



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO



CLAVE 8793-24

**“ANÁLISIS ORGANIZACIONAL Y DE PRODUCCIÓN  
DE LOS NOTICIARIOS RADIOFÓNICOS EN CELAYA  
(CASOS CORPORACIÓN CELAYA Y TELERADIO)”**

**T E S I S**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:  
ELVIRA NAYELI LARA TREJO

ASESOR:  
LIC. GUILLERMO GARCÍA RODRÍGUEZ

CELAYA, GUANAJUATO, NOVIEMBRE 2005



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN

## CAPÍTULO I

### ANTECEDENTES

1.1	Antecedentes de la radio en México.....	2
1.2	Historia de la radio en Celaya.....	7
1.3	Antecedentes del periodismo radiofónico en México.....	14
1.4	Historia del periodismo radiofónico en Celaya.....	18

## CAPÍTULO II

### PERIODISMO RADIOFÓNICO Y SUS GÉNEROS

2.1	Periodismo radiofónico actual en México.....	22
2.2	Periodismo radiofónico actual en Celaya.....	27
2.3	Géneros periodísticos utilizados en la radio.....	29
2.4	Aplicación y características de cada género.....	31

## CAPÍTULO III

### ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS NOTICARIOS RADIOFÓNICOS

#### ASÍ SUCEDE Y TELERADIO

3.1	Estructura organizacional de los noticiarios locales .....	39
3.2	Actividades de cada puesto en Corporación Celaya Radio.....	43
3.3	Perfil requerido para cada puesto en Corporación Celaya Radio.....	49
3.4	Estructura de producción de Corporación Celaya Radio.....	50

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA ORGANIZACIONAL PARA UN NOTICARIO LOCAL EN CELAYA GTO.**

4.1 Importancia de la comunicación interna.....	59
4.2 Análisis de puestos.....	66
4.3 Propuesta de organigrama.....	74
4.4 Perfil Organizacional.....	81
4.5 Estructura de producción de un programa noticioso.....	82
4.6 Actividades de cada puesto.....	86
4.7 Perfil idóneo para un puesto noticioso.....	88

### **CONCLUSIONES**

### **BIBLIOGRAFÍA**

## INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo es una investigación realizada a las dos empresas noticiosas radiofónicas de la ciudad de Celaya Guanajuato, Noticiarios Teleradio y Así Sucede, vistas desde el punto organizacional, es decir como empresa misma, ya que es claro que en la actualidad la competencia mediática es cada vez mayor y esto a su vez exige mayores esfuerzos tanto en su estructura organizacional como en su producción , todo con el fin de ser empresas de calidad y noticiarios cada vez con más radioescuchas , es por eso que en éste trabajo hago especial énfasis en la importancia de una buena estructura y comunicación interna que a toda empresa con visión de superación y en mejora de la misma debe interesarle.

En el capítulo uno presento una recopilación informativa sobre los antecedentes e historia de la radio tanto nacional como local, con esto podemos conocer cómo estaba constituida la radio de aquellos años y de cómo gracias a ésta las radiodifusoras actuales son lo que son, claro está que para conocer o analizar el presente hay que conocer el pasado y eso es lo que pretendí al investigar la historia de la radio celayense, pues así se podrá comprender el funcionamiento de las nuevas generaciones de la radio.

Posteriormente menciono el periodismo y sus géneros , los cuales son la forma en que puede ser expresado el periodismo y que el reportero utiliza para darle sentido a su información noticiosa, en este capítulo muestro cómo está compuesto el cuadrante radiofónico de la ciudad de México y de Celaya en la actualidad, con lo cual es evidente la cantidad de noticiarios con que la ciudad de México cuenta en comparación con nuestra ciudad y los cuales siempre servirán de parámetro o referencia de cualquier noticiario local.

Lo cual nos lleva en el capítulo número tres a realizar un análisis de la forma en que se organizan y estructuran los noticiarios ya mencionados, así como la importancia de una buena comunicación interna , el análisis de puestos y otros términos referentes a la organización y desempeño de las labores dentro de la empresa , así también se muestra la forma en que organizan la producción del noticiario mismo, toda esta información nos permitirá conocer en qué aspectos están mal o en cuáles están bien , para así poder ofrecer una posible sugerencia para la mejora de sus empresas.

Y es precisamente de los resultados obtenidos del capítulo tres que para el cuarto y último capítulo se puede mostrar una propuesta o sugerencia de los puntos tanto organizacionales como de producción que podrían beneficiarlos y está claro que ambas empresas son fuertes y cuentan un mercado estable y éxito, pero tendrían mucho mas como noticiarios y como empresas mismas si prestaran un poco mas de atención en la organización y comunicación de sus empresas y todo esto se vería reflejado en un ambiente laboral mas estable en donde sus trabajadores contarán con la motivación y la instrucción de las labores a desempeñar correctas y sobre todo crear un espíritu organizacional en toda la empresa.

# CAPÍTULO

# I

ANTECEDENTES

## 1.1 ANTECEDENTES DE LA RADIO EN MÉXICO <sup>1</sup>

El primer factor que hizo posible la existencia de la radiodifusión privada en México fue, aunque parezca obvio afirmarlo, la garantía misma de la existencia de la propiedad privada consagrada en la constitución de 1917. Para propiciar el desarrollo de la radiodifusión en el país era necesaria, según la concepción del Estado la participación de capitales privados (mexicanos) pues no tenía la capacidad económica para instalar un número grande de estaciones y además carecía del aparato administrativo necesario.

Los registros indican que fue el ingeniero Constantino de Tárnava, el iniciador de la radio en México, ya que en 1919 instala en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, la primera estación experimental en nuestro país. El 9 de octubre de 1921 su proyecto radiofónico se consolida al inaugurar la emisora CYO, posteriormente identificada como XCH.

Los datos disponibles señalan que en realidad Agustín Flores y José Valdovinos lanzaron al aire el 27 de septiembre del mismo año desde la ciudad de México la primera transmisión oficial desde el palacio legislativo.

El primer programa radiofónico se origina la noche del 27 de septiembre de 1921, en una cabina construida en la planta baja del desaparecido Teatro Ideal en la Ciudad de México. La estación, propiedad de los hermanos Adolfo y Pedro Gómez, así como de Francisco Barra Villela.

---

▪ <sup>1</sup> BOHMANN KARIN, "Medios de comunicación y sistemas informativos en México", 2da edición, Ed. Alianza, México, 1994, p.87-101. [www.ull.es/publicaciones/latina/a/02firving3.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02firving3.htm)



En junio de 1922 se funda la Liga Nacional de Radio con el fin de intercambiar experiencias entre sus creadores los cuales eran aficionados de este medio, ya en 1923 surgen 2 asociaciones más: el club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros, los 3 hacían sus reuniones en la liga nacional de la radio, que fue el antecedente de lo que hoy conocemos como la Cámara Nacional De la Industria de la Radio y la Televisión.

En 1923 se inauguran, entre otras, las emisoras CYL conocida como El Universal Ilustrado, La Casa del Radio, propiedad de los señores Raúl Azcárraga y Félix F. Palavicini y la CYB -hoy conocida con las siglas XEB- de la compañía cigarrera El Buen Tono.

En este mismo año el actual presidente de la república Álvaro Obregón pidió a la Liga Central de Radio que redactara una iniciativa de Ley, ésta fue aprobada en septiembre de ese año y así se otorgaron las primeras concesiones radiofónicas.

Más tarde el 18 de septiembre de 1930 El Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta crea la XEW, la cual es parte aguas en el desarrollo radiofónico y uno de los imperios radiofónicos privados mas grandes de aquella época. Con una señal que llegaba a todo el país y a toda América Latina, la estación obtuvo gran popularidad gracias a sus locutores y artistas que llegaron a ser actores de la época de oro del cine nacional.

Años después Azcárraga compro emisoras que ya existían en la provincia y creo otras nuevas en las ciudades mas importantes de la república, así para 1938 contaba con un total de 13 estaciones.

El 31 de octubre de 1938 Azcárraga formo la cadena XEQ con ayuda de la Columbia Broadcasting Systems (CBS) iniciando con un total de 15 estaciones compradas o nuevas.

En 1941 surge Radio Programas de México como una nueva opción para los radioescuchas, sus fundadores fueron los señores, Emilio Azcárraga y Clemente Serna Martínez. Así para fines de 1945 había 162 estaciones en México de las cuales casi la mitad tenía relación con las cadenas norteamericanas CBS y NBC.

Más adelante con los avances tecnológicos la radio no se queda atrás, por lo que se empieza a experimentar con la frecuencia modulada (FM), todo esto a finales de la década de los cuarentas. En 1952, Don Federico Obregón Cruces instala la primera estación de tipo, la XHFM-FM, misma que permanece hasta el año de 1957. En 1955, el señor Guillermo Salas Peyró logra darle un impulso real a la FM al instalar, en la capital del país, la XEOY-FM, primera emisora en América Latina que transmite en sistema estereofónico.

De los años 60 a principios de los 80, la radio mexicana fue entrando en un impasse derivado por la fuerza de la televisión. Los jugadores del campo, expertos en la musicalización, guionismo, representación, etc, tuvieron que

dedicarse a otras actividades como el doblaje de películas o a la elaboración de boletines oficiales del estado.

En 1985 el número de radioescuchas es mayor en la frecuencia FM que en la de AM en la ciudad de México, debido a que las primeras podían transmitir en estereofonía, es decir que podían difundir 2 señales simultáneas a través de dos canales.

<sup>2</sup>La segunda mitad de los noventa se caracterizó por las alianzas entre los grupos radiofónicos lo cual trajo para dichos grupos radiofónicos una derrama económica más importante y mayor número de radioescuchas, este fenómeno se dio principalmente en las grandes ciudades como: Monterrey, Guadalajara y El Distrito Federal.

Así, por ejemplo, la familia Vargas, de tener una sola estación en los años setenta (Stereorey), convirtió a su empresa (actualmente MVS Comunicaciones) en uno de los grandes grupos de comunicación en México con inversiones no sólo en radio, sino también en televisión y radio restringidas.

La pretendida fusión entre grupo Radio Centro y Televisa en un primer momento y después entre grupo ACIR y Televisa, es otro ejemplo importante de esta tendencia.

La radio como negocio ahora ha llamado la atención de otras fuertes empresas como Televisión Azteca y Pegaso, con lo cual es probable que la estructura de la radio mexicana siga cambiando notoriamente.

---

<sup>2</sup> [radiomexicana.tripod.com.mx](http://radiomexicana.tripod.com.mx)

El 2000 fue, en muchos aspectos, un año muy positivo para la radio comercial. La importante derrama de recursos, producida por las campañas políticas, el surgimiento de nuevas emisoras, el refrendo de varias decenas de estaciones en el país lo cual tranquiliza a fuertes empresarios de la industria, las alianzas entre diferentes grupos de radiodifusión y los polémicos cambios de conductores de noticiarios que generaron expectación entre radioescuchas, fueron hechos que contribuyeron a que la radio retomara una mayor relevancia social, económica y política si lo comparamos con lo sucedido en años anteriores.

De igual forma, los radiodifusores pusieron en la mesa de discusión el controvertido tema del denominado tiempo fiscal del 12.5 por ciento que las estaciones de radio y televisión deben otorgar al Estado y sentaron las bases para revisar con el gobierno de Vicente Fox los alcances del decreto de su creación en 1969. También hubo avances legales significativos para la implantación en México de alguno de los sistemas existentes de radio digital, mientras continúa la aletargada evaluación de las normas existentes en Europa, Canadá y Estados Unidos. En el caso de la radio estatal, educativa y universitaria, la situación fue igualmente buena en términos generales. La realización de la Tercera Bienal Latinoamericana de Radio y del Primer Simposium Internacional de la Radio cultural, la aparición de una nueva estación de FM del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) en la Ciudad de México, el otorgamiento de más permisos para operar emisoras en el norte del país, el cambio del mismo IMER a la Secretaría de Educación Pública, así como la llegada de nuevos directores a Radio Educación y Radio UNAM, son signos positivos de una radio que desde hace años lucha por mantenerse como una alternativa de entretenimiento, difusión de la cultura e información frente a la avasalladora presencia de las radiodifusoras comerciales.

## 1.2 HISTORIA DE LA RADIO EN CELAYA <sup>3</sup> \*

La historia del surgimiento de la radio en Celaya es algo que la mayoría de las personas desconoce y que solo unas cuantas personas, las cuales trabajaron en su juventud para la radio Celayense conocen, puesto que no existen documentos o libros que contengan dicha información, es por eso que se recurrió al testimonio narrado por uno de los pioneros de la radio, el cual guarda fielmente en su memoria todo lo sucedido en los inicios de la radio en Celaya.

1938 es el año en que se tiene el primer registro de la aparición de una radiodifusora en la ciudad de Celaya, sus siglas eran la **XEJT** que posteriormente la empresa Nieto y compañía compraría para convertirla en 1942 en la **XENC**, estas dos últimas letras de sus siglas hacían referencia a las iniciales de sus dueños.

Posteriormente el 13 de septiembre de 1952 surge la segunda radiodifusora, la XEY mejor conocida como la **Y** a cargo del Sr. Rafael Zamarróni Arroyo que transmitía desde sus instalaciones ubicadas en la calzada independencia, arriba de lo que un día fue el cine encanto, con una potencia de 1000 watts y el gran esfuerzo humano de quienes trabajaban en ella, ya que en esa época un locutor era multifuncional, pues lo mismo conducía un programa de sociales como era comentarista deportivo e incluso animador y todo por el mismo sueldo, sin embargo esto no importaba ya que el amor y respeto a la radio bien valían el esfuerzo.

Solo por mencionar algunos locutores se encontraban: Martha Valenzuela, Francisco Zúñiga Ruiz, Luis Pérez Mancera, Pedro León, Pablo Enrique

---

<sup>3</sup> LARA MOLINA Jesús, “Stereo Digital: proyecto de vanguardia para la creación de una nueva emisora” (tesis), Escuela de comunicaciones de la ULSAB, Celaya Gto, 1998. p.32-37

\* Entrevista realizada con el Sr. Guillermo Zamarróni Suárez, pionero de la radio en Celaya.

Rebsamen, Luis Pérez Pulido y Héctor Martínez Serrano quien después se convirtió en locutor de la XEW y actualmente trabaja para Radio Formula, todos estos hombres y mujeres fueron los pioneros de la locución radiofónica en Celaya y trabajaban movidos por la gran pasión que les brindaba la radio.

La programación de la **Y** se conformaba en un 30% de programas en vivo llamados teatro estudio, que tenían una capacidad para 300 personas, así como de los clásicos concursos para aficionados y la presentación musical de artistas, el 80% restante eran programas grabados que venían en discos enviados desde la ciudad de México y cuya duración eran de 15 minutos por programa, en el cual se dedicaba ese tiempo a cantantes de la época como Pedro infante y Pedro Vargas solo por mencionar algunos.

Esto hizo que la **Y** rápidamente se colocara en el primer lugar de audiencia entre los radioescuchas, los cuales veían en la radio el principal medio de comunicación de entretenimiento de aquellos años.

Cabe mencionar que en aquellos tiempos toda la transmisión se manejaba con guiones escritos que posteriormente eran leídos por el locutor, como lo eran las notas o comentarios, incluso la publicidad se tenía que leer en cada corte, a excepción de la nacional; la cual era transmitida por lo discos grabados provenientes de la capital.

En 1962 Rafael Zamarróni decide comprar la **XENC**, misma que trabajó bajo el mismo sistema que su estación hermana la **Y**, ahora las dos emisoras compartían instalaciones en la calle de Tresguerras en lo que actualmente es una tienda naturista, como nueva estación Guillermo Zamarróni Suárez, hijo de Rafael Zamarróni decide hacerse cargo de la gerencia de la **NC**.

Esta emisora contaba con una base de locutores y periodistas como: Manuel Pallares Flores, Jesús Mireles Tovar, Juan Alfaro, Luis Moro Tamayo y José de Jesús Zarate.

La **NC** fue la primera emisora de la ciudad en utilizar cartucheras, en realizar promocionales y dar obsequios al auditorio, además de ser los primeros en transmitir partidos de fútbol de la primera división nacional a otras partes de la republica mexicana así como también juegos de béisbol y peleas de box.

Así a 3 años de estar al aire la **NC** logro ocupar el primer lugar en el gusto del auditorio lo cual fue un hecho que sin duda lleno de mucho orgullo a la familia Zamarróni.

Ya en la década de los 70s bajo el gobierno del entonces presidente municipal Antonio Chaurand se organiza en esta ciudad el 4to Congreso Nacional de Locutores organizado por el Presidente de la comisión Nacional el Sr. Pedro Ferriz Santacruz y que tenia como fin recaudar fondos para el centro de rehabilitación de la ciudad.

El 14 de Abril de 1978 surge como la primer radiodifusora cultural de la ciudad la XEITC, Radio Tecnológico de Celaya.



**PIONEROS DE LA RADIO EN CELAYA(Instalaciones de la NC y la Y)**

De izq. A Der. Aparecen Humberto Caporal Ruiz, Hermenegildo Navarro, José de Jesús Zarate, Juan Alfaro, Luis Pérez Mancera, Pablo Enrique Rebsamen, Manuel Pallares, Luis Gómez Pagola y Pedro León, en el centro aparecen el fundador de la radiodifusora Rafael Zamarrón y su esposa Dolores Suárez



**" IV Congreso Nacional de Locutores "**

Izq. A Der. Lic. González, Agustín Álvarez Briones, Gonzalo Castellot, Luis Pérez Mancera, Pedro Ferriz Santacruz, Salvador Marroquín, Rafael Zamarrón Arroyo, Pablo Enrique Rebsamen, Juan Alfaro, Luis Gómez Pagola, Jesús Mireles Tovar, José J. Zarate y Renteria, Luis Muro Tamayo, Manuel Pallares Flores, Pedro León " Chau " Guillermo Zamarróni Suárez, Enrique Bermúdez " el Perro " Hermenegildo Navarro. Luis Roura. Agustín González



En 1985 la ciudad de Celaya contaba con 7 emisoras AM, en 1986 surge un 21 de Marzo Corporación Celaya de Radiodifusión, la cual dependía de Corporación Mexicana de Radiodifusión, así Corporación Celaya Radio contó con 2 concesiones, una en el 950 de AM **Radio fiesta XECEL** y otra en el 107.5 de FM **El y Ella XHCGT**, esta ultima fue la primera estación FM de la ciudad, la cual se coloco de manera inmediata en el gusto de los Celayenses.

La introducción del sistema de transmisión simultanea en 2 frecuencias denominada "combo" hace que la **XERE Radio Cañón** sea la primer estación en transmitir en ambas bandas su programación radiofónica, por un lado en el 920 de AM XERE y por otro en el 88.1 FM XHRE, así también a **Que Bonita 780 AM XEZN** se le asigna el canal 99.3 de FM que después seria **Stero Digital XHZN**, al pasar la concesión a la familia Olivares.

En 1992 entra al aire **Stero Amistad 94.7 FM XHOZ** de Querétaro siendo la concesión de la familia Olivares, que en aquella etapa estaban afiliados a Grupo ACIR, así el 7 de Enero de 1994 Stereo amistad decide cambiar de nombre a Stereo Digital para compartir auditorio con Celaya.

Grupo ACIR Celaya operaba 2 estaciones en la banda AM y una con sistema combo: **Stereo Juventud 840 AM XEFG** , **Stero Carnaval 1510 AM XEOI** y que hoy transmite en el 740 de AM ,**Radio Cañón 920 AM/ 88.1 FM**, además eran propietarios de 94.7 Stero Digital.

Corporación Celaya Radio contaba con **El y Ella 107.5 FM, Radio Lobo 950 AM y Que Bonita 780 AM/ 99.3 FM XHZN.**

El 14 de Marzo de 1996 se desintegra grupo ACIR y el rumbo de las emisoras locales toma otro rumbo, Stereo Digital suspende transmisiones y deja de existir, así el señor Emilio Názar empresario importante de la ciudad de México hace negociaciones con la familia Olivares intercambiando la **XHOZ 94.7 FM por la XEZN- XHZN** ,surgiendo así Teleradio.

En Abril de 1996 el sistema radiofónico se conformaba por:

- Grupo Teleradio
- Corporación Celaya de Radiodifusión
- Grupo ACIR
- Radio Tecnológico
- Radiodifusión Corporativa de Celaya

En 1997 RDCC se fusiona con grupo ACIR México, conformando grupo ACIR Celaya siendo el grupo con mas estaciones radiofónicas, estas eran la **XERE-XHRE, XENC, XEAF y XEY**, administrativamente grupo ACIR Celaya pertenece a la región centro y su administración funciona bajo el mando de una gerencia de plaza.

Actualmente el sistema radiofónico esta compuesto de la siguiente forma:

<b>GRUPO</b>	<b>EMISORA</b>	<b>SIGLAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>
TELERADIO	La Pachanga	XEFG	840 AM
	Romántica	XEOF	746 AM
	Digital	XEZN-XHZN	780AM 104.5FM
CORPORACION CELAYA RADIO	El y Ella	XHCGT	107.5 FM
	Radio Lobo	XECEL	950 AM
GRUPO ACIR	La comadre	XERE	920AM y 88.1 FM
	La Grupera	XEY	1360 AM
	Inolvidable	XENC	1540 AM
	Bonita	XEAF	1580 AM
ITC	Radio Tecnológico	XEITC	1210AM

### **1.3 ANTECEDENTES DEL PERIODISMO RADIFÓNICO EN MÉXICO<sup>4</sup>**

La radio se ha constituido en el principal generador y formador de opinión pública y se convierte progresivamente en un espacio para la expresión de la diversidad social y política, además se constituye como el medio de comunicación por el que más de la tercera parte de la población se entera de lo que acontece tanto en el país como en el mundo entero.

La radio informativa en México es resultado de determinadas transformaciones en el campo mediático, entre las que podemos resaltar las nuevas necesidades de reconstruir la programación de cara a la competencia entre radios (AM y FM) y entre medios (prensa, radio, televisión, publicaciones, discos, etc.). La emergencia de audiencias más participativas. Y la formación de periodistas especializados en el medio.

Hace 46 años inició el periodismