayo, 1996. p. 9.

¹¹ Ratzke, Dietrich. *Manual de los Nuevos Medios*. Ed. G. Gili, México, 1986. p. 69.

- No depender de un solo sistema de comunicación interno.
- Extender la cobertura nacional e internacional de cada empresa cuando ésta lo desee.
- Que el departamento de sistemas dedique el menor tiempo al mantenimiento y administración de la red interna.
- Proteger a la empresa contra la obsolescencia tecnológica, entre otros aspectos.
- Transmitir comunicación corporativa, es decir, informar al personal a través de videos, sobre la situación particular de la empresa en la que labora.

Capacitación.

- Ser un medio de capacitación corporativo.

1.3 Redes privadas de televisión en diversas instituciones.

Como se ha mencionado, las redes privadas de televisión ofrecen una gama de servicios a través de proveedores especializados y cuentan con una infraestructura lista para ser utilizada. Asimismo satisfacen las necesidades principales de comunicación y capacitación de cualquier empresa, al ofrecer soluciones para transmitir video y datos a alta velocidad.

Su tarea consiste básicamente en la consolidación del sistema de comunicación y capacitación de una empresa, a través de un medio físico para compartir información con todas sus sucursales o delegaciones.

Tal es el caso de las redes del siguiente cuadro, las que a partir de su creación, han podido eliminar redundancias e inconsistencias en sus procesos de comunicación y capacitación, así como disminuir costos y el riesgo de errores, facilitar el trabajo y a su vez hacerlo más profesional y seguro.¹²

REDES PRIVADAS DE TELEVISIÓN EN DIVERSAS INSTITUCIONES

INSTITUCIÓN SEP	RED EDUSAT	USOS Educación a distancia de un cupo de 1'500,000 alumnos en 12,000 escuelas a lo largo de toda la República Mexicana.
Bancomer	XHGFB	Comunicación y capacitación con 15,000 empleados en 930 sucursales.
Televisión Cemex de México.	XHCMS	Comunicación y capacitación con 8,000 empleados en 80 sitios.
Instituto Mexicano del Seguro Social.	TV-IMSS	Con 63,000 empleados en 43 puntos.
Multivisión.	XHMVSR, MVS Radio	Con 1,200 empleados en 13 estaciones.
Partido Revolucionario Institucional.	RED PRI	Con 40 puntos a nivel nacional.
Bital	RTV	Con 44 puntos a nivel nacional y 6,000 empleados.
Instituto Tecnológico de Est .Sup. de Monterrey.	ITESM	Con 44 puntos a nivel nacional.

¹² MVS. Televisión. Dirección Comercial. *Redes Privadas de Televisión*. México, 1996. p. 6.

En resumen, se puede decir que la red privada de televisión es una de las herramientas más prácticas de los últimos avances en tecnologías de comunicación.

Sus funciones y usos son muy versátiles y adaptables a las formas específicas de comunicación y capacitación requeridas por una empresa en particular, en este caso Conasupo, sobre todo si se consideran costos a mediano y largo plazo.

Actualmente existen varias empresas importantes con este medio, al igual que instituciones educativas de renombre, lo cual es muestra de su funcionalidad y conveniencia, tanto a nivel intelectual, como en lo relativo a costos, y debido a ello se citan algunos ejemplos.

Considerando lo anterior, y la importancia de actualizarse en materia de tecnología, en instituciones privadas y públicas, el capítulo siguiente expone los principales aspectos del sistema de comunicación interna de Conasupo, para tomar en cuenta la posibilidad de implementar una red privada de televisión.

Capítulo 2

Sistema de comunicación interna en Conasupo

La comunicación es uno de los temas fundamentales con los que está estrechamente relacionada la función del personal de una empresa, de la cual depende el buen o mal funcionamiento de la misma.

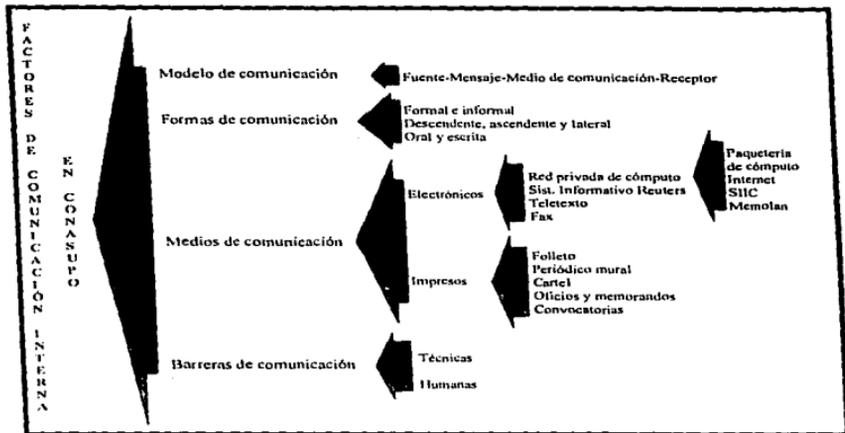
Generalmente, en toda clase de organización existen problemas de comunicación, ya sea a nivel de grupo o individuales, y en Conasupo esto sucede con regularidad. La forma de dar a conocer la información está determinada por los avances tecnológicos en el área de las telecomunicaciones primordialmente.

El volumen y la velocidad de la transmisión de sus mensajes, rebasan en cierta medida, las posibilidades del manejo y control de la información generada en su interior.

Esto llega a provocar serios vacíos de información con las delegaciones en el interior de la república, lo cual no sucede con tanta frecuencia en el área central, pues ahí es donde se genera la mayor parte de la información, y la Coordinación de Comunicación Social logra hasta cierto punto, cubrir los requerimientos de los medios de difusión.

La comunicación interna sigue siendo a través de los canales tradicionales de información institucional, entre los que destacan los medios impresos y electrónicos detallados más adelante, así como la interrelación con las entidades regionales, afirma el Lic. Germán Guzmán Pérez, Subgerente de Información de la Coordinación de Comunicación Social de Conasupo.

Por lo tanto, es importante analizar en este sentido la problemática de comunicación interna registrada actualmente en Conasupo, y para tocar los puntos clave, el presente capítulo recopila los factores principales de la comunicación interna de esta empresa, considerados generalmente por autores especialistas en materia de comunicación y de administración de empresas, como F. Sikula y Luis Castañeda, entre otros, mismos que se muestran en el cuadro de la siguiente página.



2.1 Modelo de comunicación.

Conasupo maneja generalmente un espectro de diversos medios de comunicación electrónicos e impresos. El proceso de comunicación se inicia con una idea o información, fenómeno al cual se le llama fuente u origen dentro del sistema. La idea debe ponerse en forma de mensaje codificado, en un formato provisional de expresión, ya sea pensado, escrito u oral; luego se envía el mensaje por escrito, o se transmite en forma verbal, mediante señales, por medio de una cinta de datos, o cualquier otro sistema de comunicación electrónico.

El mensaje viaja por un medio de comunicación (medios impresos o medios electrónicos), y por último es recibido por la persona a quien se envió. Por consiguiente, se da por hecho la interpretación y desciframiento del mensaje por parte del receptor, lo cual no siempre sucede, pues en Conasupo, como en la mayoría de las empresas, la información recibida no es interpretada correctamente en todos los casos, en virtud de que los canales de comunicación muchas veces no son los adecuados.

Por ejemplo, en el caso de la información institucional, no existe una forma para su difusión inmediata, generando que el personal se entere, a través de los medios de comunicación colectiva o de los canales informales de comunicación, antes de ser por medio de su propia empresa.

Si una acción determinada tiene como objetivo la comunicación, y ésta no se cumple, seguramente el proceso utilizado resultó ineficaz. Por eso al considerar ejemplos y situaciones concretas para describir los ciclos específicos, se utilizan diferentes combinaciones de los pasos en ese proceso, de manera que no siempre se puede descifrar con exactitud cual etapa comienza o termina. Por ejemplo, si en la empresa se genera información relacionada con un área específica del interés para el personal, y no se transmite de manera rápida y eficaz por medio de cada Enlace Administrativo¹³, dicho personal se enterará primero por la vía de comunicación informal.

¹³ Una de las funciones del Enlace Administrativo es hacer llegar determinada información al personal dependiente de su área.

Cuando el comunicado llega a través de este enlace, se convierte en información extemporánea duplicándose la función, y la comunicación informal llega a tomar menos tiempo que la formal.

2.2 Formas de comunicación.

Regularmente se clasifican en categorías para su estudio, análisis, explicación y comparación¹⁴, y aunque existen diversas clasificaciones, este trabajo sólo presenta tres de los sistemas de agrupación a los que más se recurre en Conasupo.

Comunicación formal e informal. Se refiere a los estilos, maneras y formatos de los flujos de información organizacional. Cuando los mensajes se envían, transmiten y reciben a través de un determinado patrón jerárquico autoritario, comúnmente denominado cadena de mando, entonces tiene lugar la comunicación formal.¹⁵

En Conasupo, parte de esta comunicación se realiza en reuniones de carácter nacional, con el fin de tratar asuntos de manera personal con los delegados estatales y regionales, quienes a su vez deben darlos a conocer al personal dependiente de ellos en los estados de la República Mexicana.

¹⁴ F. Sikula. *Administración de recursos humanos en empresas*. Ed. Limusa, México, 1982. p. 122.

¹⁵ *Ibidem*. p. 124.

Aunque las delegaciones han sido creadas con el propósito de descentralizar los servicios prestados por Conasupo, en un intento por hacerlo más ágil para los usuarios en cada dependencia de las entidades federativas, también resulta inminente el traslado de sus delegados a las oficinas centrales, implicando con ello altos costos.

Dentro de la comunicación formal, se presenta la labor de las delegaciones estatales de Conasupo de crear una imagen institucional con mayor penetración a la lograda por operaciones centralizadas, de tal forma que estas delegaciones promueven la retroalimentación en las entidades relacionadas directamente a esta empresa en cada estado de la república. Si bien esto último, se ha venido realizando de forma descentralizada, también se ha hecho utilizando los canales de comunicación interna en cada delegación, los cuales requieren de una modernización que vendría a mejorar el flujo de toda esa información, agilizándola y dándole una mayor proyección.

Las delegaciones también pretenden acercar a los interesados a instancias con niveles de decisión con capacidad resolver los problemas de manera formal u oficial y atender necesidades de una manera más oportuna que en el esquema centralizado, pues debido a la multiplicidad de funciones, el agilización de información se ha visto mermado, ocasionando un inadecuado cumplimiento de las agendas. Sin embargo, mucha información se intercambia de una forma menos sistemática y más informal, generalmente llamada "canal secreto de comunicación", debido a su evidente crecimiento y desarrollo fortuitos, aunque esto no lo limita de contar con un método. De

hecho, el administrador actual de una empresa, trata de utilizar dicho sistema de comunicación informal como un suplemento a la cadena de mando formal y en muchas ocasiones, para que la información sea completa se requiere de la combinación de ambas formas de comunicación.

*Descendente, ascendente y lateral.*¹⁶ Estas clasificaciones se refieren a la dirección de los mensajes y de la información dentro de la estructura de la empresa, generalmente optando por un sistema de comunicación combinado, debido a un resultado disfuncional al hacer uso de uno solo.

Comunicación descendente. Incluye comunicación frente a frente, intercambios de información jefe-subalterno, a través de la cadena de mando, boletines administrativos, manuales de políticas y procedimientos, cartas y manuales para los empleados, evaluaciones por escrito sobre su desempeño, convocatorias, etc.

Es transmitida de manera verbal y personal, así como en juntas de trabajo, o por los canales de la comunicación formal, a través de los medios de electrónicos o impresos, como pueden ser los mensajes de instancias superiores a sus subalternos. Es difícil elegir cual información debe o no pasar a estos últimos, pues es conveniente hacerlo cuando la dirección desea comunicar información incontrovertible, donde el fin es solamente informativo y no de carácter persuasivo.

¹⁶ F. Sikula. Ob. cit. p. 27.

Comunicación ascendente. Se refiere a la de un subalterno a un superior y puede ser a través de diversos medios de comunicación de manera verbal o escrita, o en su caso, cara a cara.

En Conasupo, debido a la existencia de un sindicato, el sistema formal es el mecanismo principal de este tipo de comunicación, es decir, el fungimiento de los dirigentes sindicales sirve como enlace oficial entre los empleados sindicalizados y los funcionarios administrativos, para hacerles llegar sus inquietudes por una vía de comunicación formal, aunque frecuentemente se utiliza la manera verbal o escrita en las juntas de trabajo y en las conversaciones informales con los superiores, pues no todos los empleados con funciones operativas pertenecen a este gremio.

Otras técnicas adicionales incluyen los informes elaborados por cada empleado sobre el desempeño de sus labores, propuestas o sugerencias de trabajo a sus superiores, etc.

Comunicación lateral. Corresponde a los flujos presentados entre jerarquías similares, a nivel directivo y de mandos medios, o entre el personal operativo. Todas las relaciones directas de flujo de trabajo implican una comunicación lateral, pues los intercambios de información entre un empleado y un departamento conforman el enlace y ayudan a unir y a coordinar la estructura de una empresa, en este caso Conasupo.

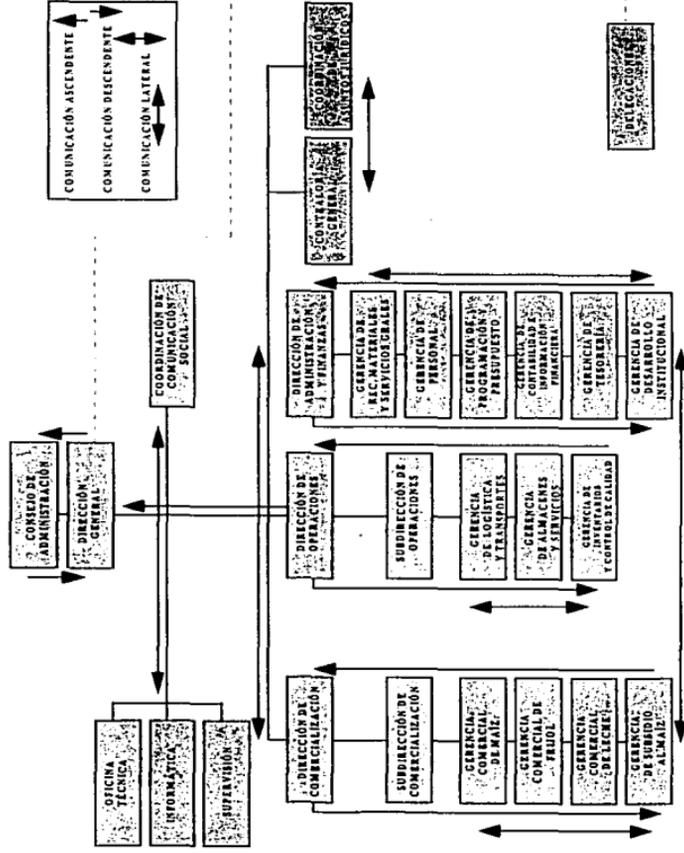
Oral y escrita. Se refieren a los mensajes interpersonales llevados a cabo de forma oral o escrita. No se puede generalizar sobre lo bueno y lo

malo de estos mensajes, ya que quienes envían la información difieren mucho en sus habilidades para expresarse claramente. Sin embargo, muchas veces se prefieren los mensajes orales por su cercanía, en tanto hay quienes lo hacen por los escritos en razón de su precisión y exactitud. Asimismo, gran parte de los mensajes se presentan en ambas formas, para aumentar la posibilidad de su entendimiento.

En este sentido, son muchos y muy variados los factores determinantes del proceso más conveniente de utilizar, pues gran parte de ellos se basan en el tiempo, el costo, la preferencia personal, las habilidades individuales, los recursos disponibles y otros utilizados como criterios para saber cómo se realizarán los mensajes, si por escrito o de manera oral y, aunque existen excepciones, generalmente los mensajes orales son más fáciles y rápidos de transmitir y menos costosos que los escritos.

Para la realización de reuniones, entre directivos con labores en distintas instalaciones de Conasupo en toda la república, generalmente se opta por el desplazamiento a las oficinas centrales, pues resulta más comprensible tratar en persona sus asuntos. Por otra parte, las reuniones nacionales de delegados y altos directivos son de carácter centralizado, y la empresa debe sufragar el costo de las partidas referentes a transportación y viáticos. Desde luego, los tres tipos de comunicación, ascendente, descendente y lateral se dan orales y escritos, así como en estilo formal o informal. *(Ver el cuadro de la página siguiente)*

ESTRUCTURA ORGÁNICA BÁSICA DE CONASUPO



2.3 Medios de comunicación.

Dentro de la comunicación formal, un mensaje se puede enviar mediante una o varias alternativas de patrones o canales de comunicación, no obstante algunos de estos sistemas resultan ser mejores que otros.

La manera más eficaz de comunicar los mensajes, dependerá de factores tales como rapidez, exactitud, costo y limitaciones de tiempo. A pesar de todo, un análisis de los medios de comunicación interna sirve para determinar cuáles son los patrones más rápidos, más flexibles, etc.

De esta forma, una definición moderna que comprenda los elementos clave de un proceso de comunicación, considera a los objetos animados, inanimados o ambos, para codificar o descifrar una información.

En Conasupo la información y datos enviados tienen múltiples finalidades, por eso existen sistemas de comunicación convencionales, como el teléfono y la máquina de escribir, además de los medios electrónicos e impresos detallados a continuación.

2.3.1 Medios electrónicos.

Al igual que la gran mayoría de los organismos, tanto privados como públicos, Conasupo ha incursionado en algunos avances tecnológicos, como el uso de la telefonía y de cómputo, principalmente, los cuales son la base de la comunicación interna para transmitir la mayoría de los mensajes, sobre todo escritos, enviados a través de aplicaciones como las siguientes.

Red privada de cómputo. Consta de una red de computadoras con terminales para aproximadamente el 80 por ciento de los empleados. Es una herramienta indispensable para el desarrollo de sus funciones y se conforma por el *hardware* (equipo físico de cómputo: unidad procesadora central, monitor, teclado y ratón) y el *software* (paquetería de cómputo detallada más adelante), comúnmente utilizado en este tipo de sistemas. La red privada de cómputo se constituye en el medio por el cual se ofrecen los siguientes servicios:

Paquetería de cómputo. Contiene el *software* para diversos paquetes de cómputo como: Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point, Fox Prow, etc.

Internet. Cuenta con características muy especiales capaces de detectarse sólo durante su uso. Aparentemente se han facilitado las condiciones para su contratación, en cuanto a tiempo de utilización de costos. Sin embargo, se ha detectado un alto costo en el acceso a cierta

información, por lo cual no es rentable consultarla a través de este medio. Por otra parte los beneficios posibles de obtener con la interconexión entre múltiples usuarios de este servicio son muy atractivos.

Sistema de Integración de Información Comercial Conasupo (SIIC).

Pretende ser una fuente efectiva de información interna en Conasupo, mas hasta el momento no ha sido posible instrumentarlo para consolidar los objetivos iniciales de su creación. Esto se debe a la dependencia de su funcionalidad, en gran medida, a la actualización constante de las bases de datos sobre asuntos muy particulares en algunas áreas, además de un retraso en la información hasta de 45 días, provocando con esto la consulta de fuentes alternas.

Memolan. Denominado también "correo electrónico". Este medio de comunicación, al igual que los anteriormente expuestos, resulta estar fuera del alcance de la mayoría del personal de Conasupo, pues sólo las "cuentas"¹⁷ de los directivos tienen acceso.

Consiste en un sistema de *software* en el cual los usuarios pueden comunicarse por medio de computadoras conectadas en red. Se usa en la transmisión de memorandos y mensajes sobre una red vía electrónica con la ventaja del ahorro de tiempo en la optimización del trabajo. Está implementado en una red de área local de macrocomputadoras, minis y computadoras personales, en líneas telefónicas, principalmente como

¹⁷ Se entiende como "cuenta" al espacio de trabajo dentro de una red de cómputo, asignado a una persona.

medio de transmisión. Las siguientes son las demás aplicaciones de los medios electrónicos de comunicación empleados en Conasupo.

Sistema Informativo Reuters. Se contrató en Conasupo en el año de 1980¹⁸, con la finalidad de obtener distintas clases de información de carácter bursátil, sobre todo, para la elaboración de diversos reportes especiales útiles en tomas importantes de decisiones en cuanto a la compra-venta de productos agropecuarios. Conasupo paga trimestralmente una renta por este servicio a la Compañía Reuters de México, S.A. de C.V, y realmente es poco el personal capacitado para su utilización, y en toda la empresa sólo existen cuatro terminales.

Sus características particulares de uso requieren de capacitación especializada, mas por su carácter de confidencialidad con algunos aspectos relativos al manejo de mercados internacionales, requiere de discreción y cuidado en su manejo, por lo que no es recomendable el acceso abierto al personal”, afirma el Ing. Clemente Castilleja Salas, Subgerente de Integración y Procesamiento de Información de la Subdirección de Comercialización de Conasupo.

Teletexto. Es un videotexto transmitido cuya red de difusión es la red de televisión. Permite al usuario seleccionar una pantalla entre varias que se transmiten de forma permanente en un canal privado de recepción. En

¹⁸ Reuters de México, S.A. de C.V. México, D.F. 1980. "Contrato de Prestación de Servicios a Conasupo." México, D.F. 30 de Junio de 1980.

Conasupo el teletexto se utiliza para contar con información sobre cotizaciones de granos, así como la relacionada con el sector agropecuario a nivel nacional, procedente de ASERCA (Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria), con acceso solamente para algunos directivos involucrados en el área comercial de maíz. Para tener un panorama más completo, se describe lo que es un videotexto, pues el teletexto es una derivación del primero.

Videotexto. Es una combinación de información con servicios de acceso a compras, bancos, noticias, meteorología y servicios de correo electrónico, entre otros. Funciona sobre una línea telefónica conectada a una televisión para dar información a la persona que contrata el servicio, y se basa en la combinación de tres tecnologías: telecomunicaciones, informática y televisión.¹⁹ El videotexto surgió de la idea de conectar terminales a una computadora central para integrar una pantalla de televisión, un módem y un sistema de codificación/decodificación de información alfanumérica y gráfica, de lo cual surgió la modalidad del teletexto y videotexto interactivo.

