



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

MANUAL DE REDACCION Y MANEJO DE CAMARA PARA  
CORRESPONSALES NACIONALES DE TV AZTECA

**T E S I N A**

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

**P R E S E N T A**

**VERONICA CHAGOYA HERNANDEZ**



ASESORA: MTRA. ELVIRA HERNANDEZ CARBALLIDO

MEXICO, D.F.

2002



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.

A mi hijo, Juan Luis

Envío a la Dirección General de Bibliotecas de la  
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el  
resultado de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Verónica Chagoya  
Alvarado

FECHA: 22 Nov 02

FIRMA: Verónica Chagoya Al

### **Agradecimientos:**

**A Dios**, por haberme permitido llegar a este momento llena de felicidad con la bendición más grande que pudo darme: mi hijo Juan Luis.

**A mis padres, Antonieta Hernández Figueroa y Roberto Chagoya Copado**, por sus enseñanzas, cariño, sacrificios y entrega, mil gracias

**A Juan Luis Marín**, mi esposo, por su apoyo incondicional y por ser la parte que complementa mi vida.

**A mis mejores amigas y compañeras**, que para fortuna mía, son mis hermanas: **Tania y Mayra**, por compartir conmigo cada alegría y llorar cada fracaso. Gracias hermanas

**A mis otros "hermanos" Rosalia, Alejandro y Patricia Hernández Figueroa**, por creer en mí, cuidarme y apoyarme siempre. Mil gracias

**Muy especialmente a mi asesora, Maestra Elvira Hernández Carballido**, por su lucha constante durante más de tres años para poder concluir esta tarea

**A María Dolores Nieves, Samuel Prieto, Raúl Rodríguez, José Ponce y Daniel Ruiz**, por su información, comentarios, propuestas y colaboración en la elaboración de este trabajo

**A los corresponsales nacionales de TV Azteca**, porque este trabajo está pensado en ellos y para ellos.

**A mis compañeras de generación Corina, Adriana y Lety**, por las horas de esparcimiento y sana diversión en las jardinerías de la facultad, por su apoyo incondicional y para que esto sirva de ejemplo y se animen también a concluir su enseñanza

**Con mucho cariño para Roxana Alba**, porque por su insistencia, pude concluir este ciclo en mi vida

**A Tere Hernández, Ángeles Mariscal y Tere Sánchez**, porque también su apoyo fue importante para la culminación de este proyecto y por estar conmigo siempre.

**Por último, a todos aquellos familiares, amigos y compañeros que contribuyeron en mi formación personal, familiar, académica, intelectual, laboral y profesional, y que en este momento se escapan de mi memoria. Muchas gracias.**

## ÍNDICE

|                                                                                       | Pag. |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Introducción                                                                          | 1    |
| 1. La importancia del manual en una organización                                      | 5    |
| 1.1 La comunicación organizacional                                                    | 5    |
| 1.2 Tendencias de comunicación que emplea una organización                            | 9    |
| 1.3 La importancia del manual                                                         | 11   |
| 2. Los corresponsales nacionales de TV Azteca                                         | 16   |
| 2.1 La televisora                                                                     | 16   |
| 2.2 Fuerza Informativa Azteca                                                         | 18   |
| 2.3 Los corresponsales                                                                | 22   |
| 3. Manual de redacción y manejo de cámara para corresponsales nacionales de TV Azteca | 29   |
| 3.1 Generalidades                                                                     | 29   |
| 3.2 Redacción                                                                         | 33   |
| 3.3 Operación                                                                         | 41   |
| Conclusiones                                                                          | 47   |
| Bibliografía                                                                          | 52   |

## INTRODUCCIÓN

Las noticias en televisión no son como las de prensa escrita o las de radio, en las que un solo reportero con una computadora o una pequeña grabadora puede producir un reportaje completo.

Éstas tienen la ventaja de que su capacidad de comunicación sobrepasa incluso, a la de la prensa escrita porque mientras que la palabra impresa requiere que el lector ponga toda su atención, el reportero de televisión tiene el apoyo del video que muestra la información digerida. Desde este punto de vista, sólo queda desarrollar una capacidad de síntesis que sea capaz de contar una historia en pocos minutos sin dejar fuera datos importantes así como lograr acaparar la atención del televidente.

Un manual es un escrito que contiene lo más sustancial de una materia; es un documento en el que se recoge y resume lo fundamental. Específicamente, es un documento que contiene en forma breve, clara y ejemplificada, la parte más accesible y práctica de un conocimiento aplicado.

Por otra parte, desde los inicios de la televisión los corresponsales han sido pieza importante en los espacios informativos. Estos reporteros del extranjero y los estados iniciaron sus transmisiones por medio de llamadas telefónicas. Ellos narraban lo que estaba pasando en otro punto del país o del mundo. Cuando se tenía la oportunidad de obtener imagen, los videocassettes llegaban a su destino por medio de mensajería vía terrestre o aérea.

Sin duda, los avances tecnológicos en los medios de comunicación han logrado mejoras en la información. En el caso especial del corresponsal de la televisión, la rapidez para enviar información e imagen avanza día a día y con ello se obtiene un trabajo más eficiente y oportuno.

Ahora el corresponsal puede enviar la imagen que su compañero camarógrafo o que él mismo grabó en el momento en que se dan los hechos noticiosos y la transporta por medio de señales vía microondas o satélite en cuestión de minutos.

El presente manual tiene como fin la reorganización de la oficina de estados de TV Azteca y la elevación en la calidad de la información periodística que envían los corresponsales nacionales.

Y es que el sesenta por ciento de la información de un noticiario proviene del interior de la República; por ello, el deber de instruir y orientar a los reporteros de los estados a redactar mejor, a grabar con los encuadres correctos y sobre todo, saber reconocer lo que es noticia, problema que presentan la mayoría de los corresponsales.

Se trata de TV Azteca porque ahí colaboré en la elaboración de un breve Manual de redacción para corresponsales que realizó la ex Jefa de Corresponsales en 1997, María Dolores Nieves. Posteriormente, el siguiente Jefe de Corresponsales, Samuel Prieto Rodríguez, escribió el "Manual de operaciones para la oficina de información de los Estados, corresponsales y enviados especiales" que aunque incluye los lineamientos básicos para el reporteo y la redacción no abarca el manejo de cámara y producción.

El presente manual pretende señalar los estándares establecidos por la Dirección de Noticias de esta televisora y porque a diferencia de Televisa, el equipo de corresponsales es nuevo, tendrá a lo máximo seis años. En cambio, en Televisa los corresponsales trabajan desde hace casi 20 años, por lo que es en TV Azteca donde se necesita un manual que organice y distribuya el trabajo tanto de la oficina central en México, como el de los propios corresponsales.

En este documento se establecen los procedimientos, sistemas y métodos que podrían aplicar y respetar los corresponsales nacionales, en cuanto a redacción y manejo de cámara de televisión se refiere, además incluye las actividades y funciones propias de la televisora.

El redactar, como lo señala Martín Vivaldi, significa compilar o poner en orden, en un sentido más preciso. Consiste en expresar por escrito los pensamientos o conocimientos ordenados con anterioridad. Por ello el reportero necesita conocer lo más perfectamente posible los útiles de su trabajo: las palabras y el lenguaje, mientras que el camarógrafo deberá dominar la técnica de la cámara, iluminación y grabación del sonido.

La base de este manual radica en los libros sobre redacción periodística, y aunque no abarca la totalidad de los géneros, sí explica cada uno de los formatos que en TV Azteca se manejan. La cuestión técnica de la cámara de televisión la trabajé apoyada en el curso teórico-práctico que se imparte a los camarógrafos de la empresa.

En el primer capítulo explico la importancia del manual dentro de una organización, las tendencias de comunicación que ésta emplea, sus definiciones y características. En el segundo describo el trabajo de los corresponsales nacionales de TV Azteca, su área de noticias y la propia televisora.

Finalmente, en el tercer capítulo desarrollo el manual de redacción y manejo de cámara para corresponsales nacionales de TV Azteca, haciendo énfasis en los elementos con que cuenta el reportero de los estados para respaldar su trabajo televisivo, para darle ritmo a la información y volverla atractiva.

De esta forma, la información enviada por los reporteros de los estados será sólo aquella que tenga como característica principal la precisión y la calidad y sabrá que sus materias primas básicas serán la información clara y por supuesto, el video.

Como ya se mencionó, el equipo de corresponsales de la "Televisora del Ajusco" es nuevo, la mayoría de ellos son jóvenes de entre 18 y 35 años, y de ellos, sólo el 50 por ciento estudió una licenciatura en ciencias de la comunicación, por lo que es necesario un manual de redacción. De ese 50 por ciento que son periodistas, el 20 por ciento no conoce la cámara de televisión y resulta inútil un trabajo de reporteo cuando la imagen no sirve de ahí que también sea importante un manual de manejo de cámara portátil de televisión.

En conclusión, el principal problema que enfrentan los corresponsales de TV Azteca es que no saben redactar, y los que saben redactar no saben "camarear". Recordemos que un corresponsal es un reportero y un camarógrafo al mismo tiempo. Lo mismo debe saber encontrar una buena nota como encontrar la mejor imagen. Debe escribir y plasmar la noticia tanto en un papel como en una cinta.

Por ejemplo, es común recibir textos de los corresponsales como este: *"Las fuertes lluvias castigaron fuertemente la región de la Costa chica de Guerrero"*, donde utilizan la misma palabra varias veces, lo correcto sería así: *"Las lluvias de las últimas horas afectaron la región de la Costa Chica de Guerrero"*.

O párrafos como éste:

*"Ante los hechos, la Procuraduría de Justicia del Estado puso atención sobre este abuso de autoridad y se ordenó una investigación a fondo para que si los policías amedrentaron a la viejita sean denunciados para que se les aplique"*, en donde se escribe más de una idea y resulta confuso. Lo ideal es que fuera de esta forma: *"La Procuraduría de Justicia del Estado inició una investigación sobre el caso y aseguró que se castigará a aquellos policías a quienes se les compruebe su participación en lo hechos."*

Por ello, el manual que presento incluye los temas básicos del reporteo, redacción y operación de la cámara de televisión. Además, describo los estándares que establece la empresa a todo reportero y por supuesto a los camarógrafos.

También incluye ejemplos de las notas de los mejores reporteros y consejos que los camarógrafos con mayor experiencia dentro del canal recomiendan a los corresponsales. Además se señalan los errores más comunes de los textos que envían los reporteros de los estados, es decir, los corresponsales nacionales.

La importancia de escribir un manual de redacción y manejo de cámara es que se necesita un documento sustentado en teoría y práctica periodística además de las técnicas en cuanto al manejo de la cámara de televisión se refiere, que guíe a cada uno de los corresponsales, dentro del amplio universo del reporteo.

Por otro lado es importante señalar la existencia de una tesina titulada "Los corresponsales nacionales de TV Azteca" de Norma Julieta Prado Ramírez, que aunque describe el área de información de estados y las deficiencias en la organización del personal que trabaja en las instalaciones de TV Azteca México,



no incluye aportaciones sobre redacción y manejo de la cámara portátil de televisión.

Y en vista de que no existe en hasta el momento en TV Azteca un documento o archivo que explique tanto la redacción como el manejo de la cámara portátil específico para corresponsales, es necesaria la elaboración del presente manual.

# 1. LA IMPORTANCIA DEL MANUAL EN UNA ORGANIZACIÓN

En los estudios de la comunicación ha surgido una especialidad denominada comunicación organizacional. Entre sus líneas de estudio se encuentra la comunicación interna de la empresa o institución que entre sus objetivos tiene integrar en forma absoluta al empleado a las metas de la organización en la que labora, crear un sentimiento de orgullo por pertenecer a ella, fomentar la participación del personal en diversas actividades y ayudar tanto al personal de nuevo ingreso como al que ya forma parte de ella a integrarse de manera plena a la misión que dicho espacio laboral tiene. Para todo esto existen diversas tendencias de comunicación, entre ellas el manual.

## 1.1 La comunicación organizacional

El reconocimiento al estudio y existencia de la comunicación organizacional ha ido en aumento en los últimos años. Un ejemplo de ello es el nuevo plan de estudios de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, donde es una de las cinco opciones de áreas terminales que especializan en un campo a los estudiantes de las ciencias de la comunicación. Esto representa un reconocimiento a su importancia.

En efecto, desde hace algún tiempo en diversas organizaciones ha sido necesaria la presencia de profesionales capaces de diagnosticar, planear y producir estrategias de comunicación que permitan el flujo e intercambio de información en beneficio de una empresa o institución, ya sea privada u oficial.

En México uno de los pioneros en la academia fue Abraham Nosnik <sup>(1)</sup>. El investigador y académico define la Comunicación Organizacional de la siguiente manera:

Aquella que dentro de un sistema económico, político, social o cultural se da a la tarea de rescatar la contribución activa de todas las personas que lo integran operativa y tangencialmente y busca abrir espacios para la discusión de los problemas de la empresa o institución esforzándose por lograr soluciones colectivas que benefician al sistema y que lo hacen más productivo.

Por su parte, María Antonieta Rebeil<sup>(2)</sup> especifica que la comunicación organizacional permite precisar con detalle la misión, visión y filosofía de las instituciones dándole así un papel más específico y concreto a los usos de la información que se dan en ella y su efectividad puede planearse más y mejor que

1) Nosnik, Abraham, "El papel del investigador de la comunicación en la práctica de las organizaciones", en Sanchez Ruiz (comp.), La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas. Universidad de Guadalajara, México, 1988, p. 241

2) Rebeil, Corella María Antonieta y Ruiz Sandoval, Reséndiz Celia (coordinadoras), El poder de la comunicación en las organizaciones. Editorial Plaza y Valdés, México, 2000, p. 22

con respecto a los usos que hacen de la información tanto sus públicos internos como externos. A su juicio, la comunicación organizacional es una disciplina que se preocupa por todo tipo de organización.

Otra estudiosa del tema, Celia Ruiz Sandoval<sup>(3)</sup> considera que la comunicación organizacional es el proceso que ocurre en un sistema complejo como lo es una organización, donde los elementos principales son los seres humanos. Ella especifica que los individuos dentro de una organización están inmersos en diferentes ambientes desde las relaciones interpersonales hasta la influencia que ejercen sus valores morales y culturales para aceptar los "valores institucionales" como propios.

Desde esta perspectiva puede entenderse que en una organización existe un sistema de valores compartidos y creencias que interactúan con la gente de una empresa o institución. El fundador o dueño de dicha organización tendrá interés en que la gente que trabaje para él comparta o respete ese sistema de valores por lo tanto buscará la estrategia necesaria y los medios idóneos para difundir los mensajes específicos que hagan saber a su personal desde la manera en que deben comportarse en sus áreas de trabajo hasta aspectos culturales que los hagan respetar o acoplarse a su trabajo para que la empresa trabaje en un clima laboral que la beneficie en todos los sentidos. Bien señala G. Goldhaber <sup>(4)</sup>, un autor clásico del tema:

1. La comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que es influenciado, o influencia el medio ambiente.
2. La comunicación organizacional implica mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y su medio empleado.
3. La comunicación organizacional implica personas, sus actividades, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades.

Sin duda alguna, la comunicación organizacional lleva un proceso que va desde identificar los objetivos generales, los modelos de comunicación en el interior de la empresa, en el exterior los medios o canales, tipos de comunicación, entre otros. Por lo tanto, la comunicación organizacional se origina de algunas organizaciones por mantener a su personal motivado e integrado a cada uno de sus elementos, además de crear un ambiente de cordialidad laboral en la obtención de satisfactores económicos.

Dentro de una organización una óptima comunicación se traduce en productividad, el reto de las organizaciones actuales es mantener a todo el personal informado, capacitado y motivado para el logro de los grandes objetivos estratégicos de la compañía.

3) Ibidem p. 84

4) Goldhaber, G., Comunicación Organizacional, Diana, México, 1989, p.89

En la comunicación organizacional destacan las siguientes funciones:

1. Apoyo a la producción. Implica cualquier actividad de la comunicación relacionada directamente con la realización del trabajo central de la organización. Se ocupa de la eficiencia, racionalidad y cuidadosa programación de actividades de los bienes y servicios y se orienta hacia la producción.
2. Apoyo a la innovación. Existen dos tipos generales de innovación: de la organización y en la organización. La primera se refiere a los productos y la segunda lo que requiere un cambio en el comportamiento del individuo.
3. Mantenimiento del clima organizacional. Se refiere a lo que afecta el mantenimiento del autoestima de los individuos, de las relaciones interpersonales con otros miembros de la organización y el mantenimiento de las propias funciones de producción e innovación.<sup>(5)</sup>

Por su parte, Carlos Fernández Collado<sup>(6)</sup> especifica que las funciones de la comunicación en las organizaciones pueden sintetizarse de la siguiente manera:

1. Producción y regulación:
  - a) Determinar metas y objetivos
  - b) Determinar las áreas problema
  - c) Evaluar el rendimiento
  - d) Coordinar funcionalmente las labores interdependientes
  - e) Determinar las normas del resultado del rendimiento
  - f) Dirigir, decir a las personas cómo ejecutar una orden, desarrollar procedimientos y políticas
  - g) Guiar e influir
2. Innovación
3. Social de mantenimiento.
  - a) Todo lo que afecte la estima de los miembros
  - b) Relaciones interpersonales en la organización
  - c) Motivación para integrar las metas individuales y los objetivos organizacionales

No queda duda que la finalidad de la comunicación organizacional es ayudar a una empresa o institución a desarrollar sistemas de información que le permitan coordinar mejor sus actividades a favor del incremento de la producción, buscando la cohesión entre sus miembros. Es en sí misma un detonador de los procesos de cambio que pueden darse dentro de la organización y cuyo objetivo es hacerla eficiente y competitiva.

Por lo tanto, reafirmaremos que la comunicación organizacional es un conjunto de procesos, sistemas y conocimientos bajo normas racionales que tienen como

5) Rincon, González Juan Andrés, "La comunicación organizacional: redefinición de una profesión en el siglo de la comunicación por computadora", ponencia, abril de 1998, Tlaxcala, México.

6) Fernández, Collado Carlos: Comunicación Organizacional, México, Trillas, 1997, p.35

propósito elevar la eficiencia de la comunicación de las empresas con sus públicos interno y externo para lograr sus objetivos. Horacio Andrade señala que en esos mensajes se intercambian varios niveles y de diversas maneras, lo que hace posible la existencia de un fenómeno rico y complejo que es precisamente la comunicación organizacional. Esta, según el autor, puede dividirse en:

1. Comunicación interna
2. Comunicación externa

La primera toma en cuenta a toda la comunidad que conforma a la organización desde su interior, su objetivo básico es conseguir la implicación de los distintos componentes de la empresa o institución en una filosofía global de la misma. "El éxito de la dirección de la entidad depende de la capacidad de motivar a las personas, logrando con ello incorporar la creatividad, el compromiso, el talento de cada individuo."<sup>(7)</sup>

Por lo tanto, la comunicación interna solamente atañe al público que conforma la organización porque da a conocer los mensajes que especifiquen, convoquen o comprometan a cumplir los objetivos que garanticen el desarrollo individual y el trabajo conjunto que se desarrolla en la empresa o institución. Puede fluir de determinadas maneras:

- Formal. Cuando la información es de carácter oficial y tiene la finalidad de mantener al personal actualizado sobre las políticas y directrices de la empresa.
- Informal. Son mensajes que se dan sin control estricto, el ejemplo más significativo de esto es el rumor.
- Descendente. Es la que fluye de arriba hacia abajo, de superiores a subordinados, su carácter es formal.
- Ascendente. Surge de los niveles bajos hacia los altos. Gracias a ella los jefes pueden enterarse de lo que piensa o siente el personal.
- Horizontal. La información fluye de manera lineal, entre personas con el mismo nivel jerárquico.

Como puede observarse, la comunicación interna se caracteriza por la emisión de mensajes de todo el personal que forma parte de la organización, desde la alta dirección hasta los puestos más sencillos. Su objetivo es especificar, convocar y hacer cumplir los objetivos y valores de la empresa u oficina. Su óptima realización posibilita la calidad que la organización necesita para desarrollarse con éxito.

En tanto, la comunicación externa se refiere a todos aquellos que tengan contacto con la organización sin pertenecer a ella, es el público externo que por algún motivo debe tener contacto con la organización y pueden ser: clientes, medios de comunicación, proveedores o sindicatos. A juicio de Fernández Collado, la

- 7) Bornman, Ernest; La comunicación, un problema de la organización Moderna, Bilbao, 1974, Deusto, P. 112

comunicación externa se auxilia en los siguientes aspectos: Publicidad, Propaganda y Relaciones Públicas.

En ambos tipos de comunicación pueden utilizarse diferentes medios, los cuales serán especificados en el apartado siguiente.

## **1.2 Tendencias de comunicación que emplea una organización**

El comunicador organizacional debe tener acceso a diversos medios para poder desarrollar una comunicación interna y externa. La Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO) indica que son los siguientes:

### **a) Medios gerenciales**

1. Comunicación interpersonal. Es la mejor manera de que la dirección se comunique directamente con sus empleados. Toda comunicación cara a cara es un proceso que implica a la parte racional como emocional de las personas. Un jefe que intenta charlas con sus empleados puede ejercer cierta simpatía o actitud positiva en ellos.
2. Entrevistas. Representan una excelente forma de resolver dudas y problemas existentes pero requieren de tiempo.
3. Recorridos por el lugar de trabajo. Permiten a los directivos acercarse y conocer a su personal.
4. Reuniones informativas. Permiten un genuino intercambio de información, opiniones y puntos de vista. Garantizan absoluta retroalimentación.
5. Asambleas. Reuniones con un mayor número de público que puede servir para ofrecer información y discutir temas de interés general.
6. Cursos de capacitación. Es un servicio que puede prestarse al resto de los organismos de la empresa para que puedan desarrollar eficazmente sus funciones propias.
7. Eventos sociales. Para convivir de una manera más informal con su personal pueden organizarse desde desayunos o cualquier tipo de evento que provoque un contacto más humano entre los integrantes de una empresa.

### **b) Las nuevas tecnologías**

1. Fax. Facilitó el envío de documentos de manera inmediata y eficaz con el uso de un aparato y una línea telefónica. Representaba la oportunidad de enviar cartas, memorandos o boletines de una manera más afectiva a los integrantes de la empresa.
2. Celulares. Permiten la localización inmediata y una comunicación oportuna entre directivos de una misma jerarquía, directivos y empleados.
3. Correo electrónico. El uso de la computadora conectada a una línea telefónica hizo posible el envío de mensajes en algunos segundos a

cualquier sitio. Actualmente numerosos profesionales se comunican por este medio ya sea para transmitir textos o imágenes.

4. Internet.

c) Los electrónicos

1. Películas y videos. Permiten transmitir con mayor eficacia los mensajes empresariales y han conseguido reducir el tiempo que invierten los clientes y el profesional al condensar en breve espacio una descripción más confiable y eficaz sin protestas y pueden verse infinidad de veces.
2. Diapositivas y transparencias. Se utilizan muchas veces como sustitutos de los filmes y pueden resultar tan interesantes como ellos.
3. Rótulos, carteles y carteleras. Son la forma más antigua de emitir mensajes, son frecuentes en las empresas y generalmente se relacionan a consejos y sugerencias relativos a temas de cierta trascendencia como la seguridad en el trabajo, la importancia de la puntualidad, el cuidado de la salud, entre otros.

d) Los tradicionales impresos

1. Periódico de la empresa. Es uno de los métodos más utilizados y privilegiados de las empresas. Es considerado un medio rico y flexible que puede representar una tribuna de expresión del personal, fuente de unión y la manera de comunicar a la dirección con sus empleados, suscitar un sentimiento de pertenencia y solidaridad en el interior de la empresa.
2. Boletín. Es una publicación interempresarial destinada a determinadas categorías profesionales y sirve para que ese grupo reciba información constante acerca de temas concretos de inmediato interés. Tiene como objetivo fundamental instalarles a participar en algún plan concreto, dar a conocer el planteamiento de una determinada categoría de empleados sobre algún aspecto o explicar planes o normas de acciones nuevas.
3. Informe anual. Es un resumen de la labor desarrollada por la empresa a lo largo del año, se señala la trayectoria de las actividades realizadas o los antecedentes y consecuencias previsibles. Hay diferentes tipos de informe: los de circulación exclusivamente interna y los de circulación externa.
4. Memorandos. Es un documento interno que se emplea como sustituto o complemento de la comunicación directa y generalmente sirve para suministrar información o dar órdenes. Garantizan el contacto entre directivos.
5. Tabloneros de anuncios. Representan la forma más tradicional de hacer que un mensaje llegue a un gran número de personas rápidamente y a bajo costo.
6. Cartas personales. No son comunes pero representan una forma individual de enviar mensajes de los directivos a sus empleados. Hacen que el trabajador se sienta distinguido y pueda representar un valor especial que lo motive.

7. **Síntesis informativa.** Puede abarcar todas las informaciones que sobre la empresa aparecen en los medios. Permite a los altos ejecutivos disponer de un documento que los informe sobre la imagen externa de la empresa.
8. **Manual para empleados.** Surgió como un medio para proporcionar a los empleados, principalmente a los nuevos, la información básica que pudieran necesitar sobre la labor en la empresa. Es un instrumento básico para la consecución de las buenas relaciones con el personal de la organización. Por lo común representa la más completa de las informaciones que los compañeros de una institución pueden facilitar a una persona recién incorporada.

Este último será en el que nos centraremos en la presente tesina. A continuación precisaremos sobre esta forma de comunicación en una organización.

### 1.3 La importancia del manual

Sabemos que toda empresa requiere desarrollar y perfeccionar técnicas que en ocasiones han rebasado sus propios límites para convertirse en aplicables. Y por el desarrollo acelerado de la técnica de la comunicación, el mejor medio para perfeccionar estas técnicas resulta el manual, que es la suma total de las características para comunicar la estructura de la propia empresa, los planteamientos de sus políticas de operación y la descripción de los procedimientos a seguir.

Según la Enciclopedia de la Comunicación, de manera concisa se considera al manual como un libro en que se compendia lo más sustancial de una materia. Por su parte, el Diccionario de la Lengua Española lo describe como un libro en que los hombres de negocios van anotando provisionalmente y como en borrador las partidas de cargo o dato.

George R. Terry dice que Manual es una forma sencilla, directa, uniforme y autorizada de presentar la información que trata de los deberes y responsabilidades de un empleado, los reglamentos bajo los cuales tendrá que trabajar y las políticas y prácticas de la empresa".<sup>(8)</sup>

En tanto, para Lourdes Munich Galindo el manual es un documento detallado que contiene en forma ordenada y sistemática, información acerca de la organización de la empresa.

Otros autores, como Erherbert J. Chruden y Arthur W. Sherman<sup>(9)</sup> refieren que la finalidad de un manual es ofrecer una descripción actualizada y clara de las

8) R. Terry, George y Franklin; Principios de Administración. Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V. p.102

9) Chruden, Erherbert J. y Sherman, Arthur W., Administración de Personal, Editorial C.E.C.S.A., 1997, p. 258



actividades contenidas en cada proceso, por lo que concluyen, un manual nunca debe darse por concluido y completo, ya que debe evolucionar junto con la organización.

Por ello podemos concluir que un manual es aquel documento que contiene la información, instrucciones, políticas, procedimientos y organización que se consideran elementales para la mejor ejecución de un trabajo.

En las ciencias sociales pueden describirse cinco tipos de manuales:

- Manuales de Historia de la empresa
- Manuales de Organización
  - Generales de Organización
  - De Área o Específicas
- Manuales de Políticas
- Manuales de Procedimientos
- Manuales de Bienvenida

El presente trabajo está dedicado al manual de organización y de éste se hablará más adelante. Enseguida se mencionarán brevemente los demás.

El manual de historia de la empresa, como su nombre lo indica, contiene los datos históricos y de creación de la propia empresa, cambios de administración, inversiones, además de que destaca los logros más importantes.

Por otra parte, el manual de políticas reúne todas estas actitudes de la dirección acerca del modo en que deben conducirse las operaciones bajo su jurisdicción. Tiene que ser del conocimiento pleno de todo trabajador que se vea en la necesidad de tomar decisiones para que éstas sean acordes con las políticas que deben servir de marco y guía.

En este tipo de manual, las políticas "deben figurar debidamente clasificadas y ordenadas por funciones, adicionadas de una interpretación adecuada que aclare las posibles dudas que puedan surgir con respecto a su aplicación en la práctica y, además, el señalamiento de cursos de acción a seguir para los casos de excepción más frecuentes".<sup>(10)</sup>

En cambio, un manual de procedimientos recopila las instrucciones emitidas con el fin de uniformar los métodos a seguir en el desarrollo de las tareas individuales, y cuya repetición conduce al logro del objetivo fundamental de la empresa.

Este tipo de manuales se requieren cuando una rutina de trabajo es llevada a cabo por varias personas, en etapas sucesivas, dependientes una de otra y que pueden afectar negativamente el resultado último.

10) Miranda, Vanegas Ofelia Teresa; La importancia del manual de organización para la empresa. Tesis, UNAM, México 1996, p. 66

Los manuales de bienvenida incluyen un mensaje para recibir al trabajador recién contratado que al integrarse a la empresa, constituye un miembro importante para la organización. En este se incluyen también breves datos históricos de la compañía.

Este tipo de manual "se integra básicamente con extractos de algunas políticas y de algunos procedimientos llamados también reglamentos, tomados de sus respectivos manuales, tiene la doble ventaja de ahorrar tiempo al Departamento de Personal por un lado y por el otro dar al personal la seguridad con respecto a instrucciones o información que quizá no haya podido captar debidamente de la simple expresión verbal del funcionario que lo contrató". <sup>(11)</sup>

Lourdes Munich por su parte señala que de acuerdo a su contenido pueden ser:

- De políticas
- Departamentales
- De bienvenida
- De Organización
- De procedimientos
- De contenido múltiple
- De técnicas
- De puesto

Ahora bien, cabe destacar las principales características del manual. Para empezar debemos saber que la elaboración de un manual se justifica cuando la empresa, más aún, los directivos de la empresa comienzan a tener dificultades en conocer las actividades y finalidades de los departamentos.

Raymond Nickerson en su libro Enseñar a pensar señala las siguientes características del manual:

- Satisface las necesidades reales de la empresa
- Cuenta con instrucciones apropiadas de uso, manejo y conservación
- Facilita la localización de las orientaciones y disposiciones específicas mediante una diagramación que corresponda a su verdadera necesidad
- Hace uso racional y adecuado por parte de los destinatarios
- Goza de adecuada flexibilidad para cubrir diversas situaciones
- Tiene un proceso continuo de revisión y actualización
- Uniforman y controlan el cumplimiento de las funciones de la empresa
- Delimitan actividades, responsabilidades y funciones
- Aumentan la eficiencia de los empleados, ya que indican lo que se debe hacer y cómo se debe hacer

11) Ibidem, p. 68

Por su parte, Lourdes Munich señala que las principales características son:

- Son una fuente de información, pues muestran la organización de la empresa
- Ayudan a la coordinación y evitan la duplicidad y las fugas de responsabilidad
- Son una base para el mejoramiento de sistemas
- Reducen costos al incrementar la eficiencia

Ahora bien, el manual de organización, al que se refiere el presente trabajo, explica los detalles más importantes de la organización y generalmente incluye la finalidad de cada elemento de la organización, la declaración de funciones y un glosario de términos utilizados.

En general, este tipo de manuales incluye

- Los objetivos generales de la empresa
- Las políticas generales, nombres de áreas o departamentos y puestos
- Procedimientos de organización
- Responsabilidades de los altos niveles
- Funciones
- Cartas de organización
- Descripción de puestos
- Descripción de actividades
- Introducción y objetivos del manual
- Historia de la empresa

Por otra parte, los manuales del tipo departamental contienen los objetivos generales de la empresa, los del departamento de que se trate y, los de sus secciones básicas. Señalan también las políticas y normas generales de la empresa y del departamento correspondiente, la reglamentación de los aspectos de coordinación interdepartamental, el análisis de puestos y gráficas de proceso y de flujo.

Estos tienen la ventaja de que describen el funcionamiento de un departamento en particular, se emplean para dar instrucciones en él, presentan el flujo de trabajo, delimitan funciones, actividades y responsabilidades y son una fuente de consulta y un medio de adiestramiento.

Sin duda, el manual es el medio de comunicación más eficiente con que cuentan las empresas para difundir de manera práctica los aspectos primordiales de su organización, sus políticas, sus procedimientos y la recepción del nuevo empleado.

Por ello, y por la necesidad de que esta información sea del conocimiento de todos los trabajadores se justifica la elaboración y presentación de un documento conocido como manual. Este tiene como principal propósito el describir los procesos de producción de una compañía, las rutinas de trabajo que deben

seguirse y así facilitar la ejecución correcta y oportuna de las actividades del personal.

Si el manual incluye todos estos aspectos, la recompensa será el ahorro de tiempo y esfuerzos y evitará la repetición de funciones. Servirá además de medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso para su óptima incorporación al núcleo laboral y facilitará además el aprovechamiento de los recursos humanos y materiales.

Su difusión reditúa en un mayor conocimiento de la compañía en general, tanto a sus empleados como a terceros interesados. Asimismo, protege a la empresa de los sorprendentes cambios de tendencias, de métodos o de estructuras, derivadas de la sustitución de un alto ejecutivo o supervisor, y cuyos efectos son siempre poco positivos, cuando menos en el ánimo del personal.

Con todo esto, puede resumirse que las principales ventajas de los manuales son que "ayudan al incremento de la eficiencia, la calidad y las productividades; además, son una fuente constante de información sobre los trabajos de una empresa con lo que se puede incrementar la disposición del personal para asumir nuevas responsabilidades. También con ello se evitan discusiones innecesarias sobre quien hace determinado trabajo".<sup>(12)</sup>

Por otra parte, debe admitirse que en general las desventajas de los manuales "se derivan de factores subjetivos, tales como sentimiento de limitación a la iniciativa, actitudes de rechazo a la falta de flexibilidad, o lo que es más pernicioso aún, el que se juzgue a los manuales como letra muerta debido a la inexistencia de una persona con la autoridad suficiente para hacerlos observar".<sup>(13)</sup>

Otro problema es que sean redactados por especialistas ajenos a la compañía y cuyo conocimiento sea puramente objetivo y técnico, lo que dificulta la comprensión del mismo.

En sí, los manuales representan un medio de comunicación entre los integrantes de la organización. Los cambios en las técnicas administrativas aumentan la necesidad y modifican el papel que desempeñan los manuales, por ello, el trabajo de elaboración e integración de tales documentos deben manifestar la actitud de la dirección de mantener informado al personal de las directrices y decisiones respecto a la marcha de la propia organización.

12) Boza, Ibarra Adrián; Manual para producciones de televisión, Tesis, UNAM, México, 2001, p.21

13) Miranda, Vanegas Ofelia Teresa; Op. Cit., p. 69

## 2. LOS CORRESPONSALES NACIONALES DE TV AZTECA

El manual de organización es un elemento de gran ayuda dentro de cualquier empresa u organización. En este capítulo describiré a la televisora del Ajusco, sus noticiarios, la llamada Fuerza Informativa Azteca y ahondaré en la descripción de su equipo de corresponsales nacionales.

### 2.1 La televisora

El gobierno mexicano creó el 25 de marzo de 1983, bajo la dirección de Pablo Marentes en la televisora estatal, el Instituto Mexicano de la Televisión, que en 1985 dio origen al Sistema Imevisión en un intento por organizar los recursos gubernamentales en materia televisiva.

Dos redes nacionales (Canales 13 y 7), cuatro canales locales (Canal 22 en la Ciudad de México, Canal 2 en Chihuahua, Canal 8 en Monterrey y Canal 11 en Ciudad Juárez) y un sistema de televisión regional que operaba mediante convenios con los gobiernos de los estados de la República, constituían a Imevisión.

La reducción del presupuesto gubernamental y la dura competencia que presentaba Televisa favorecieron la crisis en la que Imevisión estaba a finales de la década de los ochenta.

Debido a estos problemas, en septiembre de 1990 la Secretaría de Gobernación anunció la desincorporación de la Red Nacional 7 y los Canales 22 de la Ciudad de México, 8 de Monterrey y 2 de Chihuahua.

Por su parte, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público notificó en diciembre de 1992, que estudiaría la venta, en un solo paquete, de los medios de comunicación propiedad del gobierno federal, que incluían al periódico El Nacional y las salas de exhibición de la Compañía Operadora de Teatros, además de los canales de televisión anunciados.

Debido a estos cambios, la televisora estatal cambió su denominación social y para fines legales a partir de 1993 se llamó Televisión Azteca. Un año después, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público definió las bases para participar en la privatización del paquete de medios de comunicación.

Para participar en el proceso de subasta se inscribieron cuatro grupos:

- Grupo Medcom, constituido por Adrián Sada, Joaquín Vargas Gómez y Clemente Serna
- Geo Multimedia, de Raymundo Gómez Flores

- Cosmovisión, representado por Javier Sánchez Campuzano, Trigio Javier Pérez de Anda y William Karam Kaasab
- Radio Televisora del Centro, formado por Ricardo Salinas Pliego y Francisco Aguirre Gómez.

Ricardo Salinas Pliego y Francisco Aguirre rompieron su relación comercial y éste último se pasó al Grupo Cosmovisión. Por su parte, Joaquín Vargas Gómez, uno de los miembros de la Corporación Medcom y propietario de la cadena Multivisión y Stereo Rey, se retiró de la disputa por el paquete de medios cuatro días antes de que se diera a conocer el fallo.

"La Secretaría de Hacienda anunció el 18 de julio de 1993 que el ganador de la licitación es el grupo denominado Radiotelevisora del Centro, controlada por Ricardo Salinas Pliego. El monto de la compra ascendió a \$2050 millones contra la oferta más cercana que perteneció al Grupo Cosmovisión (\$1589 millones)."<sup>(14)</sup>

El paquete de medios subastados era el siguiente:

- Televisión. Televisión Azteca (Canales 7 y 13), Impulsora de Televisión del Centro, Corporación Televisiva de la Frontera Norte, Impulsora de Televisión del Norte, Corporación Televisiva del Noroeste, Compañía de Televisión Peninsular, Compañía Mexicana de Televisión de Occidente, Televisión Olmeca, Televisora Mexicana del Sur e Impulsora de Televisión de Chihuahua.
- Compañía Operadora de Teatros (Cotsa). Se vendieron 121 de las 260 salas de exhibición cinematográficas, de las cuales solo 78 podían utilizarse de manera inmediata.

El 2 de agosto de 1993 se tomó oficialmente posesión de las instalaciones de Cotsa, Estudios América y TV Azteca. En el caso de TV Azteca, fue hasta el 13 de octubre del mismo año, cuando se lanzó la primera programación como televisión privatizada.

"El arranque de Televisión Azteca en manos de Ricardo Benjamin Salinas Pliego inicia con un proyecto escasamente aporativo y poco novedoso, que no era ni la sombra del "Canal de las estrellas" con sus importantes recursos técnicos, artísticos y financieros de primer orden.

Hacia 1995 la empresa del Ajusco comienza a resurgir y, en algunos de los rubros más rentables y socorridos de la televisión comercial, empieza a competir con la televisora de los Azcarraga, misma que, a pesar de ello, continúa desestimando los crecientes ratings o niveles de audiencia de la empresa de Ricardo Salinas."<sup>(15)</sup>

14) Castellot, Gonzalo, La Televisión en México, Edamex, México, p.28

15) Morales Pina, Georgina, El trabajo de un calificador dentro de la videoteca de noticias de Televisión Azteca, Tesis. UNAM, Mexico, p. 31

Así pues, TV Azteca fue privatizada hace más de seis años y durante ese tiempo ha logrado resultados sobresalientes. Hoy produce telenovelas, deportes, noticiarios y programas de entretenimiento que les han permitido ser bienvenidos en los hogares del público mexicano y otros países del mundo donde su programación es transmitida.

## 2.2 Fuerza informativa Azteca

Una de las metas de TV Azteca, desde su nacimiento fue llegar a ser la mejor televisión de habla hispana del mundo y desde entonces se dedicó a la misión de entretener e informar a la sociedad.

Fuerza Informativa Azteca (FIA) nació en 1994 como un concepto integral de noticias, integrado por 700 profesionales que buscaban mostrar una nueva forma de noticias ágil y juvenil.

FIA se distinguió por ser un equipo dinámico y de vanguardia, cuyo objetivo era proporcionar información fresca, ágil y veraz a través de historias humanas que abordaban temas de actualidad e interés social relacionados con los hechos ocurridos en México y en el resto del mundo

Los objetivos principales de este nuevo concepto de noticias fueron: <sup>(16)</sup>

- Distinguirse por el empuje de su juventud, su valor y su experiencia
- Buscar permanentemente una nueva forma de hacer noticias, con un solo objetivo: la verdad
- Estar consciente de su responsabilidad en la construcción de un México nuevo
- Presentar información clara, objetiva y fidedigna que le permita comprender a cabalidad lo que sucede en los distintos ámbitos de la vida nacional y le facilite la toma de decisiones de cualquier orden social, político o económico, en la medida en que nos afecta como individuos, familias y sociedad.
- Presentar a su auditorio un producto de primera calidad, sin importar los obstáculos que la realidad ponga en su camino
- No temer a la competencia, conocerla, observarla con cuidado, analizarla, pero en la pantalla, demostrando así que son la mejor fábrica de noticias del país

" FIA sabe que vivimos en tiempos de cambio y que su trabajo es decisivo. FIA tiene el talento y la tecnología para cumplir con su trabajo, pero sobre todo tiene los valores que rigen su papel periodístico y los de la empresa a la que pertenecen. FIA tiene sentido del humor, disfruta su trabajo, supera las diferencias personales y trabaja en equipo. Así es FIA, un collage de talento enfocado a una sola y clara meta: ser los líderes absolutos de credibilidad en el país."<sup>(17)</sup>

16) [www.hechostvazteca.com.mx/programas](http://www.hechostvazteca.com.mx/programas), pagina de internet de Noticieros de TV Azteca, consultada en julio de 2002.

17) Idem

En la actualidad, los noticieros de FIA y en especial "Hechos", en sus diversas emisiones, son considerados como los de mayor credibilidad en México y se han convertido en una verdadera competencia para la principal televisora del país: Televisa.

Los noticieros que conforman Fuerza Informativa Azteca son los siguientes, de acuerdo a la página de internet de la televisora: <sup>(18)</sup>

**Hechos de la noche.** Es el noticiero estelar de TV Azteca. Durante 60 minutos, Javier Alatorre informa todas las noches sobre política, economía, seguridad pública, cultura, espectáculos, deportes y todas las noticias que interesan al auditorio de TV Azteca. Además, en este espacio informativo, el público encuentra el análisis de la noticia con los editorialistas que forman parte del equipo de Fuerza Informativa Azteca como son: Sergio Sarmiento, Erick Guerrero y Roberto Salinas, entre otros destacados comentaristas.

A partir de 1994, el noticiero Hechos estableció en México una nueva forma de presentar las noticias por televisión, gracias a una dinámica producción y al estilo personal de Javier Alatorre, que rápidamente se identificó con el público por la claridad y sencillez en su manera de informar.

Javier Alatorre, originario de Navojoa, Sonora, estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana, en Xochimilco, al sur de la Ciudad de México. Se inició en TV Azteca mucho antes de su privatización, cuando los canales 13 y 7 pertenecían a Imevisión.

Sus coberturas como corresponsal de guerra en África, Cercano Oriente y Centroamérica, así como sus entrevistas a líderes mundiales, ampliaron su campo de acción. Javier Alatorre también dirige y conduce programas de investigación a fondo para Fuerza Informativa Azteca.

Los Hechos de Peluche es otra sección donde el sentido del humor se manifiesta a través de ingeniosas situaciones imaginarias que dan vida a los principales personajes del acontecer nacional e internacional.

Este noticiero se transmite de lunes a viernes a las 22:00 horas por Azteca 13.

**Hechos de la tarde.** Desde su inicio, el 20 de enero de 1995, este noticiero conducido por Ana Winocur y Jorge Zarza, transmite de 15:00 a 16:00 horas las noticias casi en el instante en que suceden, por esto el espectador se convierte en protagonista, en cualquier lugar de México y el mundo. Este noticiero aborda temas de interés nacional e internacional y abre el ciclo informativo de Hechos. También destaca por sus investigaciones especiales.

18) [www.hechostvazteca.com.mx/programas](http://www.hechostvazteca.com.mx/programas), página de internet de Noticieros de TV Azteca, consultada en julio de 2002



Ana Winocur Iparraguirre nació en la Ciudad de México el 16 de octubre de 1972. Estudió la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Unidad Xochimilco. Ingresó a TV Azteca en 1993; los primeros cuatro años se dedicó a reportear en diversas fuentes de carácter político, además de coberturas especiales, entre las que podríamos destacar la muerte de la Madre Teresa en Calcuta, en India; la visita de Juan Pablo Segundo a Cuba, los efectos del huracán Paulina en México, así como la visita a nuestro país del presidente estadounidense George W. Bush.

El primer desempeño como conductora lo realizó en las capsulas Las Siete del Siete. Después fue titular de Hechos del sábado y co-conductora de Hechos de la mañana, junto con Pablo Latapi. Más tarde condujo Hechos del 40 transmitido por ese canal, Hechos del siete, por Azteca 7 en horario vespertino y los Hechos del momento.

Jorge Alfonso Zarza Pineda, originario de Cuernavaca, Morelos, es egresado de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Realizó un diplomado en Comunicación para la Pastoral en la Pontificia Universidad Católica de Chile en 1995. Estudió el curso Perspectivas Económicas en la Universidad Complutense, en Madrid, en 1997. Inició su trabajo periodístico a los 17 años como corrector de estilo en el Herald de México y más tarde fue redactor del Núcleo Radio Mil, en donde llegó a conducir los noticiarios dominicales. Impartió clases de Televisión en la Universidad de Periodismo y Arte en Radio y Televisión y en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García.

Desde 1995 es reportero de TV Azteca de febrero de 1998 a febrero del 2000 fue conductor de la emisión vespertina del noticiario Hechos del Sábado de junio del 2000 a mayo del 2001 fue conductor del noticiario Metrópolis.

**Hechos de la mañana.** Este noticiero que se transmite de 6:55 a 8:30 horas presenta de manera detallada y oportunamente, las noticias más importantes; además de interesantes opiniones y análisis de los invitados en el estudio. Además, cuenta con secciones dedicadas a la política, la economía, los espectáculos y los deportes. También se puede conocer el pronóstico del tiempo y el reporte vial desde el helicóptero de FIA.

Los periodistas Ana María Lomeli y Ramon Fregoso han formado un equipo que se distingue por la agradable camaradería que se refleja en la pantalla y se traduce en la aceptación del teleauditorio.

Ana María Lomeli estudió periodismo en la Escuela Carlos Septién, cuando estudiaba ingreso a Televisa donde condujo 6 en punto, un noticiario para jóvenes. También condujo el noticiario de media noche con Guillermo Ortega, las cápsulas informativas de Notivisa; Nuestro mundo, con Guillermo Ochoa; Hoy mismo, con Lourdes Guerrero; Al fin de semana, con Juan Calderón, así como varios espacios de Eco y Al despertar. En 1997 ingreso a TV Azteca, para conducir Hola México, y hoy es la cara de Hechos de la mañana.

Ramón Fregoso estudió Comunicación en la Universidad Iberoamericana. En 1984 se incorpora a Cablevisión S.A. y a Televisa, donde realizó diferentes programas como conductor, locutor, guionista, director de cámaras, productor, editor y reportero. En 1986 se incorpora a la Vicepresidencia de Noticieros y Eventos Especiales de Televisa. Ahí participó en más de 50 programas. En 1999 se incorporó a TV Azteca donde conduce Hechos de la mañana.

**Hechos del Siete.** Conducido por Lilly Tellez y Pablo Latapí, este noticiario ofrece la información más importante del día en tan sólo 30 minutos, con un formato ágil en el que se combinan notas breves pero completas, claras y sencillas, así como reportajes especiales de interés a todo el público.

Pablo Latapí ha logrado importantes exclusivas para Hechos del siete, como la entrevista con Fidel Castro y La Quina, así como reportajes en el lugar de la noticia, como las inundaciones en Jajaipa, en el Estado de México; la explosión en Celaya, Guanajuato; y el recorrido en helicóptero sobre el cráter del volcán Popocatepetl.

Pablo Latapí Ortega es originario del Distrito Federal. Durante su carrera periodística ha destacado como Jefe de Redacción de Revistas, en Editorial Posada; Director de Información de Radio Universidad Nacional (UNAM), Gerente de la Asociación de Radio Difusores del Distrito Federal, Gerente General de Radio ACIR y ACIRSAT, Director de Información de Radio Red FM, Director de Información de Núcleo Radio Mil, Editor Externo de Editorial Grijalbo; además de ser galardonado con el Premio Nacional de Periodismo.

Lilly Tellez García nació en la ciudad de Hermosillo, Sonora. Fue reportera y conductora de noticieros en el Canal 6 de Hermosillo. En esa misma ciudad produjo programas de Investigación. Fue galardonada con el Premio Estatal de Periodismo en 1992. En la ciudad de México, como conductora de noticieros de TV Azteca, realizó programas de investigación sobre narcotráfico, crimen organizado, corrupción en el gobierno y crímenes políticos. Fue privilegiada, además con la invitación a la conferencia sobre "Los riesgos de los periodistas", en el Salón Mundial de la Cancillería Alemana, en Berlín, ante representantes de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y Organización para la Seguridad y Cooperación Europea (OSCE). Lilly Tellez ha sido la única candidata mexicana para ganar el Premio Mundial de Periodismo del año 2000 de la UNESCO.

Este programa se transmite de lunes a viernes a las 21 00 horas, por Azteca 7.

**Hechos del sábado.** Este noticiario nació el 28 de febrero de 1998, dirigido a todo público por ser un día para compartir con la familia. Este espacio transmite todos los sábados, de 15:00 a 16:00 horas, los hechos registrados a lo largo del día, además de reportajes e investigaciones especiales y el resumen de lo más sobresaliente de la semana. Hannia Novell y Jaime Guerrero, conductores de este espacio han destacado por ser comunicadores jóvenes, quienes dan una visión distinta a la noticia.

Hannia Novell estudió Ciencias de la Comunicación en la Universidad del Tepeyac, donde impartió clases, al igual que en el Claustro de Sor Juana y en la Universidad del Valle de México. Comenzó su carrera periodística en Radio Educación, después trabajó en el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). En Canal Once condujo Hoy en la Cultura y en el Canal 22 realizó programas culturales.

Ingresó a TV Azteca en febrero de 1996, como reportera de Ciudad Desnuda. El fin de semana conducía un espacio informativo junto con Juan Barragán, y además estaba a cargo del reporte vial desde el helicóptero de Fuerza Informativa Azteca para el noticiario de Hechos de la tarde con Rosa María de Castro.

Jaime Guerrero inició su carrera en 1991. Desde entonces ha trabajado como reportero y conductor en los distintos espacios de Fuerza Informativa Azteca, enviado a cumbres de jefes de Estado y de gobierno. De 1992 a 1996 cubrió la Presidencia de la República, lo que le permitió reportar desde China, Japón, Canadá, Italia y El Reino Unido entre otros países. Recientemente, Jaime Guerrero ha cubierto las dos últimas reuniones de líderes mundiales en Davos, Suiza. Durante el juicio al presidente estadounidense Bill Clinton, por el caso Monica Lewinsky, reportó desde Washington; y en el cambio de milenio fue enviado a Roma.

Jaime Guerrero estudió en la UNAM, y recientemente recibió un reconocimiento de la UNICEF, en el marco del Segundo Premio Iberoamericano por los Derechos de los Niños, en Quito, Ecuador.

**Hechos del domingo.** Este espacio que se transmite cada domingo de 22:00 a 22:30 horas, cuenta con la participación de los actores principales de la noticia y el análisis de los hechos, del periodista Sergio Sarmiento, además de otros reconocidos colaboradores.

Jose Cárdenas, conductor de Hechos del domingo, es egresado de la Escuela de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, donde cursó la licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información (generación 67 - 72).

Ha sido además corresponsal de medios internacionales como Radio Rivadavia y LS10 Radio de Plata, de Buenos Aires, Argentina; también en las cadenas de televisión National Broadcasting Corporation (NBC News), American Broadcasting Corporation (ABC News), y las cadenas hispanas de televisión Univisión, Telemundo y Telenoticias. También ha cubierto viajes presidenciales, revoluciones, sucesos y tragedias que han cambiado al mundo.

### 2.3 Los corresponsales

"El corresponsal de noticias es simplemente un reportero. Un reportero más de la televisora que reside en alguna de las principales ciudades del país. Todos los días, desde el último rincón del país, lo mismo en poblados en la montaña o en

comunidades a donde se llega únicamente por caminos de terracería, luego de varias horas de camino, un numeroso grupo de reporteros busca y lleva la noticia a TV Azteca

Trabajando en medio de temperaturas de hasta 44 grados bajo la sombra en Chihuahua, o atosigados por nubes de mosquitos en los altos de Chiapas, en barrios y colonias controladas por el hampa organizada en Tijuana o Guadalajara, o bajo la intensa lluvia y fuertes vientos que producen el huracán que azota las costas de Oaxaca o Quintana Roo, están los corresponsales de TV Azteca." (19)

Según la Enciclopedia de la Comunicación, un corresponsal es un comunicador residente en una ciudad o país distinto de donde radica el medio para el que trabaja, a fin de cubrir la información que se produzca en esa demarcación. La misma publicación reconoce varios tipos de corresponsales, entre ellos: (20)

Corresponsal a destajo. Periodista de una Agencia de Noticias o medio que es remunerado de acuerdo con el número y extensión de sus trabajos remitidos.

Corresponsal de Agencia. Periodista que realiza su misión al servicio de una Agencia de Noticias.

Corresponsal de guerra. Periodista que debidamente autorizado por las autoridades militares del bando en que se encuentra, informa de la marcha de los acontecimientos bélicos desde el propio campo de batalla.

Corresponsal en el extranjero. Periodista que desarrolla su función en una ciudad o país distinto de aquel en que radica su medio.

Corresponsal especial. Periodista que se envía en circunstancias extraordinarias para cubrir un acontecimiento, independientemente de que pueda existir un corresponsal permanente en la misma ciudad donde aquél se celebra.

Corresponsal extranjero. Periodista que desempeña su misión informativa en país distinto al suyo o del medio para el que trabaja.

Corresponsal fijo. Periodista que permanece permanentemente en un mismo lugar.

Corresponsal local. Periodista que cubre un determinado sector informativo dentro de la ciudad donde radica el medio.

19) Rodríguez, Pineda Raúl; "Los corresponsales nacionales", en Entre Socios, revista de los trabajadores de TV Azteca; No. 37, enero de 1999, p. 8

20) De la Mota, Ignacio; Enciclopedia de la Comunicación, Tomo 1, Noriega Editores, 2000, México DF, p. 87

**Corresponsal ocasional.** Persona que sin ser profesional, está comisionado para comunicar a una Agencia o medio los hechos que se producen en su localidad, o que avisa de los mismos para que, en caso de merecerlo el tema, de desplace a ella un enviado especial.

**Corresponsal permanente.** Periodista de carácter fijo de un medio dedicado a él en exclusiva.

**Corresponsal propio.** Medio que posee un periodista en una ciudad o país con carácter permanente y a su exclusivo servicio.

**Corresponsal volante.** El que no permanece en un lugar con carácter fijo sino que se desplaza a donde tiene lugar un acontecimiento que amerita su presencia.

Los corresponsales con que cuenta Fuerza Informativa Azteca son de la categoría de corresponsal permanente pues radican permanentemente en la ciudad desde donde reportean y son exclusivos de TV Azteca.

"Para lograr que un programa noticioso a nivel nacional sea completo tendrá que cubrir toda la información relevante que se genere en diferentes puntos del país y del mundo. Por esto se debe contar con una amplia red de corresponsales nacionales e internacionales, además de los reporteros que trabajan en la empresa y cubren la información local."<sup>(21)</sup>

Un corresponsal de televisión, además de proporcionar la información debe ilustrar la nota con la imagen que su camarógrafo o el mismo graba en el momento que ocurren los hechos.

En el caso del corresponsal de TV Azteca, el reportero envía la información vía fax, correo electrónico o lo dicta por teléfono al personal de estados de la redacción en México, quienes revisarán esta información y de ser necesario modificarán la ortografía y redacción, además de acordar la hora del envío de la imagen.

Cuando el canal recibe la imagen vía satélite o microonda y la nota está redactada y revisada por corrección de estilo, toca el turno al personal de producción quienes editarán el producto que saldrá al aire.

"Lo ideal para todos los corresponsales sería contar con una oficina que tuviera línea telefónica, una computadora o máquina de escribir y un fax, considerando que todo este equipo le facilitaría su labor periodística."<sup>(22)</sup>

21. Prado Ramirez Julieta, Los corresponsales nacionales de TV Azteca, Tesina, UNAM, México, 2001, p.6

22. Ibidem

Sin embargo, la mayoría de los corresponsales de TV Azteca carecen de estos recursos, sus reportes los escriben en las salas de prensa de estado o en su casa y son enviados por faxes públicos.

Por otro lado, de los 31 corresponsales que conforman la plantilla de Fuerza Informativa Azteca, sólo diez cuentan con equipo de video propiedad de la empresa, los demás trabajan con video grabadoras formato Hi-8, que logran comprar por su cuenta y que se encuentran en malas condiciones por falta de mantenimiento y el uso excesivo.

Para Julieta Prado la forma de trabajar de un corresponsal en TV Azteca es la siguiente a grandes rasgos:

- Desde muy temprano enciende la radio o la televisión y monitorea los principales diarios de la región, a fin de encontrar alguna noticia que pueda convertirse en una "historia" o una nota para investigación.
  - Revisa su agenda e invitaciones para evaluar la información. El siguiente paso es asistir al lugar de los hechos y contactar a los involucrados en la información, planear las entrevistas necesarias para incluirlas dentro de la nota periodística que enviara a las instalaciones de TV Azteca.
  - Una vez que tiene todo el panorama de la nota, el corresponsal evalúa la información y determina para qué espacio informativo de TV Azteca lo tendrá listo.
  - Se comunica con los redactores que trabajan en las oficinas de TV Azteca México para dictar un avance de la información y proponer la forma en la que se puede publicar, ya sea un "enlace", una "grabación", un "texto" o un "texto sonido"; así mismo se planea el tiempo estimado para enviar su imagen via microondas o satélite, según sea el caso, al canal.
- En ese momento, los redactores solicitan el tiempo de transmisión via microonda o via satélite y si es necesario se solicita información de apoyo al área de investigaciones.
- El corresponsal sale de su casa en compañía del camarógrafo para realizar las entrevistas necesarias, asimismo graban aspectos para vestir la nota y en caso de que la petición sea un "enlace truco", se traslada al lugar de los hechos para grabarlo.
  - Después de haber transmitido la imagen, el corresponsal espera a que la nota sea corregida y a que la oficina de información de estados envíe el guión corregido para posteriormente poder grabar la "voz en off" por teléfono.

Actualmente 31 reporteros cubren las corresponsalías de 22 estados de la República Mexicana, sin embargo, existen también sucursales y locales de TV Azteca en distintas entidades del país.

Las filiales de la televisora del Ajusco que son administradas por la central en México están en:

- Cuernavaca
- Guadalajara

- León
- Querétaro
- Veracruz
- Toluca

Las locales de Televisión Azteca que son administradas por sus propios dueños se ubican en:

- Tijuana
- Mexicali
- La Paz
- Cd. Juárez
- Acapulco
- Monterrey
- Puebla
- Cancún
- San Luis Potosí
- Culiacán
- Mazatlán
- Hermosillo
- Mérida

Por su parte, los corresponsales nacionales cubren las siguientes ciudades del país:

- Tijuana
- Mexicali
- Campeche
- Colima
- Tuxtla Gutiérrez
- Durango
- Toluca
- Naucalpan
- Ecatepec
- Celaya
- Chilpancingo
- Pachuca
- Guadalajara
- Morelia
- Cuernavaca
- Tepic
- Oaxaca
- Querétaro
- Chetumal
- Cancún
- Ciudad Juárez

- Culiacán
- Los Mochis
- Mazatlán
- Tapachula
- Hermosillo
- Villahermosa
- Tampico
- Reynosa
- Veracruz
- Zacatecas

De manera gráfica, las corresponsalías a lo largo y ancho del país quedarían de la siguiente manera:

| ESTADO              | CIUDAD           | COBERTURA               |
|---------------------|------------------|-------------------------|
| AGUASCALIENTES      | Aguascalientes   | -----                   |
| BAJA CALIFORNIA     | Tijuana          | Corresponsal            |
|                     |                  | TV Azteca Tijuana       |
|                     | Mexicali         | Corresponsal            |
| BAJA CALIFORNIA SUR |                  | TV Azteca Mexicali      |
|                     | La Paz           | TV Azteca La Paz        |
|                     |                  | Corresponsal            |
| CAMPECHE            | Campeche         | Corresponsal            |
| COAHUILA            | Torreon          | TV Azteca Torreon       |
| COLIMA              | Colima           | Corresponsal            |
| CHIAPAS             | Tuxtla Gutierrez | Corresponsal            |
|                     | Tapachula        | Corresponsal            |
|                     |                  | Corresponsal            |
| CHIHUAHUA           | Ciudad Juarez    | TV Azteca Ciudad Juarez |
|                     |                  | TV Azteca Chihuahua     |
|                     | Chihuahua        | Corresponsal            |
| DURANGO             | Durango          | Corresponsal            |
| ESTADO DE MEXICO    | Toluca           | Corresponsal            |
|                     |                  | TV Azteca Toluca        |
|                     | Naucalpan        | Corresponsal            |
| GUANAJUATO          | Ecatepec         | Corresponsal            |
|                     | Celaya           | Corresponsal            |
|                     | Leon             | TV Azteca Bajio         |
| GUERRERO            | Chilpancingo     | Corresponsal            |
|                     | Acapulco         | TV Azteca Acapulco      |
|                     | Pachuca          | Corresponsal            |
| HIDALGO             |                  |                         |
| JALISCO             | Guadalajara      | 2 corresponsales        |
|                     |                  | TV Azteca Occidente     |
|                     |                  | Corresponsal            |
| MICHOACAN           | Morelia          | Corresponsal            |
| MORELOS             | Cuernavaca       | Corresponsal            |
|                     |                  | TV Azteca Cuernavaca    |
|                     |                  | Corresponsal            |
| NAYARIT             | Tepic            | Corresponsal            |
| NUEVO LEON          | Monterrey        | TV Azteca Monterrey     |
| OAXACA              | Oaxaca           | Corresponsal            |
| PUEBLA              | Puebla           | TV Azteca Puebla        |



|                 |                 |                           |
|-----------------|-----------------|---------------------------|
| QUERETARO       | Querétaro       | Corresponsal              |
|                 |                 | TV Azteca Querétaro       |
| QUINTANA ROO    | Chetumal        | Corresponsal              |
|                 | Cancún          | Corresponsal              |
|                 |                 | TV Azteca Cancun          |
| SAN LUIS POTOSÍ | San Luis Potosi | TV Azteca San Luis Potosi |
| SINALOA         | Culiacán        | Corresponsal              |
|                 | Los Mochis      | Corresponsal              |
|                 | Mazatlán        | Corresponsal              |
| SONORA          | Hermosillo      | Corresponsal              |
|                 |                 | TV Azteca Hermosillo      |
| TABASCO         | Villahermosa    | Corresponsal              |
| TAMAULIPAS      | Tampico         | Corresponsal              |
|                 | Reynosa         | Corresponsal              |
| TLAXCALA        | Tlaxcala        | .....                     |
| VERACRUZ        | Veracruz        | Corresponsal              |
|                 |                 | TV Azteca Veracruz        |
| YUCATÁN         | Merida          | TV Azteca Menda           |
| ZACATECAS       | Zacatecas       | Corresponsal              |

Así está conformado el cuerpo de corresponsales nacionales de TV Azteca y aunque hay algunas ciudades descubiertas, éstos proveen el 60 por ciento de la información que se presenta en los noticiarios. A continuación se detallará la propuesta que hago del manual de redacción y manejo de cámara que ayudará a elevar la calidad de esta labor informativa.

### 3. MANUAL DE REDACCIÓN Y MANEJO DE CÁMARA PARA CORRESPONSALES NACIONALES DE TV AZTECA

Cuando un buen reportero de televisión recibe una asignación o sigue un suceso que puede convertirse en noticia, siempre sale a realizar su cobertura pensando en que traerá la mejor historia del día y por ello, trabaja siempre en todos los elementos que le permitan configurarla además de buscar el fondo del suceso noticioso que investiga.

En el presente capítulo desarrollaré un manual básico de redacción y manejo de cámara portátil de televisión que facilitará el trabajo de la oficina de Estados de TV Azteca, que puede ser a largo plazo, el inicio de todo un programa de capacitación para la red de corresponsales nacionales de esta televisora.

#### 3.1 Generalidades

La televisión más que cualquier otro medio, como la prensa escrita o la radio significa actuar en equipo. En ella influyen desde el camarógrafo que trabaja en la calle captando las imágenes hasta el editor que las acomoda. Los miembros del equipo de noticias deben trabajar conjuntamente de manera eficaz y coordinada para producir un noticiario que sea del agrado del televidente.

"La idea de que un noticiario es como un periódico es un tanto relativa. Hay que recordar que, al contrario que en un periódico, el televidente no puede pasar a otra página si es que no le interesa una historia. Una vez que el telespectador pierde el interés, no pasa de página, sino que cambia de canal. No se colocan las historias, como lo hace un periódico, para que el televidente seleccione lo que desea leer. En el noticiario de la televisión se presenta un flujo lineal de información."<sup>(23)</sup>

Así, las historias que se presentan tienen que captar el interés de la teleaudiencia. La manera en que se acople este material —la estructuración de los segmentos del noticiario— debe conservar el ritmo, equilibrio y flujo para informar y, al mismo tiempo, mantener el interés del televidente. Este ritmo del programa forma parte del estilo de la televisora.

Cuando un reportero se prepara para cubrir una historia, dice Samuel Prieto, ex jefe de corresponsales de Fuerza Informativa Azteca, debe tener en cuenta cómo se verá en el hogar del televidente. La cámara dirige la atención del televidente hacia escenas y detalles específicos. El reportero usa estos detalles para generalizar el reportaje.

"El televidente se identifica con personas como él. Al crear un enfoque humano, el reportaje llega al público. Si se encarga a un equipo de televisión la cobertura del derrumbe de un edificio, aquél debe pensar ¿cuál es la parte más importante de la

23. Hersh, Carl; Producción televisiva, Editorial trillas, México, 1995, p. 101

historia para el televidente?. El edificio en sí es sólo ladrillos, pero para la gente que vivió allí, las víctimas; este edificio era su hogar. La tragedia de la historia no es el edificio, que puede ser reconstruido, sino la repercusión en las vidas de las familias que vivían allí. La persona que está frente al televisor se identifica con las víctimas y sus problemas, ese debe ser el enfoque tanto para el camarógrafo como para el reportero."<sup>(24)</sup>

El reportero y el camarógrafo coordinan los lugares a donde podrían ir a grabar el reportaje. Por ejemplo, si se trata sobre economía, ambos deciden qué negocios y zonas comerciales son los más afectados, qué imágenes pueden expresar en la historia. Si el reportero no está seguro de cómo escribir el reportaje, puede resolver junto con el camarógrafo cubrir más de un aspecto de la historia.

"La integración de las palabras, la imagen y el sonido es básica para la comunicación eficaz de las noticias televisivas. El guión debe estar encaminado y creado pensando en las imágenes. Cuando el reportero escribe su guión, debe visualizar las imágenes que acompañan a las palabras y frases particulares. Debe dejar espacios en donde puedan ponerse sonidos ambientales y bites sonoros."<sup>(25)</sup>

Al inicio de un reportaje noticioso, normalmente se usa el mejor material visual para captar el interés o la curiosidad del televidente, aún antes de la primera palabra de la narración del reportero. También puede usarse un sonido ambiental para obtener la atención del televidente. El silbido de un barco o de un tren, las campanas de la iglesia o la bocina de un coche pueden ser sonidos apropiados para captar la atención.

María Dolores Nieves, ex jefa de corresponsales, describe que la primera imagen debe hacer que el televidente quiera ver y oír más; y las primeras palabras del reportero deberán apoyar ese deseo, ya sea creando una sensación de importancia de lo que se está mostrando o estimulando la curiosidad de los televidentes al poner de relieve el lado humano de la historia.

Sin embargo, como comenta Samuel Prieto, el trabajo del reportero se enriquece y depende de la relación que tiene con la oficina de información de Estados con sede en la Ciudad de México. Esta oficina es la encargada de la coordinación de los corresponsales y enviados especiales.

En esta función se incluye la solicitud oportuna de tiempos de satélite y microondas, trámite de viáticos y honorarios e insertar en los noticiarios la información de los estados. Además, esta oficina tiene entre sus funciones primordiales la de apoyar con investigación documental y entrevistas realizadas en

24. Idem, p. 156

25. Prieto, Rodríguez Samuel; TV Azteca, "Manual de operaciones para la oficina de información de los estados, corresponsales y enviados especiales"; documento interno, México, 1998, p. 2

la Ciudad de México el trabajo de los corresponsales para enriquecer su información periodística.

A decir de Samuel Prieto, para asegurar una buena coordinación, los corresponsales y enviados especiales deben seguir rigurosamente los siguientes lineamientos:

- Comunicarse tempranamente a la oficina de información de los estados antes de salir a realizar su cobertura periodística y explicar lo que se espera de la misma para contar con información de primera mano que permita evaluar su inserción en los noticiarios.
- Mantener comunicación permanente con la oficina de Estados cuando realice una cobertura, para actualizar la información constantemente.
- Solicitar oportunamente los tiempos de transmisión por microondas o satélite, así como el video de stock y gráficos que requiera la pieza periodística.
- Mantener siempre buena disposición al trabajo. La oficina de información de los Estados está encargada de coordinar la información y auxiliar en todo lo necesario.
- No dudar en llamar al coordinador de la oficina en caso de dudas importantes, su trabajo es solucionarlas.

Por su parte, Ma. Dolores Nieves considera que el corresponsal debe atender las siguientes recomendaciones:

- Informar de todos los eventos que tengan lugar en las ciudades donde reside el corresponsal, éstos pueden ser: actividades del gobernador, sesiones del Congreso local, sesiones de cabildo, visitas de Secretarios de Estado, visitas de jefes de partidos políticos, informes de gobierno, cambios en el gabinete, tomas de posesión de alcaldes, gobernadores, diputados u otros funcionarios, elecciones, etc. De esta manera se programará con tiempo la cobertura de los mismos y además se valorará la posibilidad de enviar a un reportero, unidad móvil y demás equipo de transmisión.
- Es fundamental el seguimiento de algunos hechos como desastres naturales, motines en penales, explosiones en el drenaje. Cuando una nota ha sido importante un día, no puede dejarse de lado los días siguientes porque siempre hay consecuencias.
- Informar a la mesa de asignaciones de Estados cuando no le sea posible llegar a un envío por microonda, cuando no consiga el material convenido o cuando le falte alguna entrevista o aspecto. De esta forma el personal de asignaciones estará prevenido y valorará la información.

Cabe señalar también que el trabajo de la oficina de información de los estados es, fundamentalmente, la centralización de la información que envían los corresponsales y enviados especiales y su inserción en los noticiarios en un ambiente de colaboración entre todo el personal y buscando siempre la más alta calidad en la información.

Esta área debe rastrear y producir información periodística a través de los corresponsales y enviados especiales para su inserción en los noticiarios. Además apoyará con investigación documental y periodística así como entrevistas realizadas en la Ciudad de México las coberturas de los corresponsales y enviados especiales y resolverá asuntos administrativos referentes al pago de viáticos y honorarios así como el trámite de señales de satélite y microondas.

Para la realización de estas funciones, la oficina de información de los Estados trabaja de la siguiente manera:

1. Información y producción. Conformado por cuatro personas, dos de información y dos para producción por cada turno. Cada uno durante su turno, los encargados de información y producción mantienen contacto con los corresponsales y enviados especiales que durante el día envían información para los distintos noticiarios. Su trabajo incluye también un estrecho contacto con el personal de producción para asegurar que los procesos de recepción de señales y guiones, redacción, calificación, edición y realización de gráficos cumplan los estándares de calidad al aire.

Así, de acuerdo con Samuel Prieto, las funciones específicas del personal de información y producción son:

- Contactar telefónicamente a los corresponsales que envían información durante el día.
- Recibir textos y guiones de corresponsales y enviados especiales.
- Redactar, calificar el video y corregir todos los "full tracks" (grabaciones), textos o textos sonidos que se inserten en los noticiarios.
- Checar las señales de microondas y satélite que envían los corresponsales y enviados especiales, asegurándose de que el audio y el video cumplan las normas de calidad de los noticiarios.
- Solicitar gráficos para las grabaciones de los corresponsales y enviados especiales que lo requieran.
- Monitorear la información de los estados en cables y medios.

2. Coordinación de información. Es el encargado de mantener un alto nivel de calidad en la información de los estados que se presenta en los noticiarios. Con ese objetivo, sus funciones son:

- Investigar, diseñar y asignar reportajes generados de manera exclusiva por iniciativa de la oficina de información de los estados o por petición de los diversos noticiarios.
- Planear, diseñar y asignar enlaces en vivo o pregrabados con corresponsales y enviados especiales para los noticiarios que lo soliciten.
- Realizar la investigación documental y periodística necesaria para complementar las coberturas de los corresponsales y enviados especiales.

- Establecer contactos y asignar entrevistas en la ciudad de México que sirvan para documentar y complementar el trabajo de los corresponsales y enviados especiales.
- Diseñar diariamente la orden de trabajo.

3. Asuntos administrativos. Tiene como funciones las relacionadas con los trámites burocráticos diversos que en la empresa se requieren para la operación de la oficina de información de los estados:

- Tramitar el pago de honorarios a corresponsales
- Tramitar viáticos para la movilización de corresponsales y enviados
- Solicitar y confirmar tiempos para las transmisiones vía microondas y satélite
- Todas las demás referentes a la operación administrativa y logística

4. Coordinador General. El coordinador general integra el trabajo conjunto de la oficina de información de los estados, corresponsales y enviados especiales para garantizar la buena operación y mantener la información en un nivel óptimo de calidad.

Actualmente TV Azteca cuenta con más de 30 corresponsales que atienden las principales ciudades del país, así como los poblados y rancherías donde sucede la noticia. Este grupo alimenta el esquema de noticieros de Fuerza Informativa Azteca.

Por ello, es preciso abordar el trabajo del reportero, es decir, la redacción, conocimiento que se vuelve indispensable en el trabajo del corresponsal.

## 1.2 Redacción

Según advierten Johnson y Julian, en su obra *El reportero profesional*, "es cierto que algunas personas están mejores dotadas que otras para el trabajo reporteril, pero esto no significa, como a veces se dice, que los reporteros nacen y no se hacen. Los atributos más importantes son: curiosidad y personalidad flexible y sociable. Además, el reportero debe poseer amplios conocimientos de política, economía, sociología y sobre todo, una amplia cultura general."<sup>26</sup>

El reportero y el camarógrafo trabajan en conjunto en la visualización de la historia. Al salir a la calle, el reportero tiene ya una idea de cómo se va a desarrollar la nota. A medida que avanza la grabación del reportaje con sus respectivas entrevistas, el reportero organiza sus ideas y agrega párrafos a su guión entre toma y toma.

El también decide si va a aparecer en cámara para su cierre o salida o si hace un "puente", lo cual significa que él habla directamente a la cámara como un enlace

26. Ibidem, p.201

entre dos partes del relato. El reportero escoge junto con el camarógrafo la ubicación y el fondo específicos que apoyen visualmente lo que él quiere decir en su reportaje.

Cuando el equipo regresa a la oficina o lugar de trabajo, el camarógrafo y el reportero revisan el material grabado. Antes, el corresponsal se comunica a la redacción para informar que ya tiene el trabajo completo, dicta un avance y pide tiempo de envío, ya sea por microondas o vía satélite. El reportero redacta su nota, mientras el camarógrafo le muestra las mejores tomas. Posteriormente, el reportero termina su guión incluyendo su intervención en cámara y las entradas y salidas de las entrevistas respectivas. Luego, envía la imagen y el guión a la oficina de estados.

Con esta idea en mente, cabe apuntar que en los noticiarios la información puede ser presentada a manera de texto, texto sonido o grabación (full track). A continuación se explicarán brevemente estas tres modalidades, de acuerdo a las recomendaciones de Samuel Prieto y María Dolores Nieves, ex jefes de corresponsales de TV Azteca.

**Texto** La forma más sintética de redactar una nota es el texto o "voice over". Aquí la información periodística debe presentarse de manera precisa, clara y concisa, toda vez que el estándar de duración para la voz del conductor es de 20 a 30 segundos como máximo. En este corto tiempo, la redacción del texto debe contestar las seis preguntas básicas de la nota informativa: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?.

El texto se presenta con el conductor a cuadro los primeros segundos y después se corre una pista editada en la redacción. Contiene sólo los puntos más importantes de la información. No tiene entrevistas, sólo audio ambiente y siempre son notas del día.

**Sonido** Son los fragmentos de entrevistas, discursos o declaraciones de banqueta (chacaleos) que se insertan en el guión para establecer las posiciones de los "actores" de nuestra historia y, de paso, respaldar la veracidad de la pieza informativa.

Para la óptima obtención de los sonidos deben tomarse en cuenta las siguientes recomendaciones:

- En el caso de una declaración de banqueta (chacaleo) procurar la mejor posición para el camarógrafo a fin de reducir el riesgo de que el sonido que se elija no pueda ser insertado en la pieza por problemas de encuadre, contraluz o movimiento excesivo debido a empujones y demás incidentes.
- Cuando se trate de una entrevista exclusiva, escoger en la medida de lo posible una escenografía acorde con el tema de que se trate. Si se cuenta con micrófono lavalier (de solapa), la entrevista quedará mucho mejor.

- Ser concreto en las preguntas y procurar que la entrevista sea corta. Esto permitirá al camarógrafo gastar la menor cantidad de material de video posible y ahorrará tiempo valioso durante la calificación del mismo.
- En el caso de un discurso o conferencia de prensa, leer la documentación previa sobre lo que se espera del evento y mantener suficiente atención al tema que se está tratando para así indicar al camarógrafo la grabación sólo de los fragmentos que se requieren en la nota.

**Texto sonido.** Es también un texto de 20 a 30 segundos de duración pero acompañado de un "sonido" que es un fragmento de una entrevista o chacaleo. El conductor presenta a cuadro los primeros segundos del texto, se corre pista con audio ambiente y finalmente se corre el sonido elegido y editado de acuerdo con la información. El nombre y cargo del entrevistado deben aparecer a cuadro en el "super". Los textos sonido también son nota del día.

En este caso, el redactor debe asegurarse de que la entrevista que se incluye sea sustanciosa y aporte información adicional valiosa para establecer el punto de vista de la persona que en él aparece. En algunos casos, el texto sonido se utiliza para demostrar que una declaración polémica surgió en realidad de la persona a la que se le atribuye y no de una "volada" (información no confirmada) del reportero. Procure también que la redacción del texto previo no sea redundante con la declaración que presenta en el sonido.

**Grabación (full track).** "Cuando una cobertura es susceptible de convertirse en un full track, la redacción del guion es el inicio de su éxito o fracaso al aire. El resultado depende de la capacidad del reportero para lograr dos objetivos: el primero es informar con precisión y claridad y el segundo, no menos importante, transmitir esa información de manera atractiva al televidente."<sup>27)</sup>

Al escribir el guión de un full track, el primer factor a tomar en cuenta es el tiempo. El reportero de televisión debe contar con una capacidad de síntesis tal que en uno o dos minutos (dependiendo del tiempo que le sea asignado) sea capaz de contar una historia y en ella ofrecer la información completa y bien sustentada sobre su cobertura.

En cuanto a la precisión y claridad de la pieza informativa, se recomienda tomar en cuenta los siguientes factores.

- a) Sencillez.
  - Utilizar solo la mínima cantidad de palabras necesarias para informar al televidente.
  - Evitar los términos técnicos y las expresiones complicadas en la redacción del "full track". Estos pueden sustituirse por palabras de uso cotidiano que expliquen claramente a su auditorio la idea que quiere expresar.



- Cuando la información esté sustentada en cifras, utilizar gráficos que expliquen de manera didáctica incrementos, decrementos, comparativos y, en fin, el propósito de los datos estadísticos que presenta.

b) Concisión

- Eliminar completamente la "paja". Durante la redacción del guión eliminar palabras, frases y sonidos que sean repetitivos, se sobreentiendan o sean prescindibles.

La materia prima básica para una pieza periodística en televisión es el video. El reportero de televisión debe escribir su guión siempre bajo la siguiente idea: "no me lo digas, muéstramelo".

Durante la redacción del guión también puede considerarse los siguientes lineamientos:

- El guión es sólo un manual de edición. En un guión bien estructurado y redactado, es el video el que narra la historia, por lo tanto hay que asegurar que la redacción apoye al video y no redunde con él.
- Utilizar todos los elementos disponibles (sonidos, gráficos, stand up, sonidos ambientales) para darle ritmo a la nota
- No escribir párrafos largos. La duración de un párrafo para guión televisivo es de entre 10 y 15 segundos (un párrafo de 15 segundos es ya muy largo).
- No escribir más de dos párrafos de voz en off continuos.
- Evitar la utilización de video de archivo. Este sólo se justifica en los siguientes casos:
  - Cuando haya sido imposible grabar algún aspecto necesario durante la cobertura
  - Cuando se requieran aspectos cuya grabación se haya realizado en otro lugar
  - Cuando se requiera de contextualizar la historia a través de sucesos anteriores
- Solicitar los gráficos con la mayor antelación posible para evitar prisas innecesarias en el área encargada de su elaboración
- Preferentemente solicitar que los gráficos contengan movimiento, especificando qué tipo de movimiento requiere

La historia de una pieza informativa adopta los mismos esquemas que la historia cinematográfica o de la telenovela:

#### PLANTEAMIENTO – DESARROLLO – CLÍMAX - DESENLACE

En el esquema de la historia, en este caso de la pieza informativa, existen modelos estructurales que sirven al reportero para presentar los diversos ángulos de la información. Uno de los más eficaces es:

## PROTAGONISTA – EJE - ANTAGONISTA

Con este esquema, el protagonista puede ser un individuo cuya situación social o económica se encuentre afectada por un fenómeno natural, una medida gubernamental, la inseguridad pública o cualquier circunstancia adversa.

El eje es la parte que otorga el equilibrio a la historia (un analista o estudioso del caso, la(s) persona(s) que buscan o encuentran la solución del problema, etc. Y el antagonista es el motivo del conflicto, la autoridad que no hace nada al respecto o la(s) persona(s) que ocasiona(n) el problema. En este ejemplo de estructura, la historia tiene como componentes básicos el conflicto y el equilibrio.

Todo sujeto noticioso es susceptible de convertirse en el protagonista de una historia: una persona afectada, un funcionario público, una institución, etc. El universo es muy grande: desde un niño de la calle hasta el más resonado de los personajes públicos. La creatividad y el "olfato" periodístico del reportero es la única limitante.

Además de la redacción, el guión de una pieza informativa tendrá que sujetarse estrictamente al tiempo asignado y facilitar al editor el trabajo de interpretación. Por lo anterior, Tome en cuenta las siguientes sugerencias:

1. Especificar en el guión cada uno de los puentes ambientales: de qué parte del video deben ser tomados y su duración
2. Transcribir íntegros los sonidos de la grabación
3. Calcular el tiempo total que durará su nota para evitar problemas de edición
4. Incluir siempre al inicio del guión una introducción sugerida que será el párrafo con que el conductor del noticiero dará pie a su nota.
5. Esperar a que el guión sea revisado y corregido primero por la mesa de asignaciones de corresponsales y finalmente por el área de corrección de estilo para después grabarlo.
6. Redactar el guión a dos columnas. Del lado derecho la llamada voz en off que indica el texto del reportero y del lado izquierdo la versión textual de los sonidos y las indicaciones al editor, en caso de gráficos, sonidos ambientales, etc.
7. Indicar nombre y cargo de los entrevistados, con la doble finalidad de comprobar que el sonido corresponda al texto y de facilitar la labor de calificación y edición del sonido.
8. Procurar que el primer sonido de la nota entre antes de los primeros diez segundos de grabación, hay que recordar que los protagonistas no son los reporteros sino los entrevistados o la información misma.
9. Evitar que la nota termine con un sonido pues es mejor concluir con un poco de voz para rematar la grabación.

**Stand up.** Es la parte de la pieza informativa donde el reportero aparece a cuadro dirigiéndose a la audiencia. La principal utilidad de este elemento es mostrar a los

televidentes que el informador estuvo, en efecto, en el lugar de los hechos, otorgándole así mayor credibilidad.

Samuel Prieto recomienda lo siguiente respecto al stand up:

- No utilizar un stand up para iniciar la pieza informativa. Lo conveniente es insertarlo durante el desarrollo de la misma o al final
- Procurar que el stand up sea sustancioso, que tenga sentido y que contenga información valiosa para añadir claridad a la pieza informativa.
- Evitar el stand up sólo para dar el crédito a cuadro. De hecho, existen historias periodísticas que no requieren del stand up por la calidad del video o las características del guión.
- Para evitar el riesgo de que el stand up no pueda ser insertado en la historia del día, trate de planear con antelación la estructura del guión y sustraiga de ella la parte que más se adecue para ser traducida en un stand up. Tome en cuenta que, al igual que todos los elementos de la pieza, su aparición a cuadro debe tener una justificación. Entre los usos más frecuentes del stand up, están los siguientes:
  - ✓ Establecer un puente de transición hacia otro ángulo de la historia
  - ✓ Mostrar un elemento o momento importante en el desarrollo de la historia que requiera especial atención.
  - ✓ Referir un elemento informativo para el que no se cuente con el video necesario
  - ✓ Plantear interrogantes que aun están sin respuesta o resaltar asuntos que todavía no están resueltos
- Durante la realización del stand up se recomienda considerar las siguientes normas de producción:
  - ✓ Escoger un escenario que sea relevante para la historia. Para ello se debe tomar en cuenta las sugerencias del camarógrafo sobre la posición de la luz y la estética del encuadre.
  - ✓ Cuando haya terminado de hablar durante la grabación del stand up trate de conservar su posición durante varios segundos hasta que el camarógrafo lo indique. Esto es importante para evitar problemas de edición.
  - ✓ En cuanto a la vestimenta, lo usual es que el reportero utilice traje y corbata para grabar su stand up. En el caso de las reporteras, una vestimenta elegante y sobria es lo más conveniente. Sin embargo, la vestimenta de los reporteros puede variar en función del lugar donde se encuentren. Un ejemplo es que el traje y la corbata no son los más adecuados si el stand up se graba en medio de una selva. El criterio y el buen gusto son las normas básicas en este sentido.
  - ✓ Para la grabación del stand up puede utilizar ropa de colores que preferentemente no sean claros. El blanco está definitivamente descartado con excepción de la camisa cuando se utilice traje. La razón es que el color blanco ocasiona problemas con el iris de la cámara. Evite también prendas con rayas o cuadros para evitar efectos distractores o desagradables al televidente.

**Gráficos.** Son un elemento ilustrativo útil cuando la pieza periodística incluye datos estadísticos, cifras que cuantifican daños, explicaciones de asuntos legales, listas de elementos de una investigación, comparar datos, etc.

Otra forma de gráficos son las animaciones virtuales que se realizan para reconstruir hechos y se utilizan fundamentalmente para resaltar detalles o solucionar la ausencia del video que ilustre la pieza.

**Información del área de investigaciones.** El área de investigaciones cuenta con recursos como internet y otros servicios informativos que pueden enriquecer cualquier reportaje o historia. Pueden solicitarse estadísticas, resultados de encuestas, información a nivel nacional e internacional.

**Grabación de voz.** La "voz en off" de reportajes e historias se puede grabar en la cinta de video para enviarla por microonda o bien por teléfono.

**Orientación técnica.** Cuando así lo crean conveniente, los corresponsales pueden llamar a la Jefatura de camarógrafos o a la parábola de noticias para solicitar información con respecto al equipo que manejan.

**Enlaces en vivo o pregrabados.** Frecuentemente, la producción de los noticiarios y programas informativos requiere la realización de enlaces, particularmente cuando es necesario proporcionar información de última hora sobre un suceso noticioso especialmente importante.

Al realizar enlaces puede considerarse las mismas normas de producción establecidas para un stand up y además solicitar oportunamente a la oficina de información de los estados los requerimientos específicos del productor del programa para el que realizará dicho enlace. Esto es importante porque cada una de las emisiones cuenta con su propia personalidad gráfica y estilo de producción.

Para todo reportero de televisión es indispensable desarrollar ampliamente las capacidades de improvisación y memoria para evitar que su enlace no tenga éxito por ser incoherente, falto de información o poco conciso. De acuerdo con el tema a tratar, cuando no sea posible presentar un "full track", es conveniente planear la utilización de video de apoyo, gráficos, e incluso sonidos para otorgar dinamismo y consistencia a su enlace.

**Sonidos ambientales.** Toda grabación de aspectos debe estar obligadamente apoyada por su respectivo sonido ambiental. Estos sonidos sirven también como puente de transición entre dos párrafos para mostrar momentos climáticos de la historia.

En la redacción no se siguen reglas fijas, sin embargo, pueden ilustrarse los siguientes principios generales del estilo de las noticias:

Eliminar artículos innecesarios.

Incorrecto: El devolvió una parte del dinero

Correcto: Devolvió parte del dinero

Eliminar formas verbales indirectas:

Incorrecto: El juez llegó a una decisión

Correcto: El juez decidió

Eliminar adjetivos, adverbios y preposiciones:

Incorrecto: Un elevado edificio de 18 pisos

Correcto: Un edificio de 18 pisos

Eliminar cláusulas:

Incorrecto: La sequía que hubo en el pasado verano

Correcto: La sequía del verano pasado

Ser cuidadoso en el uso de los tiempos:

Incorrecto: El policía detiene al asaltante y lo lleva a la delegación

Correcto: El policía detuvo al asaltante y lo llevó a la delegación

La voz activa es generalmente más vivida que la voz pasiva:

Incorrecto: El accidente fue presenciado por once personas

Correcto: Once personas vieron el accidente

Los autores de *El reportero profesional* hacen otras recomendaciones:

El reportero escribe desde un punto de vista objetivo, por consiguiente, no usa yo, mi, nosotros, nuestros, en su información. Estos pronombres aparecen en ciertos tipos de información autorizada por la empresa, que son la excepción de la regla.

Incorrecto: El testigo mintió

Correcto: El testigo mintió, según dijo el fiscal

Incorrecto: El juez contó a este reportero que la audiencia había sido suspendida

Correcto: El juez dijo que la audiencia había sido suspendida

El párrafo en las noticias rara vez debe exceder de 75 palabras y puede estar compuesto hasta de cuatro frases, cuatro o cinco líneas a máquina hacen un párrafo bien proporcionado. Las frases breves y sencillas son mejores que las extensas y complicadas.

Incorrecto:

*"El Fondo Nacional de Turismo tiene planeado utilizar en el presente año, más de 160 millones de pesos para la terminación del parque ecológico de Ixtapa-Zihuatanejo, así como el apoyo para el mantenimiento turístico de esta zona del Estado de Guerrero, ya que es de sumo interés del gobierno de la República.*

*seguir apoyando a los destinos turísticos tan relevantes como Acapulco e Ixtapa."*  
(Jorge Arriaga, corresponsal en Acapulco, Guerrero)

Correcto:

Más de 16 millones de pesos se destinarán este año para la terminación del parque ecológico Ixtapa-Zihuatanejo, así lo anunció hoy el Fondo Nacional de Turismo.

El reportero debe establecer explícitamente la fuente de su información:

*"La huelga terminará al mediodía del martes, declaró el dirigente de los maestros."*  
(Lorenzo Hernández, corresponsal en Oaxaca, Oax.)

También puede ocultarse deliberadamente la fuente, para proteger a alguna persona o mantener una ventaja informativa. Sin embargo, el reportero debe señalar la fuente o la autoridad, en cualquier declaración acusadora, así, evita que se le atribuyan informaciones o declaraciones erróneas.

*"El Presidente de la Cruz Roja no está capacitado para el alto cargo que ocupa, declararon voluntarios de la institución."* (Ramiro Ríos, corresponsal en Naucalpan, Estado de México)

La información debe relacionar cada idea, no divagar. Los datos sin orden, pueden producir confusión.

Incorrecto:

*"En aproximadamente una hectárea de terreno, ubicada en la orilla del mar, de la zona dorada de Acapulco, desde hace ocho años, los organizadores del rodeo de medianoche del Festival Acapulco, no han respetado el ordenamiento de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de que en los terrenos que ocupara el ex panteón del ejido de Icacos, se hayan instalado tres secciones de tribunas así como un corral de toros bravos para el espectáculo musical. En donde los cuerpos de los ejidatarios que fueron sepultados aquí están bailando al ritmo de ven, ven, payasito ven, a bailar al rodeo."* (Jorge Arriaga, corresponsal en Acapulco, Guerrero)

Correcto:

Los muertos bailan en el rodeo... Desde hace ocho años, el rodeo de medianoche del Festival Acapulco, ocupa ilegalmente, por lo menos una hectárea del ex panteón del ejido de Icacos, para la instalación de tribunas y un corral de toros, violando así el ordenamiento de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que prohíbe la ocupación de este terreno.

### 3.3. Operación

El trabajo del camarógrafo es imprescindible. Manuel Carrillo, camarógrafo con 15 años de experiencia y actualmente colaborador de la Agencia de Noticias *Reuters* señala que "un buen reportero no es nada sin un buen camarógrafo y viceversa."

"Contar una historia con imágenes y que los espectadores la recuerden por su técnica, contenido o profundidad es la tarea primordial de los video reporteros o camarógrafos. Para ello hay que describir los estándares de calidad que muchas compañías de televisión esperan de sus camarógrafos de noticias."<sup>28</sup>

Aquí se expondrán algunos consejos de Carrillo sobre la rutina de un "reportero de la lente".

Cuando el camarógrafo llega a un lugar, observa el tipo de iluminación y, si es necesario, monta luces adicionales o simplemente utiliza la luz generada por una batería pequeña para destacar un detalle de la escena. También tiene en cuenta el tipo de tomas necesarias para ilustrar mejor la historia.

El elemento clave para el buen funcionamiento de un equipo es la previsión de lo que va a ocurrir en un reportaje; prever qué equipo se va a necesitar, qué tipo de historia es, cómo será narrada y editada y planear las entrevistas. La habilidad de pronosticar estas situaciones surge de las experiencias y de los errores que se cometen en el trabajo diario.

Un camarógrafo experimentado puede prever mucho de lo que ocurrirá en un evento. A continuación se exponen las indicaciones básicas que José Ponce, Jefe de Camarógrafos de TV Azteca considera importantes:

- Abrir las patas del tripié
- Aflojar las llaves
- Ajustar las patas a la altura deseada y cerrar los seguros
- Apretar la fricción del tilt
- Colocar la cámara en la cabeza del tripié y cerrar el seguro
- Revisar que la cámara esté correctamente balanceada en horizontal
- Colocar dos patas del tripié de frente a la dirección de la toma
- Mantener una batería cargada y un cassette completo dentro de la cámara
- Encender la cámara
- Grabar 15 segundos de barras y si se cuenta con tono de audio a 0db
- Mientras se graban las barras ajustar la brillantez y contraste de la imagen del view finder
- Limpiar perfectamente con una gamuza el cristal del view finder y las manchas del lente, estas son visibles a contraluz
- Examinar las condiciones de luz en las cuales se va a grabar
- Seleccionar un filtro apropiado en la rueda. 1 para luz artificial, 2,3,4 para luz de día
- En el caso de las cámaras Panasonic sin filtros se puede usar en el frente del lente un filtro de densidad neutra
- Mover el switch a memoria "A" de ajuste

28. Carrillo, Manuel Reuters; "El Trabajo de Camara", documento interno, México, 1999, p.1

- Ajustar a negros una vez al comienzo del día o en cambio extremo de temperatura de luz
- Ajustar a blancos con una hoja blanca o si hay nubes blancas hasta que el mensaje "WB OK" aparezca junto con la medición de la temperatura
- Decidir el audio que se va a usar
- Conectar un cable al canal 1 como fuente principal, canal 2 como fuente secundaria
- Controlar manualmente el canal 1, controlar en automático en canal 2 (micrófono de ambiente)
- Asegurar que los switches de entrada de audio estén correctos front mic para el micrófono de la cámara, Rear mic para el micrófono que se conecta atrás, Rear linea para una línea de audio conectada atrás.
- Monitorear el audio que está siendo grabado. Seleccionar el canal que se quiere como "monitor select" 1 o 2
- Apuntar la cámara al sujeto que se va a grabar, afocar, encuadrar y grabar
- Exponer las imágenes con el iris manual. Apoyarse con el marcador de cebra como indicador en el view finder. El patrón de cebra representa un valor de exposición manual, toma tiempo controlarla pero se tiene una calidad superior de video. Si no se confía con la exposición manual cambiar a automática.

Hay camarógrafos que creen que para cubrir noticias no hace falta un tripie, algunos no lo usan ni para una conferencia de prensa a menos que se tenga un brazo muy estable, sin embargo, hay que usarlo, la toma se verá mejor. Cumplida esta regla se empieza a lograr la calidad.

Es una regla muy estimada por los editores que todo zoom, panning o tilt dure un mínimo de seis segundos de toma fija antes de iniciar el movimiento, éste no debe durar mas de cinco segundos y la toma debe terminar con otros seis segundos de plano fijo.

Manuel Carrillo revela secretos y hace las siguientes precisiones en la técnica de la cámara.

**Balance de blancos.** A veces cuesta mucho esfuerzo y paciencia obtener las imágenes pero los editores no quieren usarlas por estar azules, así que hay que tomarse el tiempo necesario para realizar un balance correcto de blancos, en especial por la madrugada o al atardecer cuando la temperatura de luz varía muy rápidamente. Nunca se debe confiar en los balances prefijados (preset).

**Iris automático.** Causa sorpresa que algunos sigan usando el iris automático pues los resultados son terribles, la exposición manual exige práctica pero marca una diferencia entre un video con variaciones y uno de calidad uniforme.

**Ganancia.** En una situación de baja condición de luz se puede usar 9db de ganancia, pero es mejor evitarlo siempre que se pueda, la ganancia es más visible



cuando hay mucha oscuridad en el cuadro como en tomas nocturnas. Una ganancia de 18db sólo debe usarse cuando es imposible usar luces.

**Sonido.** La calidad del sonido debe ser tan importante como la calidad de las imágenes, tanto el ambiental que recoge el micrófono del frente como el que se obtiene por los micrófonos conectados atrás de la cámara.

Desafortunadamente no todos cuentan con los micrófonos adecuados para esta tarea. El shotgun recoge un buen sonido a un metro del sujeto y es una regla mantenerlo fuera de cuadro. El micrófono de mano recoge bien el audio a 40 centímetros y el tipo lavalier para las entrevistas, cuidando ocultar los cables y colocarlo de preferencia en la solapa con su protector de viento si se encuentran en el exterior para impedir el ruido.

**Entrevistas.** La preparación de una entrevista debe ser hecha con rapidez y se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Observar el espacio antes de iluminar
- Visualizar la toma antes de instalar el equipo
- Decidir si la luz existente puede ser usada para iluminar al sujeto, o si debe ser bloqueada o reforzada, neutralizar ruidos como teléfonos, aire acondicionado y cerrar puertas.

La cámara debe colocarse en una altura y posición adecuada para tener una buena composición: plano largo, plano medio y un close up desde el mismo sitio. Se debe fijar la posición de los asientos y crearse un fondo interesante (background).

La iluminación de la entrevista es muy importante pues debe lograrse un buen nivel de video y crear interés y profundidad de campo dentro del cuadro. Lo primero es contar con una luz principal colocada al lado del reportero, su propósito será iluminar al entrevistado.

Una luz suave mejora la apariencia, una luz cálida ocasionará reflejos en la cara o anteojos. La intensidad de la luz se puede suavizar con gasas o filtros difusores y luego colocar una luz posterior en sentido opuesto a la principal cuyo objetivo será delinear y separar al sujeto del fondo, cuidando que la luz no refleje en el lente. La tercera luz es relleno y debe ser suave para eliminar la sombra proyectada por la luz principal y por último se iluminará.

**Cruce de línea.** Un punto importante es el evitar el "cruce de la línea". Esto significa no cambiar el eje de posición de la cámara y ocurre al mover la cámara para grabar la toma del reportero preguntando. El encuadre debe estar en el mismo lado de una línea imaginaria dibujada entre el reportero y el entrevistado.

**Stand up.** Debe encuadrarse en un área de uno a dos tercios del radio del cuadro. Si el fondo requiere ser enfatizado, el reportero debe ser un tercio del cuadro y

viceversa. El reportero debe destacarse más que el fondo, con un reflector de sol o un "frezzi" en el caso de un exterior.

Hay que evitar los párpados cerrados por el sol que prevalecen al mediodía, el reflector debe ser empleado con luz de sol y colocarse a 45 grados de ángulo por encima de la cabeza del reportero. El reflector puesto por debajo lastimará la vista y creará un efecto de "cara de Drácula".

En días nublados o lluviosos el "sungun" con filtro dicróico debe ser colocado a una distancia no mayor a dos metros de la cara del sujeto. El punto aquí es ayudar a destacar la cara y poner un destello en sus ojos.

La cámara debe estar al menos a la altura de los ojos. Hay que tratar de no cortar el cuadro a la altura de una unión del cuerpo. No se debe cortar el encuadre a la altura de codos, hombros o cintura. Hay que encontrar el corte entre las uniones del cuerpo, por ejemplo un corte entre la cintura y el esternon luce bien.

Por último, se deben mantener los cables fuera de la toma. Cuidar que el reportero luzca agradable y bien peinado. Un poco de maquillaje y una ocasional sonrisa ayudan mucho.

Juan Luis Marin, camarógrafo de noticias de TV Azteca, considera que se debe evitar lo siguiente:

1. Las distancias exageradas
2. Sombras en las paredes
3. Luz demasiado dura
4. Plantas detrás que parecen comerse al sujeto
5. Luz principal del lado equivocado
6. Ventanas que brillan
7. Miembros cortados
8. Sujetos pegados a la pared
9. Luz mezclada (interior-exterior)
10. Sombras y reflejos en los anteojos
11. Cables de micrófono
12. Falta de profundidad
13. Excesivo contraste
14. Tomas que marean

"Tu equipo es como tus manos, como tus ojos y tienes que cuidarlo al final de cada jornada. Debes revisarlo y dejarlo listo. En caso de que ocurra un evento importante por la noche tú sólo tienes que tomar tu cámara, luces, la maleta con baterías, cassettes, cables y el tripie para salir a grabar.

Estar preparado comienza con un mantenimiento básico de tu equipo. Cada operador de cámara es responsable de su equipo. Mantén limpio el lente y el view finder. A diario con una gamuza y con una brocha

remueve el polvo acumulado en el cuerpo de la cámara especialmente en los controles de audio, switchs. Inserta un cassette limpiador en tu cámara una vez por semana. Corre cinco segundos play el cassette para limpiar las cabezas y así todo tu equipo estará listo para salir a grabar." <sup>(29)</sup>

Así, con estos elementos, tanto los de redacción como los de producción televisiva, el corresponsal se convertirá en reportero y camarógrafo a la vez. Lo mismo sabrá escribir una buena nota como captar la mejor imagen. Debe entonces, proyectar en papel y en la cinta la mejor noticia.

29. Ibidem, p. 7

## CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo pude comprobar que un manual de redacción y manejo de cámara para corresponsales nacionales de TV Azteca es necesario pues hasta el momento los documentos que existen dentro de la empresa, son muy escuetos y no incluyen el manejo de cámara portátil.

El manual que aquí presenté comprende los tips, bases y reglas tanto del trabajo del reportero como del manejo de cámara portátil de televisión que ayudarán al corresponsal a realizar su trabajo con mayor calidad y en menor tiempo.

Después de ahondar en el tema de la comunicación organizacional -que se encarga de integrar a los empleados de una empresa a los objetivos que ésta persigue- pude comprobar que el manual para empleados es el documento que mejor explica las funciones, objetivos e información que el personal pueda necesitar, ya sea de nuevo ingreso o para simplemente actualizarse.

La importancia de este documento es que ayudará a desarrollar y perfeccionar técnicas que la mayoría de los corresponsales de TV Azteca desconocen o que realizan equivocadamente y que les ahorrarán tiempo y esfuerzo, como el consultar las fuentes, leer diariamente los periódicos locales y tratar de incluir entre sus instrumentos de trabajo una computadora portátil (lap top) y un teléfono celular.

Este manual tiene también una descripción actualizada y detallada de las actividades de cada proceso del trabajo de un corresponsal y de cada uno de los integrantes de la oficina de estados en la Ciudad de México. Además contiene la información, instrucciones, políticas, procedimientos y organización de Fuerza Informativa Azteca.

Con este instrumento de trabajo, el corresponsal conocerá la historia de TV Azteca, sabrá cuando, cómo, dónde y por qué nació y bajo que estándares se rige. Conocerá también brevemente al grupo que adquirió la televisora y entenderá el por qué de sobresalir y elevar la calidad de la información pues se compite contra un monstruo electrónico que es Televisa.

TV Azteca tiene como objetivo ser la mejor televisión de habla hispana del mundo y su misión primordial es entretener e informar a la sociedad. De ahí que sus metas se basen en presentar la información de una manera clara, objetiva, breve, pero sobre todo vista desde el punto en que nos afecta como individuos, familias y sociedad.

Los noticieros de Fuerza Informativa Azteca han adquirido gran audiencia y en su mayoría son conducidos por jóvenes, de ahí que el corresponsal debe centrar su atención en la información que sea del interés de la juventud.

La barra de noticieros de Fuerza Informativa Azteca está compuesta por un espacio matutino, de 6 a 8:30 de la mañana, uno vespertino, de 3 a 4 de la tarde; dos nocturnos, a las 9 y 10 de la noche; uno sabatino que se transmite de 3 a 4 de la tarde y uno dominical nocturno. El corresponsal debe proveer de información a todos ellos, con una versión diferente para cada uno o por lo menos con una actualización.

En el segundo capítulo abordé el concepto y funciones del corresponsal quien para TV Azteca es considerado un reportero más, que tiene la obligación de reportar todos los días las actividades políticas, sociales, económicas, culturales y otras que considere de trascendencia y que ocurran en su Estado o en su ciudad.

Este reportero de los estados debe enviar información por fax, correo electrónico o vía telefónica a la oficina de estados en la Ciudad de México, misma que la seleccionará y corregirá para ofrecerla en la junta de formación de cada espacio informativo.

Quando el jefe de información decida incluir una nota del corresponsal, éste debe pedir tiempo de envío por microonda o satélite y enviar su propuesta de guión para grabar la nota vía telefónica. El guión debe incluir los insertos textuales de sus entrevistados y debe tratar de enviar solo el fragmento de la entrevista en donde se ubica el sonido. Aquí es indispensable el trabajo del camarógrafo, si es que lo hay, quien revisa y tiene seleccionados los 10 o 12 minutos de material que será enviado a la central de parábola en México.

Lo más importante del trabajo del corresponsal es mantener constante comunicación con la oficina de estados, pues puede haber recomendaciones extra sobre la información o un enfoque especial sobre la nota que está trabajando.

El corresponsal también debe saber que cuenta con el apoyo de las televisoras locales, si es que su ciudad cuenta con una de ellas. La local usualmente se encarga de cubrir los actos oficiales y el corresponsal se dedica a los reportajes especiales encargados desde la oficina de estados en México.

A lo largo del presente trabajo pude concluir que TV Azteca tiene cubiertas las principales ciudades del país, sin embargo, falta un corresponsal fijo en Aguascalientes, Tlaxcala y según mi apreciación, uno más en el Estado de México que puede ubicarse en la zona oriente como Ciudad Nezahualcóyotl o quizá en Texcoco.

Respecto a las televisoras locales puedo señalar que éstas deben considerarse un corresponsal más pues muchas veces se conforman con transmitir sólo para su noticiero local sin avisar a la oficina en México, que es mucho más importante y que debe ser prioridad. Esa es una de las fallas que tiene el área de corresponsales en cuanto a la rapidez de la información.

Respecto al propio manual de redacción y manejo de cámara para corresponsales nacionales de TV Azteca, quiero señalar que me basé en consejos y recomendaciones de ex jefes del área de corresponsales y en cuanto a cámara recibí orientación por parte del jefe de camarógrafos de la televisora.

Lo que yo considero primordial dentro de estos consejos es el hecho de que se está trabajando para televisión y aunque el corresponsal logre tener la mejor historia, si la imagen no sirve, la nota tampoco sirve.

El corresponsal debe asumir que tiene la responsabilidad de comunicarse desde temprano y avisar los eventos que tendrá durante el día, así como recibir instrucciones de alguna asignatura especial. Con esto se asegura también la apertura de tiempo de microonda o satélite.

Un papel importante lo ocupa la oficina de Estados pues ésta tiene como obligación auxiliar y colaborar en todo al corresponsal. La oficina está conformada en cada turno por cuatro encargados de la información y producción, un coordinador de información, un encargado de asuntos administrativos y un coordinador general.

Los encargados de información son los primeros que revisan la nota escrita, la transcriben y envían a corrección de estilo. Cuando ya esta corregida se pasa por fax al corresponsal para que grabe vía telefónica y se entrega a los encargados de producción quienes reciben el material de video por microonda o satélite, reciben la voz del corresponsal y arman la nota tal y como pasará al aire.

El coordinador de información es quien recopila las ordenes de trabajo de todos los corresponsales y arma un menú de notas que se presentará en la junta de formación del noticiero en turno. El es quien recibe las indicaciones especiales o cobertura especiales por parte de los jefes de información de área o del productor del noticiero, según lo que se acuerde en la junta de formación.

Las funciones administrativas del área como trámite de viáticos, reembolsos, pagos de honorarios, solicitud y confirmación de tiempos de microonda y satélite están a cargo del responsable de asuntos administrativos. Por su parte el coordinador general es quien integra el trabajo de la oficina, corresponsales y enviados especiales.

En cuanto a la redacción, el corresponsal de TV Azteca debe tener en cuenta que las notas pueden presentarse en tres formas: texto, texto sonido o grabación, mejor conocida ésta última como full track, en el argot televisivo.

El texto es una breve nota informativa, de no más de 30 segundos de duración y que lee el conductor a cuadro. Este tipo de información se acompaña de una pista de imágenes pregrabadas por el corresponsal o de archivo.

El texto sonido es de igual forma una nota informativa de no más de 30 segundos acompañada de una fracción de una entrevista. Esta nota la presenta también el conductor a cuadro, se ilustra con una pista de imagen y finalmente da pie al sonido elegido, acompañado siempre, de un "super" o identificación -nombre y cargo- del entrevistado. El corresponsal deberá siempre señalar textualmente el sonido elegido e indicar nombre y cargo del entrevistado. Si envía algunas otras entrevistas más, debe indicar también la forma en que el entrevistado está vestido o el lugar en que se hizo la entrevista para ubicarlo rápidamente.

El full track es la forma idónea de presentar una nota. Cuando la información parece importante o está trabajada de forma interesante, el jefe de información determina que se haga en versión de full track. Un corresponsal debe pensar siempre en que sus notas sean full track.

La grabación o full track tiene una duración de más de un minuto. Cuando es un reportaje especial o se trata de la nota del día puede durar hasta seis minutos, todo un bloque del noticiero. Este tipo de nota incluye varias entrevistas además de que se pueden utilizar gráficos, sonidos ambientales e imagen de archivo para reforzarla. Lo que aquí prevalece es la creatividad y estilo del reportero para que la nota atraiga y capte la atención del televidente.

El full track incluye información general sobre el tema, una o varias entrevistas que la apoyen, un stand del reportero como puente o salida y puede utilizar también gráficos e imagen de apoyo de ser necesario. Para redactar el full track, el corresponsal puede tomar una historia base y sobre ella ejemplificar el problema o situación a la que se refiere.

En la cuestión de la operación de la cámara hay que señalar que la imagen es la materia prima principal del reportero. Si no hay imagen, no hay nota. No es posible hablar de un atentado o de un desastre natural si no lo estamos viendo. El corresponsal debe saber que trabaja para televisión y que prácticamente debe esforzarse en conseguir la mejor imagen.

Durante una conferencia o evento, mientras el reportero solicita información sobre el tema, el camarógrafo es el encargado de buscar el mejor lugar para grabar. Debe procurar que sea de frente o en todo caso lo más centrado posible pues de en un extremo sólo logrará grabar un ángulo del o los conferencistas.

También debe checar la iluminación, y si es necesario deberá montar luces adicionales. El elemento clave de un buen camarógrafo, es el prever qué tipo de historia es, cómo será narrada y qué necesitará, por ello debe estar en constante comunicación con el reportero. Debe casi adivinar las tomas que el reportero necesitará para su historia.

La ventaja que tiene el corresponsal sobre el reportero de la televisora es que trabaja a diario con su camarógrafo, o muchas veces es él mismo el camarógrafo, de ahí que se compaginen y puedan trabajar en estrecha coordinación. Un

reportero de TV Azteca México tiene el inconveniente de trabajar diariamente con un camarógrafo distinto y por lo tanto, debe señalarle a cada uno lo que requiere para armar su nota.

Fuera de todo consejo técnico, el camarógrafo debe saber que su equipo es como sus manos y sus ojos, así que debe darle un constante mantenimiento y estar pendiente siempre del envío por microonda porque de ello depende el trabajo del reportero, del personal de la oficina de estados, del editor, del productor, del conductor y de la misma televisora. Si la imagen llega bien a la oficina de estados en México, puede sacársele provecho al 100 por ciento, puede explotarse y hacerse una versión diferente con tomas diferentes para cada noticiario, de lo contrario, servirá sólo para un texto que se usará cuando mucho en dos emisiones.

Los principales errores de los camarógrafos de los estados son el cortar las articulaciones de los entrevistados, falta de luz, las sombras en las paredes, reflejos en anteojos y tomas que marean, entre otros. Por ello, deben prestar atención a los consejos que el Jefe de camarógrafos hace en el presente trabajo.

Y después de esta investigación he concluido que un manual de redacción y manejo de cámara para corresponsales de TV Azteca facilita el trabajo de la oficina de estados en México pues así, ésta contará con información clara y precisa por parte de las corresponsalias. Este es a largo plazo, el inicio de todo un programa de capacitación para la red de corresponsales que redundará en la calidad de los noticiarios.



## BIBLIOGRAFÍA

- Baena, Paz Guillermina; Instrumentos de Investigación (manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales), UNAM, FCPyS, México, 1978.
- Bornman, Ernest; La comunicación, un problema de la organización Moderna Bilbao, 1974, Deusto.
- Boza, Ibarra Adrián; Manual para producciones de televisión, Tesis, UNAM, México, 2001.
- Carrillo, Manuel Reuters; "El Trabajo de Cámara", documento interno, México, 1999.
- Castellot, Gonzalo; La Televisión en México, Edamex, México.
- Chruden, J. Erherbert y Sherman W. Arthur Jr.; Administración de personal, Compañía Editorial Continental, México, 1998.
- De la Mota, Ignacio H.; Enciclopedia de la Comunicación, Noriega Editores, México, 2000.
- Fernández, Collado Carlos; Comunicación Organizacional, México, Trillas, 1997.
- Goldhaber, G.; Comunicación Organizacional, Diana, Mexico, 1989.
- González, Reyna Susana; Manual de Redacción e Investigación Documental, Editorial Trillas, México, 1990.
- Hersh, Carl; Producción televisiva, Editorial Trillas, México 1995.
- Pardinas, Felipe; Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales, Siglo XXI, México, 1970.
- Prado, Ramírez Julieta; Los corresponsales nacionales de TV Azteca, Tesina, UNAM, México, 2001.
- Prieto, Rodríguez Samuel; TV Azteca, "Manual de operaciones para la oficina de informacion de los estados, corresponsales y enviados especiales", documento interno, México, 1999.
- Miranda, Vanegas Ofelia Teresa; La importancia del manual de organización para la empresa, Tesis, UNAM, México, 1996.

Morales, Piña Georgina; El Trabajo de un calificador dentro de la videoteca de noticias de Televisión Azteca, Tesis, UNAM, FCPyS, México.

Nosnik, Abraham; "El papel del investigador de la comunicación en la práctica de las organizaciones", en Sánchez Ruiz (comp.), La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas, Universidad de Guadalajara, México, 1988.

Rincón, González Juan Andrés; "La comunicación organizacional: redefinición de una profesión en el siglo de la comunicación por computadora", ponencia, abril de 1998, Tlaxcala, México.

Rodríguez, Pineda Raúl; "Los corresponsales nacionales", en Entre socios, Revista de los trabajadores de TV Azteca, No. 37, enero de 1999.

Rojas, Soriano Raúl; Guía para realizar investigaciones sociales, Editorial Plaza y Valdes, México, 1995.

Schmelkes, Corina; Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (tesis), Editorial Harla, México.

Stanley, Jonson y Hanis Julian; El reportero profesional, Editorial trillas, México 1986.

Taborga, Huascar; Cómo hacer una tesis, Editorial Grijalbo, México, 1980.

Terry y Franklin; Principios de administración, Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V.

Villanueva, Ernesto; Códigos Europeos de Ética periodística, un análisis comparativo, Fundación Manuel Buendía, Mexico 1996.

Vivaldi, Martín Gonzalo; Curso de redacción, Editorial Parinfo, México, 1997.

#### TESTIMONIOS:

Nieves, Muñoz María Dolores; ex Jefa de corresponsales nacionales , TV Azteca, diciembre 2000, México, D.F.

Marín, Herrera Juan Luis; camarógrafo de Noticias, TV Azteca, Noviembre 2001, México, D.F.

Ponce, José; Jefe de Camarógrafos de Noticias, TV Azteca, Octubre 2001, México D.F.

Prieto, Rodríguez Samuel; ex Jefe de Corresponsales nacionales, TV Azteca, abril 1999, México, D.F.

Rodríguez, Pineda Raúl; ex Jefe de corresponsales nacionales, TV Azteca, diciembre 1998, México, D.F.

Ruiz, Castillo José Daniel, camarógrafo de Noticias, TV Azteca, noviembre 2001, México D.F.

#### PÁGINAS DE INTERNET:

[www.hechostvazteca.com.mx](http://www.hechostvazteca.com.mx), Página de noticiarios de TV Azteca, consultada en noviembre del 2001