Fax. Descendiente del télex, el fax es un medio de comunicación con una línea telefónica, para enviar documentos a distancia a manera de fotocopia.

¹⁹ Yolanda Aldaco. "El ABC de las telecomunicaciones". *Revista RED*. Mensual. Diciembre 1995. No. 63 p. 12.

Los sistemas de comunicación Reuters, el Teletexto de ASERCA e Internet, básicamente se tornan en medios catalogados de “muy selectivos” debido al número tan reducido de personas con acceso a ellos.

2.3.2 Medios impresos.

Los medios electrónicos sirven para elaborar y enviar los medios impresos. En Conasupo, estos últimos se colocan en pizarras de corcho, mamparas, paredes, etc., para ser vistos por el personal, o en su caso, son dirigidos a los interesados a manera de oficios, memorandos, etc. Aunque en Conasupo no se utilizan todos los medios impresos existentes, a continuación se mencionan los que actualmente están en práctica.

Folleto. Es una herramienta de comunicación cuyo objetivo es difundir acciones institucionales, con un fácil manejo y accesibilidad para los usuarios. Por lo general, el público meta de este medio de información es el empleado de Conasupo, investigadores académicos, consultores agropecuarios y representantes de los medios de comunicación (periodistas).

Periódico mural. Es un elemento de comunicación interna para difundir información institucional, tanto al personal de la empresa como a los miembros de otras instituciones del mismo ámbito. Tal es el caso de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR), la

Confederación Nacional Campesina (CNC), Bodegas Rurales Conasupo (Boruconsa), Apoyos y Servicios para la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), Confederación Nacional de Propietarios Rurales (CNPR) y diversas agrupaciones campesinas como la Central Campesina Independiente (CCI), etc., así como las delegaciones de Conasupo en los estados de la República Mexicana.

El contenido del periódico mural, fundamentalmente trata temas de la operación institucional como son los “Programas de Compras de Maíz, Desarrollo y Resultados”; el apoyo proporcionado a los agrigultores de granos, e incluso el auxilio a la población afectada en casos de desastre. Es un medio con gran aceptación a nivel interno debido a que los protagonistas son los propios empleados de Conasupo en muchos casos, como suelen ser diversos eventos durante el año.

Cartel. Principalmente se utiliza para dar a conocer programas y cursos de capacitación llamando de inmediato el interés del personal, cuya inquietud de superación les anima a inscribirse.

Oficios y memorandos. Son unos de los medios impresos más rudimentarios utilizados con mayor frecuencia por su gran versatilidad.

Convocatorias. Sirven para exhortar a los empleados a inscribirse en diversas actividades como: cursos de capacitación y concursos para licitaciones de coches, entre otros.

Además de la transmisión de datos entre computadoras, la comunicación humana ha cobrado mayor importancia a través de los medios electrónicos, mediante el uso del audio, la animación, las videoconferencias, teleconferencias y, en general, el empleo de recursos multimedia.²⁰ Estos últimos aún no se ponen en práctica en Conasupo, aunque se pretende en un mediano plazo contar con los medios económicos y la justificación precisa para su implementación, aprovechando parte de los equipos ya instrumentados, afirma el Ing. Francisco Javier Ruíz Esquivel, Jefe de la Unidad de Enlace de Informática de la Dirección de Comercialización de Conasupo.

Lo anterior contribuiría a lograr una efectiva distribución del trabajo, reduciendo la necesidad de viajes y reuniones y, por ende, disminuir su costo, mediante el uso de la tecnología entre la que encuentra la implementación de una red privada de televisión, cuyas funciones están contempladas en los servicios multimedia.

²⁰ Multimedia. Estrictamente "multi" significa muchos y "media" significa medios, agentes o vías. Si se unen y se traducen en términos computacionales, multimedia es la acción de transferir información entre la computadora o red y el ser humano a través de voz, datos y video, ya que incorpora imágenes fijas y en movimiento, datos, voz y sonido en un solo sistema. Existe una gran variedad de aplicaciones, como es el caso de la capacitación, donde se requiere de entrenamiento. Otra aplicación son los sistemas cooperativos, que permiten a los usuarios intercambiar información vía voz o datos. Laura Mayo. "Las Redes Multimedia, una Visión al Futuro." *Revista RED*. Mensual. Año V. No. 51. Junio, 1995. p. 36.

2.4 Barreras de comunicación.

Una inquietud válida puede ser descifrar en qué punto del proceso de comunicación aparecen las barreras. Se pueden presentar en múltiples formas, mas en este caso se considerarán sólo tres categorías.

Barreras técnicas. Están basadas en las fallas técnicas, y en el pasado eran consideradas como gran parte del problema de comunicación, pues existían muchas interrupciones en los canales debido a desperfectos y daños causados técnicamente o relacionados con el mal funcionamiento del espacio y distancia utilizados.

Un ejemplo típico de barreras técnicas, es el caso tan frecuentemente presentado en las instituciones con redes de computación cuando “se cae el sistema”²¹, provocando la imposibilidad de seguir trabajando con esta herramienta, al menos hasta que sea restaurada.

En el supuesto de la comunicación via fax, en Conasupo también se presentan problemas como la imposibilidad de aclarar de forma inmediata las imprecisiones o dudas generadas en la misma, como la complementación de datos.

En la actualidad y para beneficio del proceso comunicativo, las posibilidades mencionadas han disminuido en gran manera si consideramos

²¹ Se entiende que “se cae el sistema”, cuando se va la imagen en la pantalla de la computadora, debido a diversas fallas técnicas.

los avances tecnológicos en esta materia, y dado el surgimiento de nuevos inventos y el perfeccionamiento de los ya existentes, como el teléfono, la televisión, el télex, el fax, y en especial la computadora electrónica, han llegado a un punto donde los canales de información se han hecho cada vez más disponibles y eficaces como medios de comunicación.

Sin embargo, en Conasupo siguen existiendo impedimentos de diversa índole, en virtud de que no siempre se utilizan las formas más adecuadas de comunicación, con base en necesidades específicas, ocasionando el desaprovechamiento de algunos beneficios de la tecnología al no estar implementados.

Barreras semánticas. Significan una complicación mayor para la transmisión eficaz del entendimiento, debido los problemas presentados entre las etapas de la comunicación y no dentro de ellas. Esto es, que al ser el lenguaje gran parte de la comunicación, ya sea hablado o escrito, puede significar cosas diferentes para personas distintas, en situaciones y contextos diversos, como señala la semántica.²²

Generalmente estas barreras, traen como consecuencia problemas de tipo semántico, por hacer un mayor uso de las palabras en el intercambio del significado y el entendimiento. Aunque también otros tipos de

²² "La semántica se define como el estudio del significado. El significado dentro de una cultura se expresa mediante el lenguaje, pero éste puede servir de comunicación o como una carga." F. Sikula. Ob. cit. p. 121.

expresión (como las señales añadidas al lenguaje), pueden ser muestra de problemas y diferencias semánticas del significado.

En el caso de Conasupo, frecuentemente surgen este tipo de barreras, al interpretarse un mismo comunicado o información de forma diferente. Es decir, que el desconocimiento de algunos asuntos institucionales de parte de distintos niveles de personal, dificulta el entendimiento de los mensajes a transmitir. Un ejemplo puede ser, cuando un directivo posee información privilegiada y la quiere dar a conocer a sus subalternos, difícilmente éstos le entenderán si no contaron con datos previos para su interpretación.

Barreras humanas. Suelen ser las más graves barreras de comunicación y regularmente ocurren dependiendo del estado de ánimo de las personas, como las predisposiciones, percepciones, competencias o incompetencias, habilidades sensoriales o inhabilidades, etc.

Existen diferencias humanas en cuanto a principios y sensibilidades asociadas con las facultades mentales y a los sentidos (vista, tacto, oídos, gusto y olfato), constituyéndose en las principales barreras, al presentarse de mayor forma en las etapas de codificación y desciframiento del proceso de la comunicación, de tal forma que los factores que conforman la personalidad de cada individuo, influyen en la codificación y desciframiento de los mensajes.

Lo anterior puede ilustrarse con la falta de capacitación para el uso de algunos de los medios de comunicación interna instrumentados en Conasupo. Por ejemplo, para el uso del Sistema Informativo Reuters se requiere de códigos y conocimientos específicos, sin los cuales no se puede obtener la información deseada.

Igualmente se requiere de capacitación para manejar otros medios y poder tener acceso a Internet, dar entrada al fax o enviar documentos, saber entrar al SIIC, etc. Esta carencia trae como consecuencia el desaprovechamiento de la tecnología, en este caso, los medios electrónicos de comunicación en Conasupo.

Las barreras humanas son prácticamente imposibles de eliminar, si consideramos la imposibilidad de reducir su frecuencia por la relación directa con las funciones del razonamiento de las personas, e inclusive en con su estado de ánimo. Estas barreras no pueden considerarse aisladas de las técnicas y semánticas, debido a la interrelación parcial entre las tres. Un ejemplo sería una operación computada no deseada a consecuencia de una combinación de errores humanos, técnicos y semánticos. En Conasupo esto sucede con frecuencia, al estar unidas entre sí las tres entidades mencionadas.

Resumidamente podemos afirmar que el sistema de comunicación interna de una empresa es fundamental para la obtención de los resultados deseados en su funcionamiento.

En Conasupo se han venido desarrollando diversos esfuerzos para el mejoramiento del sistema mencionado, incursionando en el proceso de modernización de su tecnología, como los sistemas descritos en este capítulo. Aún así, para toda empresa es importante estar a la vanguardia en materia de comunicación, y por esto el siguiente capítulo propone de manera específica la implementación de una red privada de televisión en Conasupo, como un aliado para su mejor funcionamiento, facilitando el desempeño de sus funciones.

Capítulo 3

Propuesta para la implementación de una red privada de televisión en Conasupo

Tomando en consideración la vertiginosa carrera de la tecnología en materia de comunicaciones, y la incursión de las empresas privadas para mejorar sus sistemas telemáticos, es cada vez más importante que también las empresas gubernamentales experimenten este cambio.

Conasupo no es la excepción, es por ello que desde 1992 inició la estructuración de un programa de fortalecimiento a sus esquemas telemáticos, mediante la instalación del sistema de redes de cómputo y la capacitación de personal, para mejorar el control de las operaciones cotidianas del organismo, permitiendo la toma oportuna de decisiones, entre otras cosas.

Todo esto ha sido con el objeto de apoyar sus procesos de modernización, mas a este esfuerzo debe sumarse la instrumentación de una red privada de televisión para aumentar los niveles de efectividad en el intercambio de información a nivel directivo y con el personal en general, así como para el fortalecimiento de la capacitación y la optimización de los recursos humanos y financieros.

Este medio ofrece la posibilidad de que los más altos directivos transmitan sus mensajes desde su lugar de trabajo, es decir, de las oficinas centrales a cada delegación en el interior de la República Mexicana a través de una red privada de televisión vía satélite, o en el segundo caso, a través de una red privada de televisión vía telefónica, como lo muestran los siguientes cuadros.



RED PRIVADA DE T.V. VÍA TELEFÓNICA, CON INTERCOMUNICACIÓN ENTRE LAS OFICINAS Y DELEGACIONES DE CONASUPO EN LA CAPITAL Y EN EL INTERIOR DE LA REPÚBLICA.



La propuesta consiste, básicamente, en el establecimiento de la red privada de televisión Conasupo mediante la instalación de sistemas de recepción vía satélite Digi Cipher²³, o mediante vía telefónica, en puntos estratégicos que operan en la capital y en el interior de la república, a través de un canal televisivo propio, donde la señal permanece según las necesidades particulares de la empresa.

La red privada de televisión garantiza la confidencialidad en la información difundida, al enviar la señal de forma codificada y selectiva a

²³ El Digi Cipher es un receptor-decodificador digital que da un acceso ilimitado a los beneficios de la televisión y cuenta con la calidad digital del sonido estéreo de un disco compacto. General Instrument. Digi Cipher I. *Consumer Digital NTSC IRD*. Estados Unidos de Norteamérica. 1996.

los puntos de recepción, pudiendo ser diversificada y conectarse a otras redes de tecnología similar.

“Contar con un sistema de este tipo permitiría a Conasupo emitir los mensajes internos con la inmediatez en que se generan y con la veracidad, suficiencia y posibilidad de corroboración necesarias”, afirma el Ing. Guillermo Castellanos Guzmán, Director de Comercialización de Conasupo.

Este medio daría a la empresa la posibilidad de capacitar a su personal, ya sea por región o zona geográfica al mismo tiempo, de manera ocasional o permanente evitando el costoso traslado. Cabe mencionar que en 1996 se capacitó a un total de 4,892 “personas-curso”²⁴ en el D.F., según informa el Lic. Alejandro González Durán, Gerente de Desarrollo Institucional de la Dirección de Administración y Finanzas de Conasupo.

Sin embargo, durante ese período se vio imposibilitada para hacerlo de igual forma con el personal de las delegaciones estatales, pues no siempre se tienen los recursos financieros suficientes para el pago del traslado de los capacitadores a la capital o al interior de la república, según el caso, limitando los avances en las metas de productividad a nivel nacional.

²⁴ Se entiende como *persona-curso* al término utilizado para definir que una misma persona tomó uno o varios cursos.

El presente capítulo propone el uso de algunas aplicaciones de esta herramienta de comunicación factibles de llevarse a cabo en Conasupo, a reserva de otras que pudieran surgir durante su utilización.

3.1 Comunicación.

Como se mencionó en el primer capítulo, una de las funciones básicas de la red privada de televisión es la comunicación, por eso es importante considerar el servicio de esta herramienta no sólo para un sector de la empresa, sino para todas sus áreas en común.

La propuesta pretende que la red privada de televisión en Conasupo no sea un medio de comunicación selectivo, como suele suceder con Internet, el Videotexto y el Sistema Informativo Reuters, debido a las características particulares de cada uno de estos medios.

De igual forma es importante señalar la conveniencia que representa para sus empleados tener como fuente primaria de información a su propia empresa, por medio de la red privada de televisión, con el fin de proyectar una impresión favorable sobre la misma.

El planteamiento es dar a conocer a través de esta red el interés de Conasupo por su personal y también informarles con oportunidad los asuntos relevantes, antecediendo a los medios de comunicación colectiva,

aunque debe considerarse también la existencia de información que por su propia naturaleza primeramente debe darse a conocer a la prensa.

Cabe mencionar la posibilidad de existencia de algunas disfunciones en los mensajes transmitidos por la empresa debido a las limitaciones, tanto del medio de comunicación propuesto, como del emisor, del mensaje y/o del receptor.

Entendamos como disfunción a los problemas que se presentan en los elementos de un medio de comunicación para realizar sus funciones de manera adecuada. A continuación se mencionan algunos de estos problemas en relación al uso de la red privada de televisión.

-El medio de comunicación. Al ser la red privada de televisión un sistema de comunicación electrónico, no permite el contacto cara a cara entre sus participantes, pudiendo ésto llegar a impedir el mismo desenvolvimiento al dado en conferencias personales. No obstante, después de haber tenido cierta experiencia con este medio, se logra adquirir familiaridad, lo que redundo en su mejor manejo.

Por otra parte, la carencia de la transmisión sin interrupción, puede provocar que al programarse las videoconferencias, los tiempos manejados para las transmisiones, no se adecúen a las necesidades de los funcionarios o de los capacitadores, llegando a posponerse o suprimirse.

Igualmente, al utilizar como material de apoyo documentos o gráficos, éstos deben estar perfectamente explicados de manera visual y ser reforzados por el lenguaje oral, para poder comprenderse en su totalidad.

-El emisor. Existe información difícil de difundirse de la misma forma que la demás, y aunque también es oficial, debe cuidarse la estrategia a manejar para evitar conflictos con el personal, debiendo referirse a un público estándar y no a uno especializado.

Tal es la situación de la información referente a reducción de la plantilla laboral; a la reubicación del personal, ya sea de área o de instalaciones; al cambio de funciones o a la asignación de nuevas responsabilidades, etc.

En estos casos, el emisor debe cuidar el mensaje, su manejo y lenguaje y buscar una mediación de información sin mostrar ningún indicio de agresividad o de falta de tacto. A su vez, el lenguaje debe ser sencillo para ser comprendido fácilmente. Si consideramos que el emisor es el representante de la institución, es importante cuidar su apariencia y presentarla agradablemente.

-El mensaje. Existen también limitantes en los mensajes, pues al ordenarse las transmisiones en el espacio disponible, tanto en lo que se va a exponer, como en las consultas del auditorio, puede llegarse a impedir la aclaración de dudas al momento.

-El receptor. Las disfunciones se deben básicamente a su falta de comprensión, como consecuencia de alguno de los factores anteriores, bloqueando con esto la reciprocidad con el emisor, y por ende con todo el proceso comunicativo.

Una vez mencionado lo inherente a las disfunciones, veamos ahora las aportaciones en el aspecto humano proporcionadas por la red privada de televisión, las cuales son de suma importancia, por lo que conviene mencionar las principales funciones factibles de atribuir, como las siguientes.

3.1.1 La comunicación interna de sus mensajes, políticas y actividades.

Considerando la necesidad de Conasupo de difundir de manera interna sus mensajes, políticas y actividades, ya sea a nivel directivo o general, se sugiere programar semanalmente una videoconferencia entre el Director General y los tres Directores de Área, acompañados de sus respectivos Gerentes, para intercambiar información con las delegaciones sobre las líneas de actuación y la posibilidad de afrontar problemas internos de la empresa, así como diversos tipos de mensajes que pueden transmitirse a través de este medio, como los siguientes.

Mensajes institucionales. Se refieren a las acciones tomadas en el sector agrícola (primordialmente asuntos referentes a maíz, frijol y leche,

que son los productos manejados por Conasupo); sucesos de asociaciones relacionadas con la institución; decisiones de carácter institucional tomadas por Conasupo o por la SAGAR (de quien depende organizacionalmente); diversos asuntos relacionados con sus delegaciones, y con todo aquello referente al sector agropecuario.

Mensajes sobre las políticas de la empresa. Comunicar las políticas de Conasupo desde varias perspectivas, como aquéllas enfocadas a informar los motivos de las declaraciones de sus funcionarios, sus decisiones o acciones en cuanto a asuntos diversos.

Mensajes sobre las actividades oficiales de los funcionarios de la empresa. Existen actividades de carácter institucional con la intervención de sus funcionarios y del interés de todo el personal, e importantes de dar a conocer, al igual que aquellas planeadas para todo Conasupo, como las festividades, o la asignación de algunos premios, como el correspondiente al “empleado del mes”.

3.1.2 Como medio para transmitir videos documentales sobre Conasupo y su relación con otras dependencias.

En este aspecto, la red privada de televisión sería un medio para dar a conocer al personal de una manera más profunda la función económica, política y social de su institución, así como sus antecedentes, pues este conocimiento es parte fundamental de la motivación ocupacional.

La siguiente información es un ejemplo de algunos de los múltiples aspectos que valdría la pena dar a conocer a través de videos, como parte de la comunicación interna.

Conasupo nació con el propósito de asegurar el consumo de los productos básicos a la población de más escasos recursos y de eliminar las inequidades prevalecientes en la distribución del ingreso.²³

A partir del año de 1995, fue resectorizada a la SAGAR, con el objeto de concentrar su función social hacia el apoyo de los agricultores y la modernización de la comercialización nacional, manteniendo su obligación de garantizar el abasto de maíz, frijol y leche para el consumo humano. Por otra parte, los programas de subsidios dirigidos llevados a cabo por el organismo, como: Subsidio al Consumo de Tortilla, Abasto Social de Leche y Abasto Social de Productos Básicos, fueron resectorizados en la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).

²³ Coordinación de Comunicación Social de Conasupo. "Conasupo: su función social." agosto 8, 1995. 22 pp. p. 16.

Los antecedentes históricos, la función económica, política y social de Conasupo, las características de su entorno regulatorio y las acciones tomadas en los últimos años, así como los procesos de modernización estructural y comercial, han pasado por diversas etapas y son el motivo de innumerables debates sobre su existencia, y para evitar las especulaciones y el deterioro de su imagen se debe considerar la necesidad de mantener claramente informado al personal sobre los aspectos anteriores, entre otros.

En este sentido, el medio de comunicación propuesto sería de gran efectividad, pues está técnicamente comprobado que no hay mejor forma de comunicación en los medios electrónicos como la audiovisual, pues como dice la publicidad, “una imagen dice más que mil palabras”, y el sólo hecho de ver en la pantalla televisiva quién es, cómo es y para qué es Conasupo, puede resultar muy motivante, además de documentar sobre todos los aspectos relacionados con la empresa a quienes trabajan para ella.

Lo anterior se puede realizar también mostrando las diversas facetas de Conasupo mediante imágenes estratégicas de sus instalaciones en toda la República Mexicana, como es el caso de las delegaciones; el campo y las cosechas de los productos agrícolas regulados por esta empresa o donde interviene de alguna forma; el sector campesino y el apoyo recibido de este organismo; imágenes de las tortillerías informando sobre el subsidio a la tortilla; los asuntos sobre las harineras; los medios de transporte a través de los cuales se movilizan los productos que maneja Conasupo; información

sobre la importación de leche y los procesos en la hidratación de aquella destinada a programas sociales y las ventas nacionales a la iniciativa privada, entre otros. Igualmente se podrían proyectar videos sobre filiales que dependen orgánicamente de Conasupo, como el caso de ASERCA.

3.1.3 Enlace con redes de tecnología similar.

Este enlace permitiría transmitir programas simultáneos con redes afines para su recepción, previa autorización de ambos usuarios, lo cual se tornaría en una ventaja, pues otro tipo de sistemas enlazan automáticamente la red, evitando la confidencialidad en la recepción. Su objetivo se basa en las siguientes posibilidades:

Compartir programas. Podrían ser de diversa índole, como el caso de un video cuyo propósito sea incentivar al personal a través de conferencias sobre el mejoramiento del desempeño laboral, o la difusión de aspectos de capacitación afines entre dos o más instituciones con tecnología similar.

Interconexión con redes de tecnología similar. Útil para asuntos de interés común entre quienes cuentan con este sistema, o para la consulta de información de una a otra empresa o institución.

Interconectividad con la Universidad Virtual del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). La interconectividad entre las redes privadas de televisión de Conasupo y del ITESM resultaría muy interesante si se considera su tecnología como una de más avanzadas en telecomunicaciones, específicamente con el canal AVE (Aula Virtual Empresarial), factible de usar por Conasupo sobre todo en el ámbito de la capacitación.

3.2 Capacitación.

Nosotros vivimos y trabajamos en una economía global donde la tecnología cambiante ha creado un ambiente competitivo y el entrenamiento y la capacitación constante se han convertido en una estrategia vital y en una necesidad, a pesar de las barreras de la distancia y de los altos costos.

El sistema propuesto permitiría atender de mejor manera el aspecto de la capacitación, debido a que la situación particular existente en este sentido, se ha visto afectada por la falta de presupuesto que gran cantidad de organismos enfrentan, además del alto índice de empleados sin la capacitación especializada requerida para el mejor desempeño de sus labores. Aunado a esto, los escasos recursos financieros han traído como consecuencia varias limitantes como la situación económica por la que atraviesa nuestro país y, por ende, sus entidades gubernamentales, y la

forma en que Conasupo se ve limitada también en sus recursos destinados a la preparación de su personal.

“Una red privada de televisión, en el ámbito de la capacitación, ayudaría a superar estas barreras incrementando el poder y el valor de la capacitación corporativa, además de proporcionar entrenamiento con un alto nivel de intercomunicación entre el instructor y el estudiante, aunado a una atención personalizada por ser el medio más cercano a la docencia en las aulas de instrucción académica.”²⁶

Debido a la necesidad de aprendizaje ponderable en nuestros días, es indispensable prepararse en distintas materias, tanto de carácter técnico, específicamente en las diversas áreas de Conasupo, como en el campo de la computación y la informática, para aplicar los conocimientos en los equipos de cómputo implementados, pues resulta inútil contar con la infraestructura tecnológica, si no se tiene la preparación necesaria para hacer uso de ella.

A diferencia de otros métodos considerados en la capacitación a distancia, la red privada de televisión consiste en mucho más que una respuesta por medios electrónicos o una simple llamada de lada sin costo con los instructores, en virtud de la facilidad de diseñar rápidamente materiales para su curso, incluyendo notas y preguntas para tener una

²⁶ Conferencia: “La Educación a Distancia” ofrecida por el Dr. Alejandro Pisanty Baruch, responsable de EDUNAM. Sala Lucio Mendietta de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, el 4 de noviembre de 1996.

relación máxima con los participantes, además de la intercomunicación de audio y/o video a través de equipo especializado, dependiendo de las características que requiera Conasupo.

Otra de las posibilidades es monitorear la participación y el desempeño de cada integrante del grupo a nivel individual permitiendo hacer preguntas, responder exámenes y conducir diversas dinámicas con el instructor.

En ese sentido, la red privada de televisión optimizaría recursos humanos y financieros elevando la productividad por medio de la capacitación y permitiendo también la integración del personal de las delegaciones y de las oficinas centrales a los cursos impartidos.

La forma de llevarlo a cabo en el aspecto de capacitación, sería transmitiendo los cursos en vivo simultáneamente en las instalaciones determinadas por Conasupo, evitando con esto el traslado del personal participante al lugar de impartición de los cursos.

Fomentar el espíritu de servicio y de mayor calidad en el trabajo, elevando el nivel de capacitación, sería otra de las metas, al eliminar el sentido del burocratismo con que se han etiquetado a las dependencias de gobierno e incentivando la transición de esta clase de criterios a otros más positivos.

Es importante mencionar la existencia de algunos cursos que por su especialidad o por la lejanía de las compañías capacitadoras, se dan de forma muy esporádica y selectiva, como son los ejemplos de la “Chicago Board of Trade” y de ASERCA, quienes imparten seminarios en Conasupo sobre materias muy específicas como “Mercados de Futuros y Opciones”, y algunos relativos al sector agropecuario como “Manejo de Bases y Spreads”, respectivamente.

3.3 Optimización de recursos humanos y financieros.

Primeramente, la implementación de la red propuesta ayudaría al ahorro de recursos financieros en las reuniones de carácter nacional entre directivos, pues éstas podrían llevarse a cabo por medio de videoconferencias o teleconferencias (según el uso contratado), evitando el traslado.

En la optimización de los recursos humanos, se contempla la posibilidad de la aplicación de los conocimientos adquiridos en la realización de las funciones ya asignadas a cada empleado, además del mejoramiento de las mismas con el manejo de las nuevas herramientas de trabajo.

Al considerarse la capacitación como un fuerte gasto, los esfuerzos encaminados a satisfacer sus necesidades de formación profesional son

muy limitados, y por eso conviene ver este aspecto como una inversión que reeditaría sus beneficios a mediano y tal vez, a largo plazo. También se puede disminuir el gasto, si se considera el uso de este sistema para la impartición de los cursos, y evitar con esto el traslado de los capacitadores al interior de la república, o de empleados al D.F., según el caso, a tomar cursos o seminarios en alguna institución vinculada con con Conasupo, o en sus propias instalaciones.

Se trata también de tomar las funciones de figura en funciones de ejercicio evitando situaciones de inconformidad, como las presentadas cuando se desempeñan funciones de algo ajeno a los conocimientos, o por el contrario, en aquello para lo cual no se ha sido preparado anticipadamente.

El pago frecuente a instituciones privadas para brindar programas de capacitación podría evitarse, pues al grabarse, podrían ser transmitidos las veces necesarias, en los lugares requeridos. Asimismo, podría capacitarse a un mayor número de personas a un menor costo, al no enviarlas durante el mismo período a los cursos programados.

Los beneficios proporcionados a Conasupo, con la implementación de la red privada de televisión se resumen de la siguiente forma.

-Mejoras en materia de comunicación, al contar con un canal televisivo propio, con el cual los directivos de esta empresa pudieran

intercambiar información de grupo, de carácter nacional y en cualquier momento, sin la necesidad de trasladarse de inmediato a las oficinas centrales.

-Mejoras en materia de capacitación, al tener la posibilidad de impartir cursos a un mayor número de personas en menor tiempo y a menor costo, considerando la facilidad de hacerlo simultáneamente en toda la república o en las zonas designadas.

-Optimización de recursos humanos y financieros, por la importancia que tiene para el personal contar con los conocimientos relacionados sus funciones, como clave para el buen funcionamiento del organismo en general. Asimismo el presupuesto podría optimizarse al evitar el costoso traslado a las aulas de capacitación de las empresas que proporcionan esta clase de servicios, además del aprovechamiento de los cursos al proporcionar la posibilidad de transmitirlos simultáneamente en las oficinas centrales de Conasupo y en sus delegaciones.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Conclusiones

Durante administraciones públicas anteriores, y de acuerdo a los esquemas de procesamiento de información y de comunicación vigentes en esas épocas, Conasupo mantenía un ambiente de comunicación de tipo centralizado, basado en equipos de comunicación convencionales, hasta la implementación de equipos más sofisticados y modernos.

Lo anterior trajo como consecuencia la limitación del acceso de personal a un medio automático de procesamiento de información, para apoyar sus funciones cotidianas y proporcionar la capacitación de todos los elementos técnicos inherentes a la actividad, tomándose prácticamente en una tarea de especialistas.

Hasta ahora se ha seguido presentando este problema para atender las cada vez mayores demandas de automatización de funciones de Conasupo, provocando “cuellos de botella” en la creación de sistemas, con la subsecuente falta de oportunidad en la entrega de información útil a la toma de decisiones.

Aunado a lo anterior y con la finalidad de descentralizar funciones hacia sus delegaciones en las entidades federativas para brindar un mejor servicio, se les dotó de un equipo de cómputo de tipo personal, el cual ha permitido el acceso parcial a la información mediante sistemas limitados, pero a la vez haciendo más complejo el esquema telemático de la

dependencia, cuyo objeto ha sido satisfacer de manera más amplia las necesidades de sus procesos de comunicación interna.

Si bien es cierto que éstos han permitido una mayor fluidez en el manejo de la información, también lo es que con la creciente necesidad de intercambio de información se requiere de una mayor inversión en materia de tecnología.

Por lo anterior, es importante hacer innovaciones para posibilitar un mayor flujo de comunicación a un menor costo, tanto a mediano como a largo plazo. Una de ellas sería la red privada de televisión, cuyas características particulares de uso, permitiría en primer término proporcionar los servicios de videoconferencia para contar con el acceso de juntas de trabajo a nivel nacional entre directivos, sin la necesidad de desplazarse del interior del país al D.F., o viceversa.

En segundo lugar, se podría proporcionar más capacitación a un mayor número de empleados en Conasupo, de manera simultánea en las oficinas centrales y en todas sus delegaciones, redundando en una mayor efectividad en el desempeño de sus labores, al contar con especializaciones adecuadas a las áreas particulares del personal.

Este tipo de red potencializaría la fuerza de trabajo, constituyéndose en una estrategia fundamental para mejorar continuamente la

productividad, la calidad y en suma la competitividad, en virtud del valor tan significativo que la capacitación adquiere día con día.

Por último, una red privada de televisión en esta dependencia, optimizaría los recursos humanos y financieros, ya que si el personal adquiere conocimientos para un área específica, se le podrían deslindar responsabilidades con mayor certeza en las cuales aplicara y aprovechara tales conocimientos, realizándose las tareas con menos personas y de manera más eficiente.

En cuanto al aspecto financiero, esta herramienta de comunicación suprime la necesidad de hacer gastos de desplazamiento de los directivos que se encuentran en las delegaciones a las oficinas centrales de Conasupo, o viceversa, o en el caso de la capacitación, solucionaría el problema de los límites de cupos por su alto costo, al poderse transmitir un curso de manera simultánea en las oficinas centrales y en las delegaciones estatales.

Implementar mecanismos para mejorar la comunicación y abrir las puertas a posibilidades de reforzamiento y actualización tecnológica, hasta ahora no ha sido sencillo. Sin embargo, cuando esto se ha hecho, los resultados han valido la pena, pues sin ella, los procesos de simplificación, así como el incremento en la rapidez del intercambio de información no hubieran empezado a dar manifestaciones de los cambios favorables hasta ahora logrados.

Conviene destacar también que existen limitantes para lograr obtener óptimos resultados con el uso de un sólo sistema de comunicación, debido a la necesidad de la combinación de varios de ellos para lograr la respuesta deseada, dado que los beneficios que uno nos ofrece, se pueden complementar con los de otro u otros sistemas.

No obstante, como ya se ha mencionado, es cada vez más indispensable modernizar los esquemas de comunicación y capacitación existentes, y optimizar los recursos humanos y financieros, a través de la red privada de televisión propuesta, a fin de que aunados a los esfuerzos realizados, el empeño principal esté en mejorar dichos esquemas en Conasupo.

Las redes privadas de televisión se han convertido en herramientas de comunicación y capacitación muy útiles para quienes tienen la necesidad de interconexión con sus filiales o delegaciones. Debido a ello, se propone de manera concreta la implementación de este sistema de comunicación, considerando la posibilidad de mejorar el funcionamiento de una empresa tan importante como lo es la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo).

BIBLIOGRAFÍA

Baena Paz, Guillermina. *Instrumentos de Investigación. Tesis profesionales y trabajos académicos*. Editores Unidos Mexicanos. México, 1986. 134 p.

Bohmann, Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Alianza Editorial Mexicana. México, 1989. 332 p.

Castañeda, Luis. *Cómo destruir una empresa en 12 meses...o antes. Errores y Omisiones de la Dirección*. Segunda edición. Ediciones Poder. México 1994. 159 p.

Corral Corral, Manuel. *La ciencia de la comunicación en México*. Ed. Trillas. México, 1989. 275 p.

Crovi Druetta, Delia. *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. México, 1995. 276 p.

Eco, Humberto. *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Editorial Gedisa. México, 1986. 267 p.

González Reyna, Susana. *Manual de redacción e investigación documental*. Ed. Trillas. México, 1986. 206 p.

Gubern, Román. *La mirada opulenta. Exploración de la iconósfera contemporánea*. Ediciones G. Gili. México, 1987. 406 p.

Malentskc, Gustavo. *Sicología de la Comunicación Social*. Editorial Epoca. Quito, Ecuador, 1976. 345 p.

Moragás Spa, Miguel de. *Sociología de la Comunicación de Masas. IV. Nuevos Problemas y Transformación Tecnológica*. Ediciones G. Gili. Barcelona, 1985. 207 p.

Moragás Spa, Miguel de. *Teorías de la Comunicación. Investigaciones sobre Medios en América y Europa*. Ediciones G. Gili. México, 1990. 270 p.

Ratzke, Dietrich. *Manual de los Nuevos Medios. El Impacto de las Tecnologías en la comunicación del futuro*. Ediciones G. Gili. México, 1986. 334 p.

Reza Trosino, Jesús Carlos. *El ABC del instructor (y también del profesor, moderador y de cualquier facilitador de procesos educativos)*. Panorama Editorial. México, 1994. 150 p.

Sector Comunicaciones y Transportes. *Telecomunicaciones de México. Glosario de términos utilizados en las telecomunicaciones*. 573 p. México, 1990.

Sikula Andrew, F. *Administración de Recursos Humanos en Empresas*. Segunda edición. Ed. Limusa. México, 1982. 498 p.

HEMEROGRAFÍA

Aldaco, Yolanda. "El ABC de las Telecomunicaciones." *Revista RED*. Mensual. No. 63. Diciembre, 1995. p. 12.

Aldaco, Yolanda. "Redes Públicas: una alternativa para su liderazgo". *Revista RED*. Mensual. Año VI. No. 68. Mayo, 1996. p. 9.

Coordinación de Comunicación Social. "Conasupo: su función social.". Agosto 8, 1995. 22 p. p. 16.

General Instrument. Digi Cipher I. *Consumer Digital NTSC IRD*.
1 p.

Jorge Rafael Martínez Peniche. Facultad de Estudios Superiores de Cuautitlán-UNAM. Alejandro Pisanty Baruch, Facultad de Química y Comité Asesor de Cómputo-UNAM. "Medios y Tecnologías para la Educación a Distancia." Informe Técnico. No. 1. Cuarta Versión. Mayo de 1996. p. 4.

Laura Mayo. "Las Redes Multimedia, una Visión al Futuro." *Revista RED*. Mensual. Año V. No. 51. Junio, 1995. p. 36.

Melrose Aguilar, Enrique. "Las Telecomunicaciones en México de cara al siglo XXI". *Revista RED*. Mensual. Febrero. No. 41. p. 34.

MVS Multivisión. Televisión. Dirección Comercial. "Redes Privadas de Televisión". México, 1996. 20 pp. p. 6.

Reuters de México, S.A. de C.V. "Contrato de Prestación de Servicios a Conasupo." México, D.F. 30 de Junio de 1980.

CONFERENCIAS

Dra. Olivia Cadaval. Directora del Proyecto Red de Recursos Culturales Latinos. Centro de Programas de Vida Cultural y Estudios Culturales, Instituto Smithsonian. Conferencia: "Frontera e Identidad."
Lugar: Sedes receptoras: Sala Pola Weiss TV UNAM. CEPE. FES Cuautitlán. Programa de conferencias en español transmitido por el sistema de videoconferencias. Programa de Educación a Distancia (EDUNAM).
Fecha: 1 Marzo de 1997.

Dr. Alejandro Pisanty Baruch. Responsable de EDUNAM.
Videoconferencia: "La Educación a Distancia."
Lugar: Sala Adolfo Posadas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.
Fecha: 2 de Noviembre de 1996.

Lic. Lucas Tamini. Gerente de Ventas de Latinoamérica de la Cía. One Touch. Conferencia: "La Teleconferencia Interactiva."
Lugar: Oficinas de MVS Multivisión en la Cd. de México.
Fecha: 2 de Octubre de 1996.

ENTREVISTAS

Ing. Guillermo Castellanos Guzmán. Director de Comercialización de Conasupo.

Ing. Clemente Castilleja Salas. Subgerente de Integración y Procesamiento de Información de la Dirección de Comercialización de Conasupo.

Lic. Alejandro González Durán. Gerente de Desarrollo Institucional de la Dirección de Administración y Finanzas de Conasupo.

Lic. Germán Guzmán Pérez. Subgerente de Información de la Coordinación de Comunicación Social de Conasupo.

Ing. Francisco Javier Ruíz Esquivel. Jefe de la Unidad de Enlace de Informática de la Dirección de Comercialización.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES.

T E S I S A

EL PERFIL DEL REPORTERO DE DEPORTES DE
UNA AGENCIA INFORMATIVA.

Que para obtener el título de

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN.

P R E S E N T A JORGE VANEGAS GUERRERO.

A S E S O R A MARGARITA YÉPEZ HERNÁNDEZ.

Ciudad Universitaria. México. 1997.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A mis padres :

Como merecido homenaje al esfuerzo de tantos años.

En reconocimiento a su ejemplo de entrega y cariño a sus hijos. Por haber creído en mí y brindarme sus valiosos consejos.

Por la valiosa imagen que un hijo puede tener de sus padres y transformarla en infinita gratitud a Dios por tenerlos conmigo y hacer realidad éste sueño tan esperado por todos. ¡ Los quiero mucho !.

A mis hermanos :

Como una manifestación plena de superación y cambio de actitud hacia la vida. Hagámoslo juntos. Ustedes también pueden. ¡ Busquemos la comunicación y armonía !.

A mi novia :

Por ser inspiradora y confidente colaboradora en ésta realidad.

Tus palabras de aliento han encontrado el eco deseado. Gracias por tu paciencia, ayuda y comprensión.

A mis amigos :

Por la confianza y empuje que lograron despertar en mí, para buscar siempre la superación. Gracias por permitirme su amistad sincera.

A mi asesora y profesores :

Por haber sido responsables directos en las asesorías, enseñanzas y conocimientos otorgados. ¡ Mil gracias ! por compartir su tiempo y sabiduría en mi formación. Siempre les estaré agradecido.

INDICE.

Introducción.....	1
Primera parte.....	5
<i>La Trágica Noticia</i>	5
1. El perfil general del reportero	7
1.1. Conceptos y características del reportero.....	7
1.1.1 Definición del reportero de periódico y revista.....	18
1.1.2. Definición del reportero de radio.....	23
1.1.3. Definición del reportero de televisión.....	26
1.1.4. Características y diferencias del reportero en los medios.....	33
1.2. Medios en donde se encuentran las noticias.....	35
<i>Recuerdos amargos</i>	40
Segunda parte.....	42
<i>La disyuntiva vocacional</i>	42.
2. La especialización del reportero de deportes.....	44
2.1 Características del reportero de deportes.....	49
2.1.1 Maestría y conocimiento de la disciplina.....	53
2.1.2 Conocimiento del círculo deportivo.....	54
2.1.3 Herramientas de trabajo.....	56

2.1.4 Imaginación y visión en el reportero.....	57
2.2 Cualidades del reportero de deportes.....	58
2.3 Fuentes de información deportiva.....	61
2.4 Fuentes fijas de información deportiva.....	63
2.5 Elementos de redacción para elaborar géneros periodísticos.....	65
<i>Meditación profunda</i>	68
Tercera Parte.....	70
<i>Recomendación oportuna</i>	70
3. El reportero de deportes de una agencia informativa.....	72
3.1 Definición de una agencia informativa de noticias.....	75
3.2 El quehacer del reportero deportivo de agencia.....	78
3.2.1. Limitaciones del reportero deportivo en la fuente.....	81
3.2.2. Limitaciones del reportero deportivo en el medio.....	84
3.3 Proceso de información deportiva.....	85
<i>Firme decisión</i>	88
Cuarta Parte.....	90
<i>La elección final</i>	90
4. Conclusiones generales y propuestas.....	91
1. Parcial especialización.....	91

2. Propuesta de especialización.....	92
3. Escasa preparación académica.....	95
4. Obligatoria la instrucción académica	96
5. La fuente fija corrompe.....	97
6. Designación temporal por fuente.....	97
7. El anonimato del reportero de agencia.....	98
8. Reconocimiento para el reportero de agencia.....	99
9. Necesario el periodismo de investigación.....	100
10. Taller de periodismo deportivo.....	101
11. Erradicar vicios en el periodismo.....	103
<i>Vacaciones merecidas</i>	104
Bibliografía	106
Entrevistas	109

INTRODUCCION.

El columnista José Manuel Flores afirma que la difusión de las noticias deportivas constituye el 90 por ciento del contenido de los diarios especializados, por lo tanto, los programas de estudio deben apegarse a la realidad que se vive en el diarismo mexicano y a la idiosincracia del periodismo en la materia, por ello se torna necesario hablar del perfil del reportero de la fuente de deportes en un sentido amplio y estricto.

El presente trabajo testimonial pretende ajustarse a esa idea y explicar "grosso modo" la función social que el reportero deportivo desempeña en su entorno social, pero también dentro del medio periodístico que lo obliga a especializarse en una fuente específica, para tener mayor credibilidad y respeto de sus colegas y del público conocedor.

El perfil periodístico del reportero de deportes, título que da nombre al presente reporte, tiene como objetivo principal ser un testimonial de la experiencia personal adquirida por el autor durante cinco años, vinculado en el área deportiva de la agencia mexicana de noticias (Notimex).

Además pretende ser un elemento de comunicación que ayude en la formación de los presentes y futuros amantes del periodismo deportivo en todas sus ramas;

es decir, tiene como objetivo brindar una orientación en el desempeño que tienen de su universo de trabajo.

Una breve novela hace las funciones de apertura y cierre de cada capítulo como un recurso periodístico y literario que describe y narra acciones ficticias, imitando las de la vida real, siendo modificado a las vivencias personales para contar con mayores bases de interés y entretenimiento que ayuden a entender la problemática vocacional que en algún momento de nuestra vida todos los adolescentes enfrentamos.

La historia narrativa cuenta con personajes reales y como actor central a Lalo, un adolescente que vive la problemática de quedarse sin su padre, inspirador y motivador en la difícil decisión de elegir su vocación profesional dentro del periodismo deportivo.

El reporte testimonial está formado por cuatro capítulos que buscan exponer las situaciones y problemáticas que enfrenta el reportero de una agencia informativa, además de aportar algunos secretos y sugerencias sobre la necesidad de especializar su función en beneficio de una verdadera profesionalización que hacen ver como una exigencia ética, experimentados periodistas en materia deportiva.

Asimismo, las experiencias y conceptos personales del autor son parte medular en el desarrollo del trabajo, con el firme propósito de ser un auxiliar en los recursos que los interesados del periodismo deportivo puedan requerir o consultar en busca de una base de apoyo y orientación más amplia acerca de la función que desempeña el reportero de deportes.

El segundo capítulo, se refiere precisamente, al tema central del desarrollo testimonial: la especialización del reportero deportivo de una manera completa y profesional. Sin embargo, se resaltan también los problemas y limitaciones que envuelven al medio y al reportero para contar con una parcial profesionalización.

El concepto de contar con la especialización por fuente deportiva, no existe en México, y se hace una necesidad hacerlo, aunque se presentan también las explicaciones sobre las desventajas que representa el encasillarse en una sola fuente de difusión deportiva.

El tercer capítulo se introduce directamente al perfil periodístico con que cuenta un reportero de agencia informativa, similar y parecido al de periódico, pero con marcadas diferencias en cuanto al manejo de la información y la velocidad con que debe ser generada, además de ser considerado una antena que mantiene en constante alerta informativa a la radio y televisión.

Por último, se hace énfasis de manera importante en la decisión unánime de los entrevistados por contar con un taller o materia especializada en deportes, dentro de la formación que imparten las universidades públicas y privadas, para una mayor profesionalización en el ejercicio periodístico del reportero, así como ofrecer bases más sólidas para aspirar a la especialización.

PRIMERA PARTE.
LA TRÁGICA NOTICIA.

Han transcurrido cuatro años de la repentina muerte de su padre, Lalo tiene fresca en su memoria aquella madrugada del 16 de marzo, cuando apresuradamente su madre, con el rostro triste y desencajado, ayudó a su padre a incorporarse para llevarlo al hospital.

Apenas con 12 años, todavía un niño, Lalo despertó sobresaltado de su cama ante el escándalo. Preguntó a su madre el motivo de tanto ruido. Un quejido desgarrador de su padre fue la respuesta. La desesperación reflejada en su rostro y el rictus de dolor hicieron presa de sus manos que aprisionaban con fuerza su vientre. Mientras su madre llena de angustia le ordenó dormirse, pues al otro día debía asistir a la escuela.

Esa noche sería la última que Lalo viera con vida a su padre, la diabetes y un paro en el corazón arrasaron con él. Los esfuerzos del médico fueron en vano. La enfermedad estaba avanzada y sólo fue cuestión de unas horas para dar a conocer la trágica noticia...

El doloroso recuerdo permanece en su mente como si hubiera sido ayer... hasta que un fuerte silbatazo hizo reaccionar a Lalo y regresarlo a la actualidad, apesadumbrado por el pasaje drámatico que su memoria se niega a olvidar.

El partido de fútbol ha concluido con el triunfo de la selección de la preparatoria, en donde juega su mejor amigo, Toño, quien brinca de gusto por la victoría que les da la oportunidad de avanzar a la eliminatoria interescolar y lleno de júbilo y gozo abandona la cancha de fútbol.

-¿Qué te pareció la victoria Lalo?, ahora sí estamos en semifinales y vamos por el bicampeonato. ¿No te parece estupendo?

- Sí fue un bonito partido, pero...quiero irme a mi casa, estoy muy deprimido... mejor mañana nos vemos.

Continúa....

1. EL PERFIL GENERAL DEL REPORTERO.

La primera parte del trabajo testimonial comienza con una explicación generalizada sobre las cualidades o características del reportero en cualquiera de las fuentes de trabajo. además se busca ofrecer en voz de los entrevistados el significado de la actividad periodística y cada uno en su concepto hace interesantes revelaciones al respecto.

Asimismo, los protagonistas describen una versión apegada a la realidad sobre el ejercicio del periodismo deportivo y buscan darle un sentido objetivo para mejorar su impartición y estudio.

1.1. CONCEPTOS Y CARACTERÍSTICAS DEL REPORTERO.

El reportero tiene que tomar en cuenta ciertas características que le ayudarán y le favorecerán en el desarrollo de su trabajo, como tratar de ser exacto, inquisitivo y de buen trato, además de ser inteligente y muy ingenioso en el manejo de sus preguntas para llegar al punto donde se quiere (1).

(1) Siegfried Mandel, Periodismo Moderno pag. 345

° Persistente y obstinado en la búsqueda de la noticia hasta el punto de olvidar las amistades.

Ejemplo. Nota de Proceso. 21 de noviembre de 1994. "Aburto no actuó solo; fue un crimen político; la investigación está a medias: el padre de Colosio". Por Felipe Cobián. Hermosillo, Son.- Don Luis Colosio Fernández se inquieta, se incomoda en extremo, pero mantiene la calma, piensa largo.

- Pues ...sería muy temerario de mi parte hacerme eco de esa hipótesis que se maneja en torno del licenciado Beltrones. Es muy... difícil acusar. Yo siento que Beltrones...era amigo de mi hijo...

-¿Sí, seguro?

-Sí, señor.

-¿Convencido?

- No...no puedo pensar, no puede ser de otra manera.

-¿Es cierto que su hijo Luis Donaldo no estuvo muy de acuerdo con su nombramiento como secretario en el gobierno de Beltrones? ¿Tuvo algún reproche de su parte?

- Mi hijo solamente me dijo: "Estás tomando una responsabilidad, ¿te sientes capacitado?".

° Perceptivo y de buen olfato para tratar de reconocer la noticia y, si es posible, adelantarse a los sucesos.

Ejemplo: Nota de El Universal. Jueves 9 de enero de 1997. "La UNAM tan querida". Por Sara Sefchovich.- Escuche al nuevo rector repetir los mismos lugares comunes que vengo oyendo en mis 30 años como universitaria: sobre la importancia de la relación entre investigación, docencia, y difusión o la incidencia de la Universidad en la sociedad o la transformación de nuestra casa de estudios o en cambio en los programas de estudio, etcétera. Son sin duda problemas reales pero dichos de esta manera, sin propuesta concretas, no son más que retórica vacía. Ojalá el rector se de cuenta a tiempo: necesitamos reorientar y revitalizar a la UNAM; con acciones sin miedo, con nuevos funcionarios que aporten ideas frescas, con discusión abierta de los problemas.

° Se debe ser imparcial en los puntos de vista y juicios que se escriben, es decir, no tomar partido por nada ni por nadie.

Ejemplo: Nota de Excelsior. Martes 10 de junio de 1997. "Un evidente avance democrático". Por Vicente Fuentes Díaz.- Como quiera que sea, la campaña electoral por la jefatura del gobierno del Distrito Federal es un jalón democrático. El hecho que se vaya a elegir popularmente a la cabeza administrativa de esta urbe, de las más grandes si no es que la mayor del

mundo, en lugar de la designación omnipotente, tiene un enorme significado político. ¿En que parte del mundo se puede decir, como en nuestro caso, que ocho y medio millones de seres se encaminan en este momentos a la democracia plena, mientras en otras partes suelen reducirse los espacios de libertad política, a veces en medio de una violencia destructora?.

° Honrado y serio, ya que al periódico o medio que representa se le juzgará de acuerdo con el comportamiento del reportero con los demás.

Ejemplo: Nota de El Financiero. 11 de Junio de 1997. "Temor a las vacaciones". Por Julio Bracho.- Es característico que el PRI haya decidido con mucha "decisión", esparcir el miedo para ganarse el favor del electorado. Pero esto funcionó mientras que no quedaron claras sus intenciones. Hoy al hablarse tan comúnmente del voto del miedo se le desactiva, y aparecen sus artífices con toda su irresponsabilidad y cinismo. No deja de ser grotesco que se amenace a la gente con perder lo que tiene cuando la política económica de los últimos regímenes ha llegado a mermar los bienes económicos de casi todos los mexicanos: es llegar con la sogá a casa del ahorcado.

° Digno de confianza para los entrevistados y sus propios jefes.

Ejemplo: Nota de El Economista, 11 de junio de 1997. "La estrategia del éxito". Por María Luisa Aguilar.- En entrevista con este diario, Manuel Medina Mora, director general del grupo Banamex-Accival, afirma que los planes sobre un crecimiento de los créditos al sector industrial del país no distraerán los objetivos de la parte de la banca, comercial en donde hay proyectos de aumentar la presencia en más cadenas comerciales, diferentes a los convenios alcanzados hasta ahora.

° Inteligente en el sentido estricto, es decir, crearse un método de trabajo diario para obtener una noticia importante.

Ejemplo: Nota de La Jornada, 11 de junio de 1997. "Paro indefinido en la capital desde hoy, ratifican profesores". Por Rosa Elvira Vargas.- La dirigencia de los maestros del Distrito Federal ratificó anoche su determinación de suspender, a partir de hoy, las actividades escolares en jardines de niños, primarias y planteles de educación especial. El paro, aseguraron, "es responsabilidad de las autoridades educativas" y se mantendrá hasta que haya respuestas puntuales a sus peticiones económicas (ciento por ciento de aumento salarial, entre ellas), laborales y profesionales.

Hoy pues será día importante en la marcha de la enseñanza pública en esta capital. Los maestros de la sección 9 dijeron tener la anuencia para suspender

las actividades de la mayoría de los 56 sectores de la enseñanza que conforman a la ciudad. Indicaron: "se consultó a la mayoría y la mayoría aprobó el paro".

° Escribir con facilidad y concisión, es decir, plasmar de manera clara y entendible las ideas con una buena redacción y tratar de ser rápido.

Ejemplo: Nota de Reforma. Miércoles 11 de junio de 1997. "Cárdenas sigue a la cabeza". Redacción.- El candidato perredista Cuauhtémoc Cárdenas se mantiene al frente de las preferencias electorales de los ciudadanos del Distrito Federal con una considerable ventaja sobre sus contendientes Carlos Castillo y Alfredo del Mazo, quienes mantienen una cerrada lucha por el segundo lugar en la capital. La encuesta se realizó el 7 y 8 de junio entre 789 personas.

° Se debe tener iniciativa propia y no esperar la orden del superior, además de contar con imaginación para saber el origen del problema y, especialmente, entusiasmo en la búsqueda del objetivo.

Ejemplo: Nota de Excelsior. 8 de junio de 1997. "Amenza la drogadicción a 68 millones de estadounidenses menores de 18 años". Por Mónica Martín.- El gobierno de Estados Unidos debe prevenir que los 68 millones de sus connacionales menores de 18 años no se conviertan en una nueva generación de adictos; es inaceptable que los índices del consumo de drogas se hayan

duplicado entre esos jóvenes desde 1992. Un millón y medio de estadounidenses están tras las rejas por violación a la ley antidrogas y más de un millón de ellos son arrestados cada año por delitos relacionados con las drogas, informó la oficina de Política Nacional para el Control de Drogas de Estados Unidos.

° Una de las ventajas más valiosas del reportero deberán ser sus fuentes de información, es decir, sus relaciones personales, ya que de esta manera se tendrá un mayor acceso directo a la información.

Ejemplo: Nota de El Economista. Lunes 9 de junio de 1997. "Cúpula Regia". Por Efraín Bárcenas. Monterrey, NL...- Luego de la incursión de Alfa en el negocio de las telecomunicaciones, la pregunta obligada al interior de la comunidad financiera nacional y extranjera, sería si este conglomerado de empresas, con sede en esta ciudad, estaría considerando una mayor diversificación para ampliar su portafolio de negocios.

La respuesta la daría el propio Dionisio Garza Medina, presidente y director general de Alfa, al precisar en una charla con analistas financieros que Alfa no pretende una mayor diversificación del portafolio más allá de las telecomunicaciones.

El reportero ha de tener presente siempre su marco de referencia, debe saber cuanto sea posible acerca de muchas cosas tan variadas como el básquetbol, música, política, economía exterior y el espacio interplanetario, además de saber dónde y cómo puede encontrar información de aquellas cosas sobre las que tiene incertidumbre o no conoce muy bien.

La principal función del reportero es la de informar, tiene la facultad de ver, oír y aprender. La influencia que puede ejercer sobre el público depende tanto de su habilidad para escribir o comunicar, así como del tema que escribe.

Aunque la generalidad de las características principales que debe tomar en cuenta todo reportero son en esencia las mismas, cada uno tiene particularidades que debe seguir para el correcto ejercicio de su profesión.

Durante la época de los años sesenta, el periodismo en México brindó la oportunidad de que la práctica hiciera al periodista, según la estimación que hace José Manuel Flores, columnista del periódico Ovaciones y hasta la fecha, en los noventa, aseguró que ésa puede ser la mejor escuela para cualquier aspirante al periodismo.

Abundó que ese proceso debe tomarse en cuenta para cualquier rama periodística, llegar a sentarse y escribir en la máquina, desarrollar la idea, tener el

suficiente vocabulario y aprender a trasmitirla, porque de la forma en que el periodista se comunique con el público se determinará su calidad y capacidad.

Flores, estableció que el concepto del reportero debe entenderse como el intermediario de la noticia, responsable de informar sobre un hecho que resulta importante para la sociedad en general; además de cubrir cierto perfil que permita al reportero ser un sujeto confiable para el público al que habrá de dirigirse, ya que siempre deberá estar dispuesto a buscar, indagar y describir un suceso noticioso que interesa o afecta a un sector específico de un país, estado o población.

Flores Rodríguez, quien también laboró en el Universal, estimó que el reportero siempre será responsable directo de recabar la información y tendrá que estar alerta en todo momento, a cualquier acontecimiento político o social que robe la atención de un grupo determinado de personas, ya sea una figura deportiva, un personaje político o una autoridad eclesiástica.

Añadió que se tiene que estar siempre pendiente y con la mayor concentración posible porque cualquier declaración, acción o movimiento del personaje en cuestión puede ser parte fundamental en el desarrollo de la nota periodística.

Por su parte, José Luis Aguilera, reportero de la agencia Notimex, estableció que la observación personal y minuciosa debe ser un recurso principal en la estructuración de la información, apoyada con una redacción adecuada, un lenguaje sencillo y entendible, que ayude a transmitir el receptor todos los detalles de lo que se haya generado en el acto político o personaje.

Además, dijo, se debe tomar mucho en cuenta la memorización, así como la capacidad del ordenamiento de las ideas, ya que con base en ello, el reportero tendrá mayores elementos de precisión para plasmar su nota. Deberá apoyarse, si es posible, en pequeñas y breves anotaciones que lo orientarán a seguir un orden en la información.

Aguilera, corresponsal de radio ACIR de Morelia, destacó que el reportero debe recoger la información en el mismo lugar del acontecimiento o vía telefónica, para después procesarla y darle una redacción clara y atractiva para los lectores.

Asimismo, el reportero debe contar con un estilo propio e interesante para escribir con la finalidad de retener la atención del lector, lo cual es de gran importancia en la redacción periodística.

El reportero ha de tener presente siempre su marco de referencia, debe saber cuanto sea posible acerca de muchas cosas tan variadas como la música, política, economía exterior y el espacio interplanetario, además debe saber dónde y cómo puede encontrar información de aquellas cosas sobre las que tiene incertidumbre o no conoce muy bien (2).

La principal función del reportero es la de informar, tiene la facultad de ver, oír y aprender, y cuando ha reunido el mayor número de datos, escribe su nota. La influencia que puede ejercer sobre el público depende tanto de su habilidad para escribir o comunicar, así como del tema que escribe.

Existen varios campos de trabajo en que los reporteros pueden desempeñarse, los medios más comunes y conocidos son el periódico, radio y televisión; cada uno de ellos cuentan con tareas específicas que desarrollan de acuerdo con la línea y necesidad propia de su empresa.

Aunque la generalidad de las características principales que debe tomar en cuenta todo reportero son en esencia las mismas, cada uno tiene particularidades que debe seguir para el correcto ejercicio de su profesión.

(2) Ibidem., p. 351.

Asimismo, el reportero constituye la pieza medular de la organización periodística que representa, su trabajo nutrirá las páginas del diario y serán los lectores quienes juzguen su labor.

1.1.1 DEFINICIÓN DEL REPORTERO DE PERIÓDICO Y REVISTA.

El periodismo de explicación tiene que ver directamente con la labor que desempeña el reportero de periódico, según la estimación que hace el profesor español Martínez Albertos, y aparece desde 1945 como el tipo de labor periodística, más adecuadó a la coyuntura política y técnica de la sociedad posterior a la mitad del siglo XX (3).

Fraser Bond, en su Introducción al Periodismo Moderno, señala que el propósito del periodismo fue desde su comienzo informar, añade que en la actualidad el reportero de periódico tiene que cumplir con cuatro razones sobresalientes que justifican su existencia: informar, interpretar, servir y proporcionar recreo (4).

(3) Alberto Delgado, Introducción al periodismo, p.22

(4) Ibidem, p.22

Por su parte, Wilbur Schramm, director del Institute for Communication Research de la Universidad de Standford destaca en el prólogo al libro "La Prensa en los Países en Desarrollo", la importancia de los reporteros de periódicos, en primer lugar porque se ocupan de manera más completa de las noticias para sus lectores, lo cual nunca ha podido suceder con los servicios de radio y televisión.

En segundo lugar, agrega, porque sus escritos y reportes nunca se agotan, pueden volverse a leer o pasarlo a otra persona, o puede servir como medio de consulta convirtiéndose en un medio efectivo para estimular la discusión de los asuntos públicos o de nuevos acontecimientos (5).

El periodismo que suelen practicar los reporteros de revistas, según la estimación que hace Alberto Delgado; tiene unas características distintas a las del periodismo diario.

Establece que los reporteros de las revistas de información general no pueden competir con los diarios en rapidez y anticipación de las noticias, pero si en el tratamiento en profundidad de los temas, en la extensión de los reportajes y en el despliegue gráfico. Escribir para una revista exige más reposo, más documentación, más cuidado. Se tocan temas que, generalmente, son conocidos por el lector, pero que quizá no han sido tratados suficientemente (6).

(5) Delgado, Op. Cit p.35

(6) Ibid. p.23

Asimismo, Delgado, añade que la preparación para el original de una revista no existe la premura del tiempo que tiene el reportero de diario, pero sí mayores exigencias de tratamiento riguroso y documentado, de esa manera se pueden conseguir enfoques nuevos sobre temas conocidos.

El catedrático español, refiere que los reporteros de las revistas de entretenimiento son otra cosa. Aquí lo que cuenta es la presentación gráfica, los titulares llamativos, las entrevistas con personajes populares, las informaciones sobre figuras nacionales del cine, la televisión o los espectáculos.

El profesor Julio del Río Reynaga establece que el reportero de periódico tiene tres ventajas con respecto a los demás medios con los que compete (7).

1. Tiempo. El lector decide el momento en que lee su periódico, sin importarle las interrupciones.
2. Espacio. Suficiente para dar profundidad (llegar a los porqué y para qué del asunto) a lo presentado por radio y televisión.
3. Solidez. Posibilidad de regresar al periódico en cualquier momento y que durará hasta ser destruido.

(7) Julio del Río. El reportaje p. 12

Lo mismo el reportero principiante que el veterano necesita leer periódicos a diario como fuente necesaria de información para fundamentar su conocimiento y fortalecer su propia teoría sobre algún hecho. Esto le permitirá tener una mayor visión acerca de lo que sucede en su ciudad, país y en el mundo entero; no sólo debe concretarse a leer lo que le gusta, necesita leer inclusive lo que no le gusta.

El buen reportero debe armarse de valor, evitar ser tímido y vacilante para indagar hasta el último resquicio posible con el fin de completar la información. En ocasiones se sentirá cohibido, con un mínimo de confianza ante una personalidad, pero siempre deberá tener presente que tendrá que hablar con naturalidad porque no es él quien habla sino su periódico.

Para Javier Araiza, editor de la revista Tiro de equina, la diferencia entre los reporteros de periódico, radio y televisión, estriba en que, pese a que cada uno tiene su mérito, cualquiera puede hablar, pero no cualquiera puede escribir, elemento que además exige capacidad de redactar, darle cuerpo a la nota y hacerla atractiva para el público. "Creo que se requiere mayor capacidad para estar en un periódico escribiendo, que para hablar frente a un micrófono o cámara".

El columnista José Manuel Flores, coincidió en expresar que el periodista de prensa escrita, ya sea de agencia, diario o revista, requiere de mayor preparación para escribir que para hablar, además de contar con una especialización para poder ver y transmitir ángulos que ni el radio, ni la televisión pueden dar a conocer.

Respecto a las semejanzas que existen entre el reportero de televisión y radio, Flores consideró que son diferentes, porque el de radio con el sonido protege su nota. En cambio el de televisión tiene que prepararse para la imagen, tener presencia y estar listo para manejar los momentos psicológicos de la entrevistas, reportaje o el acto que se va a cubrir.

Ricardo Roura, reportero de Stereo Rey, destacó que el reportero de prensa escrita está obligado a investigar más, si se cuenta con el espacio suficiente se tiene la oportunidad de comentar más a fondo y explicar una nota periodística, en cambio, en radio, por la limitación del tiempo muchas veces solamente se utiliza la entrada de la noticia y se ataca la cuestión informativa porque el espacio que se tiene es de 45 segundos hasta dos minutos máximo.

1.1.2 DEFINICIÓN DEL REPORTERO DE RADIO.

A diferencia del reportero de periódico, la radiodifusión ofrece mayores ventajas para poder comunicarse con la gente que no cuenta con la capacidad o educación indispensable para leer noticias impresas como lo señala Jhon F. Newman (8).

El reportero de radio, debe tomar en cuenta que la información que proporcione debe ir unida a la prontitud y estar consciente que ningún otro medio de comunicación puede competir con la radio en la rapidez de informar al público sobre las noticias a los pocos segundos y a veces al mismo instante en que se producen, como lo señala Alberto Delgado en su libro Introducción al Periodismo (9).

Asimismo, el periodista español Delgado, estima que existe una gran ventaja para el reportero de radio y que se llama periodicidad, es decir, la radio ofrece información prácticamente a todas horas, mientras que los diarios se limitan a una, dos o tres ediciones.

(8) Jhon F. Newman, Periodismo radiofónico, p. 14

(9) Delgado, Op. Cit p. 46 y 47

Alberto Delgado, hace referencia a los comentarios de un profesional de la radio española, Anibal Arias, en su libro "Radiofonismo" y que asegura que el reportero debe saber hablar radiofónicamente y enumera las siguientes características:

1. Audacia y vocación informativa.
2. Capacidad retentiva de memoria.
3. Cultura general extremadamente amplia, con dominio absoluto del idioma en toda su perfección.
4. Facultad de improvisación ante el micrófono.
5. Dotes naturales de simpatía, amenidad y salvar por si sólo situaciones difíciles.
6. Dotes de serenidad que impidan emocionarse ante el espectáculo que describe.

Otra ventaja para el reportero de radio es una característica llamada inmediatez que puede ser sinónimo de velocidad y rapidez; es decir, el informador describe el suceso cuando está ocurriendo, o poco después de que ha ocurrido, ya sea el reportero de radio o televisión informa inmediatamente de un acontecimiento como el lanzamiento de un satélite, el resultado de unas elecciones o el desarrollo, jugada por jugada, de un partido de fútbol, mientras

que la misma noticia en un periódico podrá ser leída después de transcurrir varias horas o hasta el día siguiente.

Sin embargo, Miguel Angel Lara, reportero de radio ACIR, señaló que una desventaja que posee el reportero de radio, en comparación con el de periódico, es la fugacidad de la noticia, es decir, las noticias transmitidas por la radio no son permanentes y en el momento que se pronuncian también desaparecen, no es posible dar marcha atrás y escuchar de nuevo a menos que se graben, mientras que en el diario se puede leer el artículo varias veces.

Lara, periodista titulado de la Universidad Iberoamericana, consideró que, por la inmediatez, la radio y la televisión cuentan con ciertas limitantes, sobre todo en el criterio. El periodista de prensa puede lograr mucho más si se lo propone, no así el de radio que puede tener mayor creatividad en las notas, además de aprender de producción radiofónica y poder nutrir sus notas.

El reportero de la radio debe tener los conocimientos necesarios para seleccionar únicamente los hechos significativos y desechar la información innecesaria en un proceso conocido como criterio periodístico que se adquiere a través del adiestramiento y la experiencia, apuntó Lara.

La última característica que parece darle ventaja a los reporteros de los medios electrónicos, es al mismo tiempo, una ventaja y una desventaja, la calidad de la brevedad. Se debe dar a conocer en unos cuantos minutos los principales acontecimientos de la noticia, mientras que el reportero del periódico dispone de espacio necesario para ofrecer información detallada, si el artículo lo requiere.

1.1.3. DEFINICIÓN DEL REPORTERO DE TELEVISIÓN.

Las dos cualidades básicas con las que debe contar un reportero de televisión, para desenvolverse adecuadamente frente a un público más o menos ordinario, son presentación personal pulcra y una dicción clara, asegura Ivor Yorke (10).

Después de algunos tropiezos, el nuevo reportero puede recibir la asesoría de un compañero más experimentado que le ayudará a poner más atención para evitar errores comunes en el desenvolvimiento frente a las cámaras, como son el habla, el lenguaje corporal y el atuendo.

(10) Ivor Yorke, Periodismo en Televisión. p. 105 y 109.

Todos aquellos periodistas que aparecen con regularidad frente a las cámaras deben adquirir un estilo natural de presentación y énfasis. En cualquier caso, lo más importante debe ser la claridad, y su exposición verbal no debe ser tan lenta que resulte irritante, ni tan rápida que resulte atropellada.

El concepto que maneja Miguel Pérez Calderón, experto en el tema y profesor de la Facultad de Ciencias de la Información en España, expone en su libro "La Información Audiovisual", que la televisión es un auténtico medio de comunicación de masas nacido de la conjunción del cine y la radio, lleva un mensaje a las personas que no pueden leer ni periódicos ni revistas (11).

En un libro publicado más recientemente por el mismo autor, titulado "La Televisión", Pérez Calderón, señala que la televisión tiene tres funciones principales claramente diferenciadas como son: la información, cultura y espectáculo. Pero considera con razón, que la información es el capítulo más importante (12).

Asimismo, Pérez Calderón, destaca cuatro cualidades de un reportero de televisión (13).

(11) Delgado. Op. Cit. p.54

(12) Ibidem. p.54

(13) Ibid. p.61 y 62

1. Debe ser capaz de filmar la noticia con conocimiento cinematográfico y técnica informativa, como si montara una película de acuerdo con su propio criterio.

Ejemplo: Nota de la Jornada, 10 de junio de 1997. Por Juan Balboa, corresponsal. San Cristóbal de las Casas, Chis.,- Un enfrentamiento armado entre guardias blancas y miembros del partido de la Revolución Democrática (PRD) en el predio El Porvenir, municipio del pueblo Solistahuacán, dejó un saldo de cuatro muertos, lo cual fue confirmado por autoridades municipales y dirigentes perredistas. Extraoficialmente se habla de dos muertos más.

El hecho ocurrió durante un intento de desalojo que organizó al mediodía del domingo, el propietario del predio, Pacífico Rojas López, quien se hizo acompañar de una docena de guardias blancas. Perdieron la vida por lo menos tres campesinos del perredista Frente Democrático Campesino Popular de Chiapas (FDCCPCH) y dos de los atacantes, entre éstos el caporal.

2. Debe escribir con precisión y estilo, para permitirse leer la noticia en off ante el micrófono o presentarlo con soltura ante la cámara.

Ejemplo: Nota del Reforma, Domingo 8 de junio.- "El Ángel, un monumento cómplice". Por Arturo Sánchez.- Para unos, el ángel dorado de siete toneladas es atractivo turístico, y para otros es punto de reunión, pero para Alfredo Ramírez es fuente de trabajo.

A sus 74 años de edad, don Alfredo ha dedicado 14 a la vigilancia y limpieza de la Columna de la Independencia, monumento cómplice de suicidios, víctima de vándalos y temblores, foro de protestas y festejos, e incluso testigo de escenas lujuriosas.

Se dice que seis personas se han arrancado la vida lanzándose desde sus 32 metros de altura, pero sólo del caso de José Piedad Vargas, fallecido el 13 de septiembre de 1945, existe un registro fiel: sobre la cara de granito que mira hacia Río Tíber, sus familiares lo immortalizaron grabando su nombre y fecha en una improvisada, pero lujosa lápida.

3. Saber entrevistar a la personalidad o testigo en relación con el tema y realizar un atinado comentario sobre el suceso.

Ejemplo: Nota del Financiero, Sábado 7 de junio de 1997. "Nunca He pretendido Educar". Por Guadalupe Reyes.- El único actor que lleva 35 años en Televisa tiene aún más de personificar a Chabelo: 42. Ahora, a sus 60, López sabe que el tiempo pasa y no tiene sucesores. Aunque sabe que su programa y

la empresa para la que trabaja, tienen como único objetivo el entretenimiento, esto no lo ciega y acepta que la educación tiene cada vez más graves carencias.

- En familia, su programa, ¿qué hueco vino a llenar en el núcleo familiar?

- Nunca he tenido pretensión de educador. El programa tiene ese título porque creo que México puede seguir su camino ascendente, a pesar de todo, si tiene unión familiar.

- Dicen que lo difícil no es llegar, sino mantenerse, ¿cómo le hace?

- No sé, es parte de mi completo y mi definitivo amor a lo que hago; del amor a mi personaje.

- En estos 42 años han pasado muchas cosas y los niños se siguen identificando con Chabelo, ¿por qué?

- El Chabelo de hoy no es igual al de hace 40 años. Los niños siguen siendo niños, pero me di cuenta de que si quería seguir haciendo el personaje, tenía que estudiar y mi Universidad han sido los niños al observarlos...

4. El reportero de televisión debe redactar con corrección y soltura, tomando siempre en cuenta las características del medio, es decir, con frases cortas y párrafos breves, además de procurar siempre la claridad y concisión .

Ejemplo: Nota de Excelsior. Viernes 6 de junio de 1997. "En el IFE, personas serias y de calidad moral: AMG". Por Alberto Rocha.- El candidato del PRI a ocupar el gobierno del Distrito Federal, Alfredo del Mazo González, afirmó que es el Partido de la Revolución Democrática el que promueve la cultura del miedo cuando durante todos los días, sin respeto a los derechos de la gran mayoría, se dedica a realizar manifestaciones, muchas de ellas violentas, las cuales paralizan la ciudad. Por el contrario, el Partido Revolucionario Institucional lo que tiene es capacidad de diálogo y voluntad para lograr consensos. La prueba se evidencia en la Reforma Política.

Redacción para televisión.- Alfredo Del Mazo, candidato del PRI al gobierno del Distrito Federal afirmó que el PRD se dedica a promover la cultura del miedo con manifestaciones violentas que paralizan la ciudad, en cambio, su partido busca la capacidad de diálogo y voluntad como se demuestra en la Reforma Política.

En su opinión, Javier Araiza que trabajo para la televisora independiente de Guanajuato, puntualizó que la información en televisión es más fugaz y pasajera, ya que se da a conocer la información o el editorial y adiós, aunque se pueden retener por medio de video, pero no es tan perdurable como en la prensa escrita.

El editor de la revista Tiro de Esquina, considero que es más factible que un redactor se convierta en conductor de televisión, a que el conductor de televisión sea un excelente redactor.

Aseguró que la mayoría de los reporteros que inician una nueva tarea en el trabajo reporteril de una televisora provienen de periódicos, agencias noticiosas o radio, aunque ignoran la técnica más idónea para lograr una buena impresión con su nuevo auditorio receptor.

1.1.4 DIFERENCIAS Y CARACTERÍSTICAS DEL REPORTERO EN LOS MEDIOS.

	PERIÓDICO Y REVISTA	RADIO	TELEVISIÓN
A	Poder de informar.	Prontitud	Presentación.
C	Interpretar, servir y distraer.	Rapidez.	Dicción.
A	Reportajes con profundidad y sin límites.	Periodicidad.	Atuendo.
D		Audacia y Vocación.	Claridad.
E	Medios de consulta.	Memoria.	Enfasis.
M	Mayor extensión.	Cultura Amplia y	Imagen Visual.
I	Despliega Gráfico	Improvisación.	Precisión.
C	Mayor tiempo, espacio y solidez.	Dominio del Idioma.	Estilo.
A			Redactar con corrección.
S			

	PERIÓDICO Y REVISTA	RADIO	TELEVISIÓN
E	Capacidad de redacción. contexto y corrección.	Sonido básico.	Mensajes para todos los que no saben leer ni escribir.
M	Preparación absoluta para escribir.	Tiempo reducido.	Imagen fundamental.
P	Proporcionar ángulos diferentes.	Breve entrada.	Presencia para entrevistar.
I	Mayor investigación.	Fugacidad en la noticia.	Información fugaz y pasajera.
R	Información diferentes.	Destaca sólo hechos significativos.	Comentarios a fondo.
I	Explicación de la nota.	Calidad en la brevedad.	
C			
A			
S			

1.2. MEDIOS EN DONDE SE ENCUENTRAN LAS NOTICIAS.

Tratando de generalizar y refiriéndonos a un medio de comunicación de tipo medio, ya sea periódico, radio o televisión; existe la jefatura de información que se encarga de aglutinar o seleccionar los sectores que proporcionan mayor información o que suelen ser de mayor interés para el espectador común.

En cualquier caso, señala Alberto Delgado, siempre existe el director, como figura responsable, asistido por un director adjunto o un subdirector, quienes tienen la misión de aglutinar información en tres grandes rubros; nacional, local y extranjera (14).

Agrega, que la sección nacional comprende una amplia gama de informaciones, política, económica, laboral, provincias, ciencias, etc. La del extranjero, toda la información procedente del exterior y las crónicas de los corresponsales. La sección local comprende la información del municipio y la diputación, actos culturales, conferencias, sucesos en la ciudad, reportajes de la vida en los barrios y los problemas urbanos, etc.

(14) Delgado, Op. Cit. p.25

Asimismo, se cuenta con un área dedicada a la difusión de los deportes y espectáculos, además de personal encargado de recabar datos biográficos de personajes, estadísticas y temas especializados, etc., como para complementar las informaciones que llegan diariamente a través de las agencias y otros medios.

La consideración que hace Siegfried Mandel sobre la recolección de noticias se refiere a que muchas notas periodísticas tienen su origen en las entrevistas. Pero, asegura que sin duda, los periódicos, la radio, la televisión y las revistas de noticias, necesitan también, en grado considerable, el material que reciben de las gigantescas agencias de prensa (15).

El reportero tiene a su alcance varios medios donde investigar y recolectar información. Tiene asignado cierto número de fuentes que le ayudarán a tener un sector concreto para desempeñar su actividad de una mejor manera y sin perder mucho tiempo en lugares lejanos, es decir, cuenta con oficinas públicas, instituciones privadas, oficinas sindicales, partidos políticos, donde acude en busca de novedades, afirma Salvador Borrego (16).

(15) Mandel, Op. Cit. p.364

(16) Borrego, Op. Cit. pag 33

En términos generales, estima Borrego, lo más seguro es encontrar información fresca en lugares tales como el departamento de policía, tribunales, hospitales, dependencias gubernamentales, oficinas de gremios obreros, oficinas de transportes, organismos religiosos, etcétera.

El reportero que llega y pregunta ¿que hay de nuevo? ", sus posibles informantes seguramente le contestarán que no hay nada, que todo sigue igual; sin embargo, la situación cambia cuando el reportero llega con preguntas concretas como su arma principal y las respuestas pueden derivar en un suceso que vale la pena dar a conocer.

El reportero nunca debe regresar a su redacción con una respuesta negativa en la recolección de noticias, jamás debe decir "no hubo nada", porque debe tener claro que el diario no se publica con partes en blanco y mucho menos con encabezados que digan "ayer no hubo nada de nuevo" (17).

(17) Ibidem.

Cuando el reportero se encuentra bien informado puede obtener buenas noticias sobre asuntos olvidados que ya fueron dados a conocer y que pueden volver a ser interesantes. Puede darse el caso de la construcción del sistema de transporte colectivo que fue noticia cuando se planeó y se inició en un día de crisis informativa, el reportero activo busca datos concretos acerca de las obras que le pueden dar magníficos resultados como la suspensión de los trabajos o el retraso originado por la protesta de los habitantes de una zona residencial.

Asimismo, el reportero que tenga más relaciones amistosas será el que mejor explote esas fuentes informativas, por eso es preciso que conozca desde el conserje hasta el secretario de Estado, ya que difícilmente se puede concebir un reportero sin amigos y conocidos.

Una manera sencilla de localizar rápidamente las principales fuentes de una ciudad consiste en tomar un directorio telefónico y sacar direcciones y teléfonos de las oficinas municipales, del Gobierno del Estado, las dependencias federales, los sindicatos en general, las uniones, alianzas y asociaciones obreras, clubes rotarios, cámaras de comercio, estaciones de ferrocarril, aeropuertos, demarcaciones de policía, clubes recreativos, planteles escolares, partidos políticos y centros científicos.

Se cuenta también con fuentes periódicas como partidos políticos, dependencias federales e instituciones particulares que publican folletos y otros órganos autorizados de propaganda que el reportero debe revisar con regularidad, porque también son fuentes de información como el boletín financiero que publica la Bolsa de Valores, la carta semanal de la Confederación de Cámaras de Comercio y otras muchas publicaciones (18).

(18) Ibid., p.36-37

RECUERDOS AMARGOS.

Una vez en la tranquilidad de su casa, Lalo se dispone a hacer su tarea de matemáticas, pero no logra concentrarse y mucho menos entender las ecuaciones que le dejó su profesor.

Repentinamente su madre lo llama para comer. Sin pensarlo ni reparar en nada se dirige al comedor y cuando se dispone a probar la sopa, nuevamente le invade la nostalgia.

Extrañada, su madre le pregunta qué le sucede.

- Los últimos días he estado pensando mucho en mi papá y me siento deprimido por eso. No sabes cuánto lo extraño, quisiera que estuviera todavía con nosotros.

- Recuerdo perfectamente cuánto nos quería y nos cuidaba.

El fin de semana en que murió me dijo que me llevaría a comprar esos tenis que tanto me gustaban, después iríamos a comer unas sabrosas hamburguesas y visitaríamos a mi tío Pepe que nos había prometido un asado en el jardín de su casa. El domingo nos levantaríamos temprano para ir al estadio y ver el clásico de fútbol entre Guadalajara y América.

- Ahh... En fin, el destino nos preparó una mala jugada...

- Ay Lalo, ya no recuerdes eso que haces que las lágrimas se me salgan, mejor apúrate a comer que la sopa se va ha enfriar. Mira ahí viene tu hermano Pedrol, seguramente salió más temprano de la Universidad.

- Qué bueno, cuando termine de comer le voy a pedir que me ayude con mi tarea de álgebra, no le entiendo nada.

- Hay Lalo, tú siempre tan distraído...

SEGUNDA PARTE.
LA DISYUNTIVA VOCACIONAL.

Lalo de aspecto regordete y movimientos lentos, se encuentra a punto de concluir su tercer año de bachillerato, pero se enfrenta a una gran disyuntiva, elegir su vocación profesional, una tarea de profunda meditación que seguramente le llevará varios días y noches para decidirlo.

Su mirada extraviada y el signo de interrogación reflejado en su rostro preocupan a Maru, su madre, que con extrañeza cuestiona a su hijo sobre el motivo que tiene para quedarse callado repentinamente.

- Otra vez estás deprimido por el recuerdo de tu padre. Olvida eso Lalo, no puedes vivir siempre de los malos momentos.

- No mamá, esta vez no pensaba en él. En dos semanas concluye mi estancia en el bachillerato y tendré que elegir qué carrera continuar, esa es mi preocupación.

Una vez que Lalo explica la inquietud que lo invade, Maru le sugiere continuar con la vocación heredada que apasionaba a su padre Pedro, antes de morir: el Periodismo Deportivo.

Lalo sabe que la responsabilidad es muy grande, pero está decidido a afrontar el reto, los recuerdos gratos le llegan a la memoria: cuando disfrutó con los jugadores más famosos para tomarse una fotografía o pedir su autógrafo ha quedado en el pasado. Ahora deberá ser más serio y ni siquiera podrá manifestar la pasión por su equipo favorito.

Del rincón del closet, Maru ha bajado una caja llena de polvo, enjugándose las lágrimas la entrega, con notable ternura a Lalo quien extrañado pregunta el motivo del lloriqueo a su madre:

"Es el Diario de tu padre, representa la mejor herencia que en vida pudo haberte dejado, seguramente te ayudará a aclarar los pensamientos sobre la profesión que debes estudiar".

Encerrado en su habitación y motivado por el brillo de una estrella reflejada en su ventana, Lalo se dispone a hojear el Diario de Pedro, su padre. Seguramente lleno de anécdotas, experiencias y comentarios que años atrás tuvo la fortuna de compartir con él.

Sin importar las altas horas de la noche, detiene su atención en la especialización del reportero de deportes que comienza a leer con marcado interés.

2. LA ESPECIALIZACIÓN DEL REPORTERO DE DEPORTES.

La segunda temática se enfocará de manera específica y concreta al ejercicio del reportero deportivo en su campo de acción, sus definiciones, características, cualidades, conocimientos, herramientas, fuentes de trabajo y diez recomendaciones que se tienen que tomar mucho en cuenta, para la redacción de los géneros periodísticos.

Javier Araiza, jefe de información en deportes del periódico a colores Estadio, estimó que la especialización resulta necesaria, pues si se quiere dar una cabal información, se debe estar atento sobre ese deporte, ya que resulta muy absorbente y, de lo contrario, se puede cumplir lo que el dicho reza: "el que mucho abarca, poco aprieta".

Araiza, mencionó que el fútbol es el deporte más bonito y espectacular en el mundo, que abarca todos los sectores de la sociedad, por ejemplo, la pasión que se genera alrededor del fútbol, puede juntar lo mismo a un filósofo que a un mendigo y hasta se pueden abrazar si le van al mismo equipo.

Asimismo, aseguró que el reportero deportivo debe contar con una gran voracidad para conocer todo acerca de lo que rodea al suceso noticioso; es decir,

recurrir a los libros y preguntar hasta el mínimo detalle en el desarrollo de algún encuentro.

Se debe crear, dijo Araiza, un estilo propio en la redacción que le ayude a familiarizarse con su público, quien lo juzgará como un experto en la materia de acuerdo con sus conocimientos.

La especialización permitirá al reportero un mejor manejo de la fuente deportiva, que será asignada de acuerdo con la circunstancia, afición o experiencia del periodista. Sin embargo, se le dará mayor cobertura a los deportes con más arraigo o popularidad, con base en su sentido comercial.

Tal situación se presenta con el fútbol que a nivel mundial cuenta con la mayor comercialización; basta señalar que durante los mundiales de este deporte se logran recaudar millones y millones de dólares.

En su oportunidad, José Luis Aguilera, reportero de Notimex y Tiro de Esquina, expresó que a medida que el reportero desempeña su actividad se ve obligado a especializar su trabajo, porque de esa manera reduce su universo en el ámbito deportivo o en cualquier otra área, a tal grado que deberá dedicar mayor tiempo a la difusión y desempeño de la disciplina de su elección.

Asimismo, el reportero deportivo deberá nutrirse de la mayor información posible acerca de los deportes más populares en su región, ya sea el fútbol, beisbol, básquetbol, natación, entre otros, además de conocer a sus jugadores, entrenadores y dirigentes para darle la importancia que requiere su actividad.

Añadió que se debe involucrar lo más posible con los actores principales del deporte a cubrir, lo cual constituye un elemento necesario y recurso indispensable en la búsqueda de la noticia, es por ello que las relaciones públicas merecen un tratamiento aparte y siempre serán un ingrediente extra para ayudarse a elaborar el rompecabezas de la información.

Miguel Angel Lara, reportero de radio ACIR, consideró que el reportero de fútbol puede ser el más especializado, porque es el deporte más popular en el país, el que tiene mayores intereses, el que invierte más dinero; pero aún así, deja mucho que desear por la falta de preparación de los reporteros.

Agregó que muchos periodistas se formaron en la práctica y desgraciadamente, no hay una preparación sólida que conlleve a un periodismo más digno, serio y real, además de luchar por dignificarlo.

En su opinión, el columnista de Ovaciones, José Manuel Flores, estimó que la fórmula que se ha seguido en la formación del periodista deportivo ha sido la práctica; es decir, ocupar un sitio en la redacción de guardia o ayudante en la información cablegráfica internacional y desarrollar la observación de una "entrada" periodística para empezar a ejercerla y presentar la noticia.

Conforme aprende el periodista deportivo, continuó, también tiene que observar el reglamento y desarrollo de cada uno de los deportes, basado en la práctica, el reportero tendrá su formación y como mejor maestro y calificador al lector.

El reportero, aunque haya sido un brillante alumno en su formación académica, en la práctica se encuentra con otra realidad a la que vivió en la Universidad, como el hecho de que "la estrella deportiva" no se deja entrevistar o para sacarle una declaración hay que estar con el grupo de reporteros. Son secretos y recursos que deben ser tomados en cuenta por todos los reporteros, enfatizó el periodista con más de 30 años en el medio deportivo.

Flores, columnista especializado en fútbol consideró que el periodismo deportivo mexicano se transformó en la época de los ochentas y noventas, porque se dieron cuenta en las redacciones de los periódicos que no hay nada mejor que contar con una guía para los periodistas egresados de las universidades que

llegan, obviamente, mejor preparados, pero necesitan enfrentarse a la realidad en el campo laboral.

El reportero deportivo es considerado el periodista más indicado para manejar cualquiera de los estilos y géneros periodísticos, ya que su variedad en la redacción y su creatividad le facilitan manejar alguna otra de las fuentes de información; respecto al mecanismo para buscar y redactar la noticia, aseveró Flores.

Reforzó su concepto al señalar que la especialización ofrece una enorme ventaja, y de acuerdo con las estadísticas, en un 90 por ciento, los periodistas de renombre en Francia, Estados Unidos, Inglaterra y México han tenido su formación en la fuente deportiva o en otra área extraordinaria como es la fuente policiaca.

Asimismo, abundó que los elementos básicos de la redacción se facilitan mayormente para el reportero deportivo, porque cuenta con indicadores más precisos para armar un encabezado y una entrada noticiosa, que nutre con los resultados y elementos más connotados en el desarrollo de un partido de fútbol o en cualquier otro deporte. Además de entender de manera más pronta sus entradas y responder directamente a los tópicos de la información.

El concepto que tengo sobre la verdadera especialización del reportero de acuerdo a la experiencia adquirida, se refiere a que dentro de la fuente deportiva se tiene la necesidad de especializar la actividad, a veces por circunstancias, necesidades de su empresa o simplemente por gusto o afición, y sobre todo, tener vocación y convicción, porque si se hace por mero trabajo no resulta satisfactorio.

La especialización, se logra en la mayoría de los casos con base en los conocimientos y esfuerzos que realice el reportero por estar enterado en torno al ámbito que maneja, tratando de abarcar la mayor información, posible, de manera actualizada, con revistas, libros y periódicos de otras épocas.

Todo esto, ayuda a contar con mayores elementos, antecedentes y puntos de referencias para conocer la evolución que ha tenido el deporte, los protagonistas y actores de esa disciplina, cualquiera que ésta sea.

2.1. CARACTERÍSTICAS DEL REPORTERO DE DEPORTES.

El reportero deportivo cuenta con un campo de investigación más limitado que el reportero general, eso le permitirá tener un área específica de acción y agudizar

su sentido crítico para mostrar su competencia profesional, establece Raúl Rivadeneira (19).

Señala que la ventaja con la cual cuenta el reportero en relación al de información general es su mayor conocimiento sobre la materia; es decir, una especie de todólogo, pues cada deporte cuenta con sus reglas y marcas, además de tener una galería de personajes y un salón de la fama, lo cual desafía al talento más fino.

Los antecedentes y criterio son dos cualidades que caracterizan al reportero de la fuente deportiva, según la estimación que hace Raúl Rivadeneira, quien se refiere a los elementos noticiosos del tema que el periodista tratará y resultan necesarios para entender la problemática sobre la materia, así como un sentido crítico bien fundamentado sobre algún deporte o situación en especial (20).

(19) Raúl Rivadeneira Prada. Periodismo. Teoría general de los sistemas y ciencias de la comunicación, p. 249

(20) Ibidem, p.250

El reportero de deportes cimienta su vocación, la gran mayoría por gusto o afición y un sector más reducido por mero accidente. Todos ellos constituyen la parte más frágil en una mesa de redacción del periódico, pues entre los demás redactores suelen tener un público tan interesado y constante que no permite falla alguna. Las notas deportivas son de las pocas analizadas con detenimiento por los apasionados seguidores que se consideran expertos en la materia, según la estimación que hace Siegfried Mandel (21).

Por su parte, el editor de la revista Tiro de esquina, Javier Araiza, puntualizó que el reportero deportivo debe tener ciertas reponsabilidades en su trabajo, además de un marcado gusto por informar sobre las actividades deportivas a nivel amateur y profesional, que serán su principal fuente de explotación.

Agregó que siempre se tiene que tener como condición fundamental en la actividad periodística el gusto por el deporte, además de honestidad, veracidad y profesionalismo, porque si se está trabajando por un salario nunca se podrá llegar a la excelencia.

(21) Mandel, Op. Cit., p. 523

El cumplir con la primera condición que es el gusto, ya se tiene todo, porque el reportero busca informarse y tratar de ser un erudito en la materia como son los reglamentos, historia, entrevistas, conocimiento de jugadores y deportistas, aseguró Araiza.

Por su parte, José Manuel Flores, manifestó que la única condición que se debe tener es la consistencia, como en cualquier actividad que se realice. Un reportero de deportes tiene que aprender la lección permanentemente y eso requiere mucho espíritu de sacrificio, porque la consistencia es soportar, aguantar y no doblegarse ante todo tipo de situaciones adversas.

Ricardo Roura, reportero de Stereo Rey, señaló que otros elementos que deben caracterizar al reportero tiene que ver con la profesionalización, aquel que se quiera dedicar a la comunicación debe ser una gente preparada, de preferencia universitaria con carrera terminada porque la rama deportiva también debe ser tratada con responsabilidad y de manera profesional.

Miguel Angel Lara, reportero de radio ACIR, coincidió en expresar que la preparación universitaria debe ser básica, el reportero debe ya dejar de ser una persona que se forme en el medio, debe tener una cultura más amplia, no sólo en los deportes sino en todas las esferas de la vida, debe ser muy intuitivo y con un desco ferviente por la investigación, limpio y honesto.

Un gran número de personas son fieles seguidores del deporte y lo primero que hacen, al abrir el periódico, es buscar la página deportiva, ya sea para seguir el caso del peleador Julio César Chávez y su problema de recaudación fiscal o bien conocer la actuación del portero mexicano Jorge Campos con el Galaxy de los Angeles, en el fútbol de los Estados Unidos, aseguró Miguel Angel Lara.

2.1.1 MAESTRÍA Y CONOCIMIENTO DE LAS DISCIPLINA.

Resulta muy posible que los reporteros sean aficionados a uno o más deportes, entonces se debe tomar en cuenta el sentido estricto, además de un amplio conocimiento de los puntos claves dentro de ese o esos juegos. Esto le permitirá tener una cierta maestría sobre otros, aunque en forma reducida, pero maestría de todas maneras.

Deberá contar con ciertos antecedentes que pueden ser técnicos o históricos, lo cual le dará una mayor fundamentación al hecho conocido y tener más elementos fuera del mero suceso informativo, ya que el lector está ávido de conocimientos que le permitan entender de una mejor manera la noticia, no sólo se conforma con lo informativo, también se nutre de los comentarios y en cierto momento tomará el punto de vista del que escribe como suyo.

Para el lector, el reportero debe ser un especialista en la materia y, por ende, el periodista debe contar con un juicio muy amplio, ayudado por un conocimiento adecuado, pues su público lo considera un intérprete y autoridad definitiva en la disciplina.

Mientras el reportero cuente con mayor familiaridad y experiencia en las diversas disciplinas deportivas tendrá mayor facilidad para manejar los méritos y deficiencias del juego y los jugadores.

2.1.2. CONOCIMIENTO DEL CÍRCULO DEPORTIVO.

La expresión que realiza Curtis D. McDougall, establece que el reportero deportivo tiene la obligación de conocer su negocio, en la misma forma que lo hacen los jugadores y los árbitros. Es inconcebible que un reportero no entienda las reglas del juego que está cubriendo (22).

McDougall, añade, que el reportero deportivo no sólo debe comprender el libro de reglas, sobre cualquier deporte, sino que también debe conocer el libro de registros que contiene las estadísticas de lo que cada jugador y cada equipo han logrado en el pasado.

(22) Curtis D. McDougall. Reportaje Interpretativo. P.529

Es decir, agrega, debe conservar en su memoria un archivo de información relacionada con la historia de los deportes y con ello podrá enriquecer su relato en forma considerable y poder comparar a los jugadores de ayer con los de hoy.

El redactor deportivo siempre debe tener presente la importancia de conocer a la perfección su área de acción, manejar al "dedillo" los nombres de los jugadores, entrenadores, dirigentes y seguidores que son las principales fuentes de información de primera mano que están generando la noticia a cada momento.

Se debe acudir a ellos con la mejor disposición y familiaridad posibles, dejar los nervios a un lado y hacerlos hablar sobre aquello que les gusta o disgusta de su deporte, ya sea el entrenador o dirigente y comenzar a procesar el suceso noticioso.

El reportero deportivo nunca debe subestimar su actividad o función social, siempre debe estar abierto a fomentar las relaciones públicas que para todos los medios de comunicación son fundamentales en su funcionamiento, y quizá, tenga que promover acontecimientos tan variados como torneos de fútbol o encuentros atléticos de pista y campo.

2.1.3. HERRAMIENTAS DE TRABAJO.

El reportero deportivo, al igual que el grueso de los reporteros de un periódico, habrá de acercarse todos los instrumentos necesarios para facilitar su trabajo, ya sea, agendas telefónicas, grabadora, cintas de audio, libretas, plumas. Todo ello con la finalidad de captar de viva voz la declaración de protagonistas deportivos y para evitar alguna confusión o falta de elementos en la elaboración de la nota periodística, ya que resulta fundamental tener la reproducción de las palabras vertidas por el entrevistado sobre algún asunto de tratamiento especial.

El reportero de deportes, a diferencia de sus demás colegas, deberá tener un marcado interés en la anotación de estadísticas, marcas y resultados y para tal efecto habrá de acercarse a cada una de las organizaciones deportivas que llevan un estricto control sobre cada uno de sus jugadores, sus números, fechas y logros más sobresalientes durante la campaña en deportes como el beisbol, básquetbol, natación y torneos de atletismo. Además de un archivo personal y apoyarse en una base de datos en la computadora que hoy en día se ha vuelto indispensable.

2.1.4. IMAGINACIÓN Y VISIÓN EN EL REPORTERO.

Francisco Arredondo, reportero de Radio 13 y corresponsal de una cadena estadounidense de televisión, indicó que el reportero siempre debe estar alerta en la observación y buscar las entrevistas para tratar de encontrar el ángulo ideal de la información, dándole sentido y atracción a la noticia que se esconde en la noticia misma.

Enfatizó que la intuición y el conocimiento de lo que se está hablando son primordiales en un reportero, para evitar que el entrevistado te coma. Se debe ser diferente y no soltar la rienda de la información, estar todos los días metido en cada una de las fuentes y aconsejó que para estar bien empapado de la información se debe escuchar la radio por la mañana, ver el televisor por la noche y leer los periódicos al otro día; y eso ayuda no sólo al reportero, sino también como aficionado, lector y radioescucha.

Ricardo Roura, reportero de Stero Rey, manifestó que la imaginación es el principal elemento que propicia en el reportero un sentido noticioso que a la luz del público se torna interesante y atractivo, por ende su sentido de observación le permite mirar una información común y corriente desde otra perspectiva periodística que seduce al lector.

Una visión aguda es otro de los elementos que debe considerar el reportero para conocer la causa en la debilidad o la fuerza de un equipo o jugador, ya que el fracaso o éxito de el mismo dependerá de la exactitud o inexactitud de sus propios juicios, aseveró Roura.

Agregó que el reportero que tenga una mayor perspectiva, tendrá comentarios más atinados y su prestigio podrá escalar grandes niveles como resultado del suficiente conocimiento y del juicio claro sobre alguna situación especial que rodea al equipo, dirigente, entrenador y el jugador.

Finalmente, Roura, puntualizó que el reportero especializado no es simplemente un reportero, es un juez y debe comportarse como tal, pues sus comentarios siempre deberán ser imparciales y nunca exaltarse o dejarse llevar por la pasión de la afición local, lo cual, posteriormente hará sobresalir a la política deportiva como honrada, exacta y sin intereses.

2.2. CUALIDADES DEL REPORTERO.

Julio del Río Reynaga, establece en su libro "El Reportaje" que dentro de la profesión del periodismo existen dos clases de reporteros. Uno es el noticioso que acude cotidianamente a las fuentes de información a recoger los boletines de

prensa o la noticia que se le proporciona oralmente. El producto de su trabajo, continúa, se puede leer todos los días en forma de notas o crónicas noticiosas publicadas en los diarios (23).

Añade que existe otro periodista que por días y a veces por semanas, no se presenta en la redacción del periódico. El producto de su trabajo son esos reportajes que se anuncian con espectacularidad en las revistas y publicaciones diarias.

Del Río Reynaga establece que el reportero debe poseer las cualidades siguientes :

1. Previsor. Ser capaz de intuir próximos acontecimientos, hechos y situaciones.
2. Lector insaciable. Ninguna lectura le será ajena; libros, diarios, revistas, todo será objeto de lectura para él.
3. Espectador avisado. Deberá frecuentar cine, teatro, radio, televisión, conferencias y otros espectáculos.
4. Investigador. Un espíritu de insaciable curiosidad debe sustituir a la indiferencia.

(23) Del Río. El Reportaje. P. 19 y 21.

5. Arreligioso. En el momento de pensar, investigar o redactar su reportaje, estará libre de prejuicios religiosos.
6. Desapasionado. Su única pasión será la verdad.
7. Imaginativo. Utilizará la imaginación para buscar nuevos ángulos a sus reportajes y nuevas ideas.
8. Cordial. El reportero altanero, que exige gritando, se halla muy lejos de la cordialidad.
9. Simpático. Obtiene más resultados favorables el que inspira confianza por su simpatía, que el que obliga a las personas a hablar con amenazas.
10. Audaz. Hay que ir en busca de la información donde esté. El límite: el respeto a los demás.
11. Atento. El reportero deberá estar alerta y con sus sentidos bien despiertos.

Asimismo, el reportero que se precie de serlo deberá tener un marcado gusto por el aspecto deportivo y debe sentir un gran interés por la difusión de las disciplinas deportivas. En seguida debe conocer lo suficiente del deporte que va a escribir, sus reglas cambiantes, su terminología, personajes principales y el papel que representa en la sociedad como intermediario para dar a conocer los sucesos que le interesan.

Se debe estar dispuesto a trabajar largas horas sobre la materia, incluso olvidarse de los paseos de fin de semana y hasta de las convivencias familiares, con la finalidad de lograr la simpatía o acercamiento con los actores principales de la disciplina deportiva.

2.3. FUENTES DE INFORMACIÓN DEPORTIVA.

El reportero de la fuente de información deportiva tiene obligaciones concretas que cumplir diariamente por medio de órdenes de trabajo elaboradas por el coordinador del área. Dichas obligaciones son conocidas también como "sección noticiera o fuente", asegura Siegfried Mandel (24).

De acuerdo con el tamaño del periódico y a la importancia de las fuentes se requerirán del número de reporteros que se encargarán de cubrir las áreas que interesan más al público. Algunas fuentes deberán investigarse personalmente, otras son consultadas por teléfono, todo depende del tiempo, prontitud y distancia que se disponga para obtener la información, además de los contactos adquiridos por la experiencia.

(24) Mandel, Op. Cit., p. 523

Raúl Rivadeneira resalta en su libro sobre periodismo que las fuentes de información deportiva se refieren al tratamiento y difusión de todas las disciplinas físicas que tengan que ver con los deportes, ya sea a nivel local, regional, nacional e internacional y para un mejor tratamiento las fuentes pueden dividirse en: (25).

- Fuentes locales recogidas por reporteros.
- Fuentes nacionales, transmitidas por agencias locales como Notimex, Lemus, etc.
- Fuentes extranjeras, transmitidas por agencias informativas como AP, UPI, Reuter, EFE, Ansa, Prensa Latina, Xinhua, etc.
- Fuentes oficiales, nacionales o regionales, transmitidas por corresponsales. La mayor parte de este material está debidamente preparado y listo para su publicación.
- Fuentes de distintas personas u organismos que transmiten información a través de boletines como Promoción Deportiva del Distrito Federal (PRODDF), Comisión Nacional del Deporte (CONADE), o notas enviadas por correo y fax transmitidas por teléfono o de viva voz, que se encarga de redactar el personal de mesa a las órdenes del jefe de información.

(25) Rivadeneira. Op. Cit. p. 66 y 67

En los años cuarenta, los periodistas añejos, recordó José Manuel Flores columnista de Ovaciones, decían que la fuente de información era considerada una antena, es decir, el contacto o espía que se tiene dentro de una organización, ya sea un equipo de fútbol, empresa o industria que ofrece datos y pequeños "tips" sobre lo que va a suceder en su entorno.

Flores, subrayó, que el periodista se nutre de sus fuentes de información y se significa de acuerdo con las mejores fuentes que tenga, porque el periodismo sigue siendo noticia que determina la capacidad y calidad de un reportero y, la noticia a su vez, surge de una fuente de información.

2.4 FUENTES FIJAS DE INFORMACIÓN DEPORTIVA.

El jefe de información, establece Raúl Rivadencira en su libro sobre Periodismo y las ciencias de la comunicación, espera que las siguientes fuentes informativas le proporcionen por lo menos el 60 por ciento de las noticias de la ciudad, además de instruir a sus reporteros para que recojan las noticias de esas fuentes, señalando diariamente su misión. (26)

(26) Ibidem. p. 67

- Todos los eventos deportivos: futbol, futbol americano, beisbol, básquetbol, boxeo, natación, automovilismo, toros, etc.
- Fuentes institucionales o de Gobierno: PRODDF, CONADE, CODEME, SEP, etc.
- Fuentes que regulan el deporte: Federación Mexicana de Futbol (FMF), Comité Olímpico Mexicano (COM), Consejo Mundial de Boxeo (CMB), etc.
- Fuentes que regulan el deporte internacional: Federación Internacional de Futbol Asociado (FIFA), Comité Olímpico Internacional (COI), Liga de Estados Unidos de Futbol Americano (NFL), Asociación de Basquetbol de Estados Unidos (NBA).
- Fuentes de instituciones educativas o privadas: IMSS, UNAM, IPN, etc.
- Aeropuertos, hoteles, estaciones de radio y televisión, que deben cubrirse como fuentes diversas o en combinación con otras actividades.

Francisco Arredondo, periodista de radio 13, expresó que las fuentes fijas son aquellas que adquieren su carácter fijo de acuerdo con su importancia dentro del contexto deportivo originado por el constante interés que muestra el público receptor.

Apuntó que las fuentes fijas de información son los contactos directos de donde se extrae la noticia; mantener debidamente checada la fuente y tener una relación estrecha con los protagonistas de cada deporte, esto no quiere decir que te

vuelvas un supcranigo, pero se debe cultivar la relación porque en cualquier momento te sacan del apuro.

2.5. ELEMENTOS DE REDACCIÓN PARA ELABORAR GÉNEROS PERIODÍSTICOS.

Salvador Borrego establece que nadie puede enseñar a redactar, lo más que puede lograr es señalar errores y dar consejos más o menos apropiados, aunque el aprendizaje propiamente dicho es tarea personal (27).

Es inútil querer encontrar fórmulas mágicas de redacción que hagan escribir bien de la noche a la mañana. No hay más fórmula que el prolongado y constante ejercicio sujeto a una severa autodisciplina, agrega Borrego.

La firme voluntad de redactar, unida a la propia censura, ayuda notablemente a mejorar, aunque es necesario vigilarse y autodisciplinarse, aconseja Salvador Borrego quien propone los siguientes principios.

1. Es indispensable haber comprendido el tema deportivo que se va a escribir.

(27) Borrego, Op. Cit. p. 39

2. Se debe trazar un pequeño plan de redacción al suceso que se va a dar a conocer, darle un título y entrada breve en forma esquemática y por último, mentalmente. Esto orientará mucho a los reporteros de radio y televisión.
3. Una vez haber obtenido la noticia, se debe buscar lo sustancial del hecho, es decir, el punto medular para poder redactar la " entrada ".
4. Escrita la "entrada" es indispensable leerla detenidamente hasta que la idea sea entendible y esté claramente expuesta, si no se deberá empezar de nuevo.
5. En seguida se deberá apoyar con el resto de la información para armar el segundo párrafo y cuerpo de la nota, en orden de importancia, es decir, de lo más notable a lo menos interesante, sobre todo para el reportero de periódico.
6. Se debe leer cuidadosamente el segundo párrafo para saber si dice lo que se pretende decir y si no se tendrá que repetir hasta quedar completamente satisfecho.
7. Se sugieren armar párrafos que no excedan más de cinco líneas a manera de hacer más rápida y ágil la lectura, con ello se podrá evitar la saturación de datos en un sólo párrafo y una mejor presentación en la plana del periódico.
8. Una vez terminada la primera cuartilla, el reportero se ha percatado que el tema escogido como "entrada" no era la noticia, ya que existe otro aspecto medular, entonces habrá que empezar de nuevo.

9. Al terminar la información el redactor o reportero del diario deberá leerla con la finalidad de encontrar fallas y corregirlas. Se debe ser muy preciso en el uso del lenguaje, manejo de sintaxis y ortografía.

10. Publicada su información al día siguiente, el reportero la leerá de nuevo en busca de las correcciones que se le hayan hecho. Así descubrirá que una idea que trató de expresar en cuatro o cinco líneas fue mejor expresada en dos o tres.

Javier Araiza, editor y responsable de la revista Tiro de Esquina, afirmó que en el periodismo deportivo, actualmente se brinda toda la libertad para redactar la noticia apegada al propio estilo y gusto del reportero, porque actualmente ya no se manejan aquellos cartabones de armar la entrada, cuerpo y desarrollo de la nota, conocido como sistema piramidal.

MEDITACIÓN PROFUNDA.

Fatigado por la lectura, Lalo se deja caer pesadamente sobre la cama con la intención de conciliar el sueño. La jornada ha sido larga, luce cansado y ojeroso. Con la mirada fija en el techo de su cuarto comienza a recordar los momentos felices que pasó al lado de su padre, sobre todo los sábados, los únicos días que podía salir a divertirse con él. Un simple juego de pelota en el parque, visitar a algún pariente o degustar sabrosos antojitos en el mercado de su colonia.

Repentinamente se incorpora impulsado por lo avanzado de la noche. Lalo se prepara a ponerse la pijama con asenuada flojera, mientras medita las palabras de su madre que lo invitan a continuar con la actividad del periodista deportivo.

Sabe que el Diario de su padre es un tesoro en su formación, pero antes debe estar seguro qué camino tomar para dar el primer paso. La profesión no le desagrada pero se siente desorientado y quiere tener la certeza que su afición por el deporte lo llegará a involucrar en el mismo terreno que pisó su papá.

Su interés por el ejercicio periodístico se ha incrementado con la primera lectura del anecdotario de su padre, aunque está dispuesto a continuarla hasta saber si tiene la convicción suficiente para hacerlo.

Por ahora, sólo quiere descansar, pues le espera un día muy agitado. Levantarse temprano para asistir a su clase de lectura y redacción, posteriormente tendrá una hora libre. El momento justo para continuar con la lección del Diario que cada vez se vuelve más interesante.

TERCERA PARTE.
RECOMENDACIÓN OPORTUNA.

Sumergido en la indecisión y desorientación, Lalo, se encuentra ante la encrucijada al agotarse su tiempo para tomar la decisión y realizar su trámite escolar. Mientras tanto, continúa interesado en el diario de su padre que le provoca el regaño de su maestra, aunque finalmente se convierte en una oportuna recomendación.

Son las siete de la mañana, el despertador timbra sin cesar, Lalo se resigna a incorporarse aunque parece ser atraído a la cama por un imán. El agua fría le ayuda a sacudirse la flojera y el sueño. Se alista, desayuna y se dirige a la Preparatoria.

La clase de redacción ha comenzado, pide permiso para entrar, se ha retrasado con 15 minutos. Toma su lugar, saca nuevamente el Diario de su padre y se dispone a continuar la lectura, mientras la maestra expone su clase.

Despreocupado y con desparpajo, Lalo se sumerge en la lectura como atraído por un remolino en medio del desierto, hasta que se ve interrumpido por su maestra quien lo reprende por no estar al pendiente de la clase.

"Prefiero que cuando no vayas a poner atención a la clase mejor no asistas, porque distraes al resto de tus compañeros. Además no voy a permitir que estudies otras materias dentro de mi clase".

Lalo, replica, "pero es que no estoy estudiando ninguna otra materia maestra, sólo leo el Diario de mi padre que cada vez me parece más interesante".

Una vez concluida la clase, Lalo se acerca a Julieta, la profesora para disculparse por su falta de interés. Ella, enérgica pide explicaciones a su alumno.

"Estoy preocupado maestra. Debo elegir en los próximos días el área a la cual tengo que dirigirme para continuar con mis estudios profesionales".

Entiendo, responde Julieta con más tranquilidad, "todos alguna vez atravesamos por ese momento, pero debes tomar en cuenta que tienes que elegir lo que más te gusta hacer y te llama la atención. Aunque te recomiendo que acudas al departamento de orientación vocacional que está saliendo al final del pasillo".

- "Seguramente ahí te sabrán encaminar y te sacarán de tus dudas".

- "Gracias maestra, creo que tiene razón, voy a seguir su consejo. Hasta Luego".

3. EL REPORTERO DE DEPORTES DE UNA AGENCIA INFORMATIVA.

En el desarrollo del tercer capítulo se tratarán de definir y explicar las funciones de una agencia de noticias, para ubicar en un plano concreto al reportero adscrito a este medio informativo gubernamental descentralizado (Notimex) que debe seguir una línea periodística nacionalista y resaltar los actos deportivos organizados por instituciones estatales y dirigentes políticos.

Alberto Delgado Cebrian, en su libro "Introducción al Periodismo", estima que el periodismo de agencia es el más puro, el más difícil, el más sacrificado, el más completo, el más anónimo (28).

En otro concepto vertido por el periodista de la agencia Notimex, José Luis Aguilera, indicó que el reportero de deportes de una agencia noticiosa es visualizado como un especialista en la materia con todos los elementos periodísticos a su alcance para el desarrollo de su profesión.

Sin embargo, declaró que la gran mayoría de la plantilla de reporteros apenas cuenta con la instrucción del bachillerato y su vocación como periodistas deportivos la han continuado de manera empírica, lo cual no ha sido un obstáculo para el desempeño de sus actividades, pero sí en el adecuado manejo de los recursos informativos.

(28) Degado. Op. Cit. p.39

Recalcó que la actividad del reportero deportivo no recibe el reconocimiento que merece, debido a que el material que es publicado siempre aparece de manera anónima, es decir, el crédito no es reconocido como sucede con el reportero de periódico, salvo cuando se realiza material especial o se encarga una misión en alguna provincia o país en el mundo, situación además muy esporádica.

Aguilera, corresponsal de una cadena de radio de Morelia, puntualizó que el reportero de agencia siempre se encuentra apremiado por el tiempo, su actividad tiene cierta ventaja en relación con el reportero de diario, ya que la información que produce ocurre minuto a minuto y pone en alerta a los abonados o suscriptores, sobre algún suceso de importancia que pueda ser la nota del día, la semana, el mes o hasta del año.

Precisó que aunque el tiempo siempre será un enemigo para todos los reporteros de las diversas fuentes, el periodista de agencia, especialmente, tiene una mayor presión al respecto por el hecho que su información debe ser generada lo más pronto posible y estar en constante competencia con el resto de las agencias informativas y medios de comunicación para ganar la nota.

José Luis Aguilera, reportero que laboró en sus inicios para Ovaciones, reconoció que la desventaja para Notimex es muy marcada y desde luego que la tecnología de punta que utilizan las agencias de primer mundo arrasan en la

información, en la disposición de los recursos y velocidad en la transmisión de las noticias que no se puede comparar con la sistematización utilizada por las agencias internacionales o extranjeras.

Asimismo, el reportero deportivo de agencia siempre debe estar pendiente de sus fuentes, incluso en sus días de descanso, debe darle continuidad a los sucesos más importantes dentro de su sector específico de trabajo porque, en la mayoría de los casos, una distracción puede causarle severos problemas de falta de información, es decir, no contar con los suficientes elementos de análisis para opinar o darle seguimiento a alguna noticia de interés público, enfatizó Aguilera.

Recomendó Aguilera, que se debe estar siempre dispuesto a buscar la nota a cualquier hora del día o la noche, sobre todo los fines de semana cuando la información deportiva se incrementa notablemente y los medios periodísticos recurren a los despachos de la agencia noticiosa como elementos de apoyo.

La aparente especialización no existe, ya que el reportero también debe disponer de sus conocimientos y habilidades para cubrir otras fuentes que comúnmente no se tiene acostumbrado hacer, sobre todo cuando se trabajan los descansos de compañeros titulares de la fuente.

3.1 DEFINICIÓN DE UNA AGENCIA INFORMATIVA DE NOTICIAS.

La agencia informativa cuenta con una sede principal que se ubica generalmente en el punto más céntrico de un país. Cuenta asimismo con un centro de documentación o archivo para ayudar a los reporteros y redactores en la ampliación, especificación o justificación de alguna noticia especial que necesita ser nutrida de todos los antecedentes posibles para un mejor entendimiento y acopio del material (29).

El funcionamiento de una agencia de noticias es muy sencillo; consiste en esencia en estar presente en un hecho notificable, darle forma periodística y hacerlo llevar al público lector, radioyente o televidente, pero de una forma indirecta, es decir, a través de la prensa, la radio y la televisión (30).

La noticia llega a la agencia a través de los corresponsales o reporteros desde el lugar de la información. Es pulida, reducida o complementada antes de emitirse a los periódicos y demás medios. En ocasiones se publican tal y como salen del teletipo; otras sirven para la elaboración de una información más amplia sobre un tema determinado (31).

(29) Ibidem, p.40

(30) Raúl Delabre, Las Agencias de Información en México, p. 47

(31) Ibid.

La Agencia Informativa o de Noticias es un organismo cuya finalidad consiste en recoger información y proporcionarla a sus clientes, abonados u organizaciones periódicas con las que tiene convenios de intercambio, estimó Sergio Alejandro Velázquez, jefe de edición en Notimex.

Explicó que las agencias, por su naturaleza informativa, se dividen en agencias informativas nacionales e internacionales. Las primeras recogen la noticia con un sentido estrictamente local y con la finalidad de distribuirla en el territorio propio de ese país.

Mientras que las agencias internacionales proveen información a nivel mundial o internacional, aunque las hay quienes proporcionan la noticia tanto al interior de un país como al exterior, refirió el editor.

Las agencias informativas tienen la ventaja de contar con acceso directo a las fuentes, en el manejo de la información y para la mayoría de los medios representa un servicio auxiliar, aunque también es un mecanismo de centralización y distribución informativa que cuenta con todas las características de las empresas transnacionales.

Velázquez estableció, que las agencias de noticias, en la lucha por captar un mayor número de clientes deben estar provistas de los equipos tecnológicos más avanzados como sistemas computacionales, internet, videocasetas, cámaras

fotográficas y de filmación; además de lo más importante, contar con una concesión para la transmisión vía satélite de la información a sus suscriptores.

Para José Luis Aguilera, una agencia informativa cuenta con sus propios corresponsales en las ciudades más importantes del mundo y, cuando es necesario, designa a sus propios enviados especiales a los principales encuentros mundiales como Juegos Olímpicos, Panamericanos y Copas del Mundo.

Destacó que los corresponsales o enviados asisten al escenario de los hechos y recogen de primera mano la información, la redactan y se procede a enviarse, mediante telex, anteriormente, y por teléfono vía satélite, actualmente, a las instalaciones de la oficina regional del país en donde se desarrolla el evento.

Agregó que una vez recibida la información, en la oficina principal, el proceso que se sigue es similar al de un periódico; es decir, se corrige, se selecciona y se trasmite, de acuerdo con su importancia al área de mayor impacto, ya sea, Latinoamérica, Asia o Europa y en zonas designadas del Caribe.

Aguilera, quien ha sido enviado a Copas del Mundo, Juegos Olímpicos y Panamericanos, destacó que la notable ventaja que ofrece una información que proviene de agencia, es la prontitud para darse a conocer, mientras la plana de periódico dará a conocer la misma noticia hasta el día siguiente, excepto los diarios provistos con ediciones vespertinas que ayudan a resolver esta desventaja.

3.2. EL QUEHACER DEL REPORTERO DEPORTIVO DE AGENCIA.

Respecto a la actividad reporteril que se desarrolla en la agencia informativa, Aguilera, señaló que se debe concretar, en gran medida, a las fuentes asignadas para cada reportero, éste debe estar alerta y dispuesto a escuchar los sucesos más importantes del día. Debe levantarse con la mentalidad despejada y nutrirse de la información más fresca posible a través del radio o la televisión.

La lectura del periódico debe ser su primer orden del día a cumplir, detectar la nota más importante y darle el seguimiento que requiere; además sujetarse a cubrir las órdenes diarias encomendadas por el jefe de información para evitar cruzarse con algún compañero del medio en el mismo centro de información, para ello deberá reportarse muy temprano a su redacción en donde le informarán sobre la actividad periodística que deberá cumplir, señaló el reportero.

Aguilera abundó que las actividades que tendrá a su cargo son muy variadas, de acuerdo con las necesidades del área y con los reporteros que se tengan, tomando en cuenta que muchos descansan entre semana. Entonces, el cuerpo activo de la redacción estará dispuesto a cubrir desde conferencias de prensa, entrenamientos deportivos, crónicas de futbol, hasta sepelios de figuras connotadas en el medio deportivo.

En su opinión, Ricardo Torres, expresó que el reportero de agencia tiene una función similar a la que realiza el reportero de periódico, aunque parece tener mayor ventaja por la celeridad con que genera su información y que podrá llegar a todos los medios de comunicación antes de que el reportero de periódico pueda escribirla.

Agregó que la responsabilidad por cubrir el suceso informativo en el mismo lugar de los hechos debe ser mayor para el reportero de agencia, ya que la mayoría de los medios informativos se nutren de la nota de agencia, máxime cuando los eventos se realizan en un horario nocturno o no se cuenta con algún corresponsal disponible en el lugar del suceso noticioso.

Torres, conocedor en la fuente de toros, aseguró que el reportero deportivo siempre debe trabajar en función de obtener la mayor información posible, ya que las agencias informativas pasan desapercibidas o son despreciadas por los informadores que prefieren dar a conocer alguna nota exclusiva a medios de mayor penetración como la radio, televisión o periódico.

Ante tal disyuntiva, el reportero sólo podrá obtener informaciones exclusivas con base en sus relaciones públicas que debe fincar desde el inicio de su actividad todos los días, aunque eso sólo se puede conseguir con el paso de los

**ESTA TESIS NO DEBE
SER USADA SIN LA APROBACION**

años y a base de insistir con los informadores sobre alguna posible noticia que pueda dar a conocer, aunque aparentemente no tenga nada que decir.

Torres consideró que el reportero de deportes deberá guiar su actividad en un sentido común equilibrado y con una visión aguda sobre la información. Muchas veces tendrá que buscar noticias en fuentes que comúnmente desconoce o que, por lo regular, son áreas que cuentan con escasa información, para tal efecto debe acudir a directivos, entrenadores y deportistas para hablar sobre algún tema en especial.

Una vez obtenida la noticia, indicó Torres, se debe buscar el sentido periodístico o interés de la nota que ayude a ser atractiva a la opinión pública o medios receptores, que decidirán su publicación de acuerdo con el valor y la importancia que puedan ofrecer al lector.

Torres, explicó que el trabajo del reportero de agencia, no sólo debe remitirse a reportar declaraciones de personajes deportivos, sino tratar también de ser analítico y crítico cuando la situación lo amerite para vertir un punto de vista personal que se fundamente en los hechos.

3.2.1 LIMITACIONES DEL REPOTERO DEPORTIVO EN LA FUENTE.

El columnista José Manuel Flores, aseguró que existen muchas limitaciones en el periodismo deportivo que se han convertido en una industria con intereses de toda clase, entonces, las limitaciones se dan en primer término en la libertad de expresión; porque el reportero no puede decir la verdad sobre una "estrella deportiva" pues el medio para el que está colaborando puede tener ciertos intereses con el futbolistas, boxeador o basquetbolista.

Abundó que simplemente se puede tener la mejor nota de la fuente sobre los intereses económicos y políticos que se manejan detrás de un club o personaje deportivo, pero que son obstaculizados por el jefe de la redacción, así sea la nota más extraordinaria, porque se tienen que pasar varios filtros desde el jefe de sección, jefe de redacción, director, corrector y asesor editorial.

Ricardo Roura, subrayó que una limitación muy importante para el reportero son las oficinas y jefes de prensa de los organismos y federaciones deportivas, que aparecen como filtros y mantienen controlada a la prensa, pues más que ayudar al reportero en la obtención de información, lo obstaculizan.

El reportero de deportes, también cuenta con varios obstáculos para el desempeño de su actividad, una de ellas es el hecho de que los reporteros que no

cuentan con una fuente específica de trabajo no pueden ser especialistas en una disciplina deportiva, a menos que la preparación y profesionalización del reportero vaya más allá del mero gusto o afición por ese deporte.

Mencionó que el reportero de agencia no puede estar supeditado a concretar su ejercicio profesional a una sola actividad, porque dentro de la agencia informativa se requiere cubrir otras fuentes de importancia para el medio.

Y resaltó que la exclusividad en el manejo de alguna fuente se gana con el paso del tiempo, mostrando habilidad y conocimiento suficiente sobre el deporte de su elección, para volverse un especialista reconocido por el público receptor.

Asimismo, Roura consideró, que el reportero debe echar mano de su ingenio y habilidad para crear temas de interés periodístico, cuando la fuente no genera la información necesaria para ser tomada en cuenta, tal es el caso del deporte "amateur" donde la información se genera a cuenta gotas y tiene escasa penetración entre el público aficionado, que busca con mayor interés la nota del fútbol.

Por su arraigo y difusión, el fútbol soccer es una de las disciplinas a la que se le dedica mayor espacio en los medios informativos, es indudable que es el preferido de la gente y con mayor aceptación, por ello el reportero debe dedicar la mayor parte de su tiempo a la caza de la noticia dentro del balompié.

Ricardo Roura manifestó que el reportero tiene la disyuntiva de tener que enfrentarse a cubrir deportes de los que no conoce mucho o que no se indentifican con su gusto o afición, esto no debe ser motivo para que la fuente no se trabaje con dedicación y profesionalismo.

El reportero deportivo de agencia, indicó, debe enfrentar serias adversidades, cuando se produce un abrupto cambio de fuente, porque entonces deberá estar empeñado en construir relaciones públicas sólidas que le ayuden a introducirse a la problemática de la disciplina. Todo esto representa una inversión de tiempo para ponerse al tanto de la información y, en muchas ocasiones, se cometen algunos errores de precisión o percepción sobre algún acontecimiento.

Miguel Angel Lara, reportero de radio ACIR, dijo estar en desacuerdo en los cambios repentinos de fuentes, porque se pierde una inercia y continuidad sobre lo que ya se conocía y eso hace que el reportero, nuevamente, vuelva a comenzar de cero y su aparente especialización se hace sin la debida preparación.

3.2.2. LIMITACIONES DEL REPORTERO DEPORTIVO EN EL MEDIO.

Francisco Arredondo, corresponsal de una cadena estadounidense de televisión, manifestó que las limitaciones muchas veces se presentan, para el reportero, dependiendo del medio en el que se desempeña y cuando acepte firmar un contrato de trabajo se deben exigir ciertas cláusulas para ejercer la libertad de expresión por escrito y desempeñarse con libertad y sin compromisos.

Arredondo, reconoció que la principal desventaja que ofrece el reportero deportivo en una agencia informativa tiene que ver con el anonimato entre los informadores e informados; es decir, existe una barrera muy grande del público hacia el informante que le impide siquiera identificarlo, simplemente porque su nota no está firmada.

Por su parte, Ricardo Torres, señaló que otra limitante a considerar entre los reporteros es el manejo de preferencias informativas por parte del informante o fuente, para dar a conocer la noticia a los periodistas de su predilección o confianza, simplemente porque representa un medio de mayor alcance o penetración como el periódico, radio o televisión, medios que garantizan una mayor propagación de la información que les interesa dar a conocer a la opinión pública.

Asimismo, el reportero de agencia es señalado como el "patito feo" y muchas veces debe conformarse con migajas de información o de manera parcial, y en su defecto, esperar la benevolencia de algún "compañero" reportero por compartir la noticia de manera completa y confiable.

Torres, expresó que este hecho tiene mucho que ver con las notas exclusivas que sólo se proporcionan a los medios de mayor penetración, ya sea por los intereses que guardan con ciertos medios y dejan de lado con una parcial versión informativa a medios de menor peso como las agencia de noticias nacionales.

3.3. PROCESO DE INFORMACIÓN DEPORTIVA.

José Manuel Flores, quien fuera reportero de El Universal y Diario de México, explicó que el proceso de información es sinónimo de estar enterado del mundo del deporte que se va a cubrir, es decir, si se trata del boxeo se debe conocer quienes son los posibles rivales del campeón, novatos prometedores, "managers" y promotores.

El proceso se puede definir, según Flores, como el dominio de la rama deportiva, ya sea, para recurrir al masajista, el que vigila la puerta, el doctor y hasta la secretaria pueden ser de utilidad para encontrar la noticia, porque el buen

periodista no es el que está esperando que den a conocer la noticia, sino el que la provoca.

En su opinión, Ricardo Roura de Stereo Rey, estableció que el punto medular en el proceso de información son las fuentes de información que sólo pueden conseguirse con mucho tiempo de trabajo y constancia. Estar al tanto y saber qué es lo que está aconteciendo, leer los periódicos; saber por dónde va la jugada y coordinarse con su propio medio para acudir al sitio del suceso.

Para Miguel Angel Lara, no existe un proceso de información definido, aunque debiera existir para que se homogenizara, porque desgraciadamente la información se copia, es decir, lo que pasa en el periodismo nacional es que una nota se pierde y cuatro meses se vuelve a retomar como la gran nota de ocho columnas, en fin es un proceso muy disímulo, aseveró.

Sergio Alejandro Velázquez, editor de la mesa de deportes, explicó que para aclarar y relacionar los distintos factores que intervienen en la organización de la información, deben señalarse varias etapas de la noticia, desde que se recaba hasta llegar a los receptores o público en general. Los pasos son los siguientes:

1. Apenas ocurre algo digno de publicarse, el reportero debe reunir los datos esenciales de la información, mediante entrevistas y reportajes.

2. Escribir la información, generalmente cuando se vuelve a la redacción, con los datos que ha obtenido. En circunstancias especiales se debe escribir en el sitio del suceso y enviar material al jefe de redacción vía telefónica, con todos los detalles mientras la información es recibida por un redactor encargado de esa labor, en las instalaciones de la oficina central de la agencia informativa.

3. El texto se captura en una máquina computadora, conectada a un sistema interno de procesamiento de información. El material lo supervisa el jefe de redacción o el corrector de estilo para su revisión o encabezado, se corrigen los errores y se pule el material, si es necesario.

4. El jefe de información o de redacción mantiene un estricto control de las notas que se elaboran en la jornada diaria, se identifican por el encabezado, nombre del reportero y el responsable en la corrección de estilo dentro de una bitácora.

5. Posteriormente se indica la velocidad con que debe transmitirse la noticia y se manda vía satélite a los abonados o receptores que han adquirido el servicio.

FIRME DECISIÓN.

Lalo encuentra la respuesta a sus inquietudes, luego de la explicación que recibe del orientador Anselmo, quien le ayuda a entender la función del periodista deportivo, además de entregarle un folleto con información acerca del tiempo de duración de la carrera, número de semestres; materias y los planteles donde se imparte la carrera.

El panorama se aclara para Lalo que refuerza su inquietud y su gusto por las Ciencias de la Comunicación, la cual cuenta con un vasto campo de acción, ya sea dentro de la publicidad, mercadotecnia, radio, televisión, agencias informativas o departamentos de comunicación social, además de las diversas áreas en donde se vuelve necesaria la comunicación, como en información general, política, cultura, espectáculos, deportes, entre otras.

Con la enorme responsabilidad a cuestas y la intención de continuar el camino que antaño su padre eligió; y que tuvo que verse obligado a abandonar por un capricho de la muerte, Lalo reafirma sus convicciones y se muestra seguro para emprender un nuevo camino en su vida.

En adelante Lalo tratará de sacar provecho de todo el material bibliográfico y periodístico que alguna vez su padre tuvo oportunidad de coleccionar; siempre con la firme intención de honrar su memoria y hacer nuevas propuestas dentro del periodismo deportivo.

CUARTA PARTE.
LA ELECCIÓN FINAL.

El día de la elección ha llegado, Lalo se encuentra más presionado y tenso que nunca, dos exámenes finales por presentar, una exposición y tareas del resto de sus materias.

Enormes filas de alumnos, próximos a concluir el bachillerato, se aglomeran en los pasillos, esperando que abran las ventanillas de servicios escolares y poder cumplir el requisito para asegurar su lugar a la siguiente fase estudiantil dentro de la Universidad, mediante el pase automático.

Lalo también ha tenido que aguardar más de 30 minutos para recibir su forma y elegir el plantel de su preferencia, además de dirigirse al área tres: Económica administrativas donde es inscrita la carrera de las Ciencias de la Comunicación.

Un consuelo muy grande embarga a Lalo, en adelante se olvidará de la odiosa materia de las matemáticas que le causó muchos problemas durante el ciclo escolar, aunque tuvo la oportunidad de encontrarle un ángulo interesante para su estudio bajo la instrucción de su profesora Margarita.

4. CONCLUSIONES GENERALES Y PROPUESTAS.

El cuarto capítulo que da finalización al trabajo tiene que ver exclusivamente con las propuestas personales y conclusiones generales sobre el reportero de la fuente deportiva; sus perfiles, características, limitaciones y posibles soluciones para mejorar cada vez más la actividad periodística en los deportes.

Asimismo, se incluyen las conclusiones y propuestas que inquietan a la mayoría de los reporteros entrevistados, quienes a diario se enfrentan a la dura labor de reportear y que también se preocupan por mejorar y dignificar su trabajo, con el ejercicio de la profesión periodística.

1. Parcial especialización.- La disyuntiva principal que se presenta con el reportero de deportes se refiere, en primer término a que la especialización existe de forma, aunque no de fondo; es decir, la especialización se da por el hecho de cubrir una fuente específica que tiene que ver con un área determinada. Esta se da de por sí, por el simple hecho de dedicarse al deporte.

La especialidad de fondo en la fuente existe de manera condicionada por el tiempo y la habilidad, factores que regulan el desenvolvimiento del reportero en su entorno periodístico.

La aparente especialización de una fuente se da por las relaciones y conocimiento que tiene el reportero de la disciplina deportiva, el hecho de contar con todos los elementos del manejo de reglas, conocimiento de la problemática del deporte, su estructura funcional y, sobre todo, las relaciones públicas como punto medular en la obtención de información.

Resulta fundamental señalar que la verdadera especialización se da por el conocimiento y tiempo que el reportero asignado tiene dedicado a trabajar en la fuente. De lo contrario se presentan mayores problemas en la obtención de la información y el reportero se ve obligado a actualizarse e involucrarse con los actores principales de la disciplina.

2. Propuesta de especialización. Ricardo Roura, reportero de la estación de radio Stereo Rey, aseguró que la afición y gusto que tenga el periodista sobre algún deporte en particular ayudará en gran medida a conseguir la especialización y le facilitará su trabajo.

Precisó que lo ideal sería la especialización por disciplina, pero por las condiciones y necesidades de cada medio, en el periodismo en nuestro país se debe entrarle a todo, desde la "A" de atletismo hasta la "Y" de yakismo, se debe tener conocimiento de todos, pero por afición personal e iniciativa propia buscar especializarse.

Abundó que existen posiblemente dos caminos para lograrlo, el primero la especialización propia de cada periodista comprando libros, periódicos; y quizá el punto medular, contar con el apoyo del medio en el que se desenvuelve mediante la especialización más profesional con alguna beca o posgrado en universidades.

Asimismo, Roura recalcó que se debe conocer la producción de programas, conocimientos de mercadotecnia, porque la mayoría de los medios subsisten gracias al apoyo de la publicidad y los patrocinadores, y si se quiere tener una especialización completa se debe recurrir a este rubro.

A su vez, Miguel Angel Lara, propone para la especialización de los reporteros de futbol una instrucción con entrenadores, preparadores físicos y jugadores, "porque la mayoría no sabemos de táctica, técnica y hace falta una retroalimentación y nutrir al periodista que es el menos interesado y eso es algo muy grave".

José Manuel Flores, asegura que las universidades, actualmente, deben ajustarse a la idiosincracia del periodismo mexicano que difunde en un 90 por ciento la materia deportiva, porque ahora cualquier revista o medio sabe que si no tiene una sección de deportes no funciona, es decir, el lector sigue siendo cautivo en ese terreno.

La especialidad sobre la disciplina se determina con base en la dedicación y constancia que el reportero tenga con la fuente. El tiempo que se dedique a la difusión del deporte, no sólo horas o meses, sino años; ya que para considerarse un especialista en la materia deportiva, sea cualquier deporte se debe tener, por lo menos, dos años de experiencia en la disciplina.

El tiempo constituye una inversión de largo plazo, en que el reportero finca sus bases para un mejor entendimiento de reglas, estadísticas, estatutos y manejo de relaciones públicas con dirigentes, entrenadores y jugadores; fuentes principales de información.

Sin embargo, ante las necesidades cambiantes de los medios informativos, se debe contar con una segunda fuente de especialización, como opción alternativa que ayude a ampliar el universo de posibilidad para desempeñarse dentro de los medios de comunicación.

Entre mayor preparación tenga el reportero y cuente con una mejor especialización, se hará más necesario su trabajo en un medio informativo y tendrá mejores opciones para desempeñarse dentro del ámbito deportivo en la disciplina de su gusto y predilección. Quizá no sólo en un periódico, agencia o medio de difusión electrónico, sino también en alguna revista especializada o dentro de alguna asociación o liga deportiva de su competencia.

3. Escasa preparación académica.- De acuerdo a las opiniones vertidas por los entrevistados, en la gran mayoría de los medios informativos, sobre todo en los periódicos, revistas y agencias informativas, el grado de estudios académicos es escaso y aunque en menor grado prevalece la vieja vanguardia de periodistas empíricos que a base de errores y tropiezos han aprendido el difícil oficio del diarismo.

Un aprendizaje parcial y mínimo se contraponen a la ética periodística, en cuanto al criterio y manejo de recursos de redacción, que pone en tela de juicio al órgano periodístico, que si no fuera por la función que desempeñan los editores, exhibiría abiertamente las carencias de los reporteros.

Todo ello basado en que la mayoría de las redacciones periodísticas, agencias de noticias y medios de comunicación en general y quizá un sector minoritario del cuerpo de redactores y reporteros apenas cuentan con la instrucción secundaria y en el mejor de los casos con algunos semestres del bachillerato.

Asimismo, la falta de una preparación académica, genera vicios que impiden un periodismo objetivo, parcial y bien fundamentado, pues en muchas ocasiones, las notas generadas por los "periodistas empíricos" carecen de una buena sintaxis, redacción y expresión de ideas, que permitan la orientación del público receptor.

4. Obligatoria la Instrucción académica.- La preparación académica resulta básica y fundamental en el desarrollo periodístico, ya que con base en ello se contará con mayores elementos de análisis, apoyo literario y de redacción para el mejor manejo de los recursos periodísticos.

La instrucción diaria y la actualización de seminarios en materia de periodismo y redacción, además de conferencias y encuentros académicos con periodistas de otras empresas del país y a nivel internacional, podrán ser un elemento enriquecedor que permita una mayor profesionalización del reportero.

Considero que ante las necesidades de constante cambio en el periodismo, sobre todo en cuanto a las tecnologías que necesariamente se manejan, se debe instruir al periodista semestralmente en el manejo de cursos de redacción, relaciones públicas y disciplinas deportivas para los nuevos aspirantes y reporteros en el ámbito deportivo.

Asimismo en el estudio de computación y los paquetes más apegados al desarrollo periodístico para contar con una base de datos propia y confiable para el reportero, además de tenerlo actualizado en el manejo de Internet y en la traducción de idiomas.

5. La fuente fija corrompe.- El reportero de Radio 13, Francisco Arredondo, puntualizó que una especialización en un sólo deporte causa enfermedad y cerrazón en el reportero orillándolo a buscar el embute o "chayo", y eso puede evitarse o tratar de erradicarse cuando se sucede el cambio de una fuente a otra.

Agregó que se debe ser variable y crear un sistema para que los reporteros de todas las fuentes puedan ser rotados, sin perder de vista lo que sucede con la fuente que alguna vez cubrió y esto sólo se puede lograr con la lectura diaria de periódicos y mantener el contacto con las fuentes informativas que pueden ayudar en momentos de crisis informativa.

Debido a los numerosos vicios que se generan entre los reporteros con la permanencia de fuentes de información, sobre todo el "embute" y la falta de un periodismo apegado a la realidad, el periodismo actual exige una mayor democratización en este sentido.

6. Designación temporal por fuente.- Sería ideal que se le asignarán a los reporteros dos fuentes fijas por un tiempo determinado y una fuente opcional, quizá un año a dos dentro de esa disciplina deportiva y posteriormente cambiarla con el resto de los reporteros para evitar vicios tan marcados.

Asimismo se lograría una mayor exigencia al reportero en la obtención de la información; es decir, tratar de obligar al reportero a cubrir con apego y dedicación sus fuentes y tratar de evitar limitarse a las informaciones de boletín o comunicados de prensa.

El cambio o rotación de fuentes parecería una paradoja en la búsqueda del reportero por la especialización, sin embargo, éste ejercicio ayudaría en gran medida a erradicar malos hábitos en el periodismo.

Pasar información entre los colegas sin asistir a los actos, es uno de ellos, lo cual genera una falta de credibilidad y confiabilidad en la información que muchas veces aparece desvirtuada o con imprecisiones que, generalmente, confunden a la opinión pública, por las versiones encontradas.

Una óptima solución para el reportero será contar con una especialización, por lo menos, y buscar e insistir en una segunda, con la finalidad de evitar encasillarse en un sólo deporte y tratar de sacar la plurifuncionalidad del reportero en otras áreas. De esa manera su profesionalización se hará mayor y su servicio necesario e indispensable en una mesa de redacción.

7. El anonimato del reportero de agencia.- El reportero de agencia dedica la mayor parte del tiempo a eventos deportivos, conferencias de prensa,

entrevistas con deportistas y dirigentes. La nota periodística que realiza sólo es reconocida e indistinguible con las siglas del reportero para tener un control interno de las notas generadas.

Sin embargo, ante los demás medios de comunicación y la gente del ámbito deportivo, el reportero permanece anónimo, es decir, su trabajo se torna limitado y con algunos obstáculos de los informantes por vertir información, además de que el informante se vuelve reacio y desconfiado ante los reporteros de nuevo ingreso que son poco o nada conocidos para él. Este elemento será otro reto más para el reportero quien buscará ganarse su confianza y simpatía, en momentos de apuro o ayuno informativo.

8. Reconocimiento para el reportero de agencia.- El trabajo del reportero deportivo se facilitará más y tendrá mayor lucidez, si por el contrario, se le otorga un mayor crédito, como el hecho de aparecer su firma o nombre en la nota, como sucede en las revistas, diarios, radio y televisión.

Asimismo, el incentivo económico sería un factor más poderoso de motivación para el propio reportero, pues es innegable la pésima remuneración que reciben los profesionales de la comunicación, en gran parte de los consorcios periodísticos que otorgan dádivas por prestar sus servicios y muchas veces ni siquiera se paga en los primeros meses de prueba.

Resulta necesario desmitificar la imagen del reportero deportivo que en muchas ocasiones es observado como un personaje "todo poderoso" y privilegiado por el hecho de convivir con deportistas y jugadores famosos en el entorno deportivo.

Se debe resaltar que, muchas veces, los informantes o famosos utilizan los servicios del periodista con un sentido egocentrista de incrementar y promover su popularidad a cambio de una amistad interesada y con la finalidad de ganar terreno con los seguidores.

9. Necesario el periodismo de investigación.- El reportero deportivo se convierte en una especie de informador o cronista de los sucesos, se vuelve necesario pero, a cambio, se reduce cada vez más su campo de trabajo, ante la necesidad de informar a la opinión pública de manera amplia y completa, por eso el reportero debe recurrir a la investigación que es poco fomentada en los medios, debido en gran medida a la celeridad con que deben formarse sus planas y al poco tiempo disponible.

El periodista investigador debe hacer un trabajo más dedicado y desgastante, por el hecho de tener que consultar libros, periódicos y todo el material posible para agotar todas las líneas de información disponibles, contar con mayor tiempo, talento arraigado y profundo para hacer de la noticia un reportaje de sentido y

fundamentación que, seguramente, dará grandes satisfacciones personales y profesionales cuando se cumple el objetivo.

Todo conlleva siempre a enaltecer el espíritu reporteril del periodista, quien ante la cerrada competencia que enfrenta, debe superarse y profesionalizarse en el sector deportivo que también exige y reclama este tipo de periodismo de fondo, observación y seguimiento.

10. Taller de periodismo deportivo.- Resulta necesario y urgente ante la ignorancia y alejamiento que tiene un amplio sector estudiantil de las ciencias de la comunicación, la creación propiamente de un taller que tenga que ver directamente con el estudio profundo del periodismo deportivo.

El columnista deportivo José Manuel Flores, alguna ocasión propuso a las autoridades de la propia Universidad Nacional Autónoma de México y como profesionalización de los egresados del periodismo, que las clases fueran impartidas en los mismos periódicos y se contara con alguna materia práctica desde el primer semestre en un acuerdo entre la Universidad con las empresas periodísticas.

"Esto seguramente ayudaría a los propios reporteros para que aprendieran en el campo de acción, quizá algo similar a lo que realizan los médicos que

actualmente son enviados desde el segundo semestre a hacer su labor de observación en los hospitales".

Flores, explicó, que la Universidad debería contratar a los Jefes de redacción de periódicos, revistas, radio o televisión para que en la misma redacción se le impartieran clases a los alumnos, enseñarlos a armar las órdenes, cubrir eventos de última hora, porque todo eso no se aprende en los libros y actualmente muchos jóvenes universitarios les han presentado un periodismo lejano a la realidad.

El taller debería contemplar necesidades apegadas a la amplia preparación del futuro reportero deportivo en los géneros de opinión del periodismo, como la crónica, artículos de opinión, reportajes y ensayos; así como tener cimentadas las bases para preparar a los futuros comentaristas y locutores de radio y televisión.

El programa de estudios en todas las universidades debe estar abierto a buscar la integración del taller de periodismo deportivo como materia optativa y que tenga los suficientes elementos de preparación y calidad que el alumno, dentro de la carrera de ciencias de la comunicación está buscando.

Dicha preparación fomentaría en el alumno su verdadera vocación y le ofrecería elementos de preparación suficientes para incursionar en el campo laboral y profesional dentro de la difusión y estudio del deporte en México, posteriormente, cada uno de los egresados tendrá la oportunidad de elegir la

especialización en el deporte de su preferencia o que responda a su necesidad económica.

11. Erradicar vicios en el periodismo.- El periodismo ha sido considerado erróneamente como un trabajo productivo de grandes remuneraciones, en donde el periodista se convierte en cómplice de las corrupciones más terribles como el "embute" por su afán de enriquecimiento; además de que la gran mayoría de los jóvenes egresados lo ve como un medio para hacer dinero, según la estimación que hacen los periodistas entrevistados, quienes consideran que el periodismo es una carrera de apostolado y vocación.

El futuro periodista debe tener una formación académica real, en cuanto al entendimiento de que la ética del verdadero periodismo requiere de una convicción que orille a defender los propios ideales, y actualmente, ya no se defienden los ideales, sino se defienden los medios, aseguran los entrevistados.

Sin embargo, es urgente evitar compensaciones por "debajo del agua" que aunque no tengan la finalidad de distorsionar la verdad sobre los hechos, hacen ver un periodismo amañado y poco claro. En por ello, que la gran reposabilidad radica en las empresas periodísticas para otorgar salarios decorosos y justos a la labor que desempeña el reportero y evitar caer en tentaciones con una excelente remuneración económica.

VACACIONES MERECIDAS.

Las vacaciones han llegado para Lalo que pacientemente espera la respuesta de la Universidad, para conocer el plantel en el que encaminará su vocación dentro del periodismo deportivo. Mientras, tendrá el tiempo suficiente para disfrutar de sus espectáculos favoritos, asistir a los estadios y observar el desempeño de su equipo favorito: el Necaxa, aunque también le gustan los duelos de básquetbol y las competencias de atletismo y gimnasia.

El tiempo que le queda disponible, lo destinará también a continuar la lectura y profundizarse en las experiencias personales de su padre quien, desde los 16 años, se dedicó al periodismo y, aunque no tuvo estudios académicos, supo sobresalir en el medio deportivo hasta llegar a coordinar el área respectiva en una agencia de noticias (Notimex).

El diario que le heredó, sin duda, será su mejor consejero para conocer y tener una idea del mundo periodístico del deporte, su entorno, las peripecias que se tienen que vivir, las anécdotas y todo el cúmulo de experiencias que su padre tuvo a bien plasmar en su breve biografía, que dejó como legado futuro a sus hijos, antes de que la muerte llegará repentinamente para arrebatarse la vida y truncar sus múltiples deseos de continuar despuntando en el apasionante mundo del diarismo.

Fin.

BIBLIOGRAFIA

1. Amestoy Alfredo. El reportero. Editorial Madrid: Rialp. 204 p.
2. Borrego Salvador. Periodismo Trascendente. Editorial Jus. México 228 p.
cuarta edición.
3. Baena Paz Guillermina. Instrumentos de investigación. Tesis profesionales y trabajos académicos. Editorial Editores Unidos Mexicanos. México 134 p.
4. Calvimontes Jorge. El periódico. Tercera Edición. Editorial Trillas. México ANUIES 1990. 131 p.
5. Delgado Cebrián Alberto. Introducción al Periodismo. Proyecto MT-62 Alhambra. España.
6. Eco Humberto. Cómo se hace una tesis ? Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Editorial Gedisa-México. 267 p.
7. González Reyna Susana. Manual de redacción, investigación documental. Editorial Trillas. 214 p.
8. Hohenberg John. El periodista profesional: guía para el reportero moderno. versión de Victorino Pérez. México, editorial Letras. 510 p.

9. Ibañez Brambila Berenice. Manual para la elaboración de tesis. Editorial Trillas, México 186 p.
10. MacDougall Curtis. Reportaje Interpretativo. México. Editorial Diana. 1983. 606 p.
11. Mandel Siegfried, Periodismo Moderno. Universidad de Colorado, México 1965. Editorial Letras. 776 p.
12. Mejido Manuel. El camino de un repotero. México, Grijalbo, 332 p.
13. Reynaga Julio Del. Periodismo Interpretativo; El reportaje. Edición dos. Quito, Ecuador. 347 p.
14. Rivadeneira Prada Raúl. Periodismo, teoría general de los sistemas y las ciencias de la comunicación. Editorial Trillas, Yukalpeten 1975. 97 p.
15. Rojas Avendaño Mario. El reportaje moderno: Antología. México. Una. 228 p.
16. Schmelkes Corina. Manual para la presentación de proyectos e informes de investigación (Tesis). Editorial Harla, México 213 p.
17. Stanley Johnson. El reportero profesional. Un tratado general sobre periodismo complementario. México. Editorial Trillas, 1966. 315 p.
18. Taborga Huascar. Cómo hacer una tesis 2. Editorial Grijalbo. México 220 p.

19. Trejo Delabre Raúl. Las Agencias de información en México. Editorial Trillas. México 1989. 70 p.
20. Velarde Hernán. El reportaje. Lima, Perú. Editorial Arica, 179 p.
21. Vivaldi Martín. Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo, análisis diferencial. Madrid. Paraninfo. 362 p.
22. Yorke Ivor. Periodismo en televisión. Editorial Limusa. 1994. Traducción Claudio Ardisson Pérez. México. 251 p.

ENTREVISTAS.

1. Aguilera Magaña José Luis, reportero de deportes de Notimex y corresponsal de radio ACIR de Morelia.
2. Araiza Arredondo Javier, Jefe editor de la revista Tiro de Esquina.
3. Arredondo Francisco, reportero de radio 13 y corresponsal de cadena estadounidense de televisión Prime Deportivo.
4. Flores Martínez José Manuel, columnista del periódico Ovaciones.
5. Lara Miguel Angel, reportero y comentarista de programas deportivos en radio ACIR.
6. Roura Ricardo, reportero de deportes de stereo Rey.
7. Torres Rangel Ricardo, reportero de deportes de radio Red y Notimex.
8. Velázquez López Sergio Alejandro, editor de deportes de Notimex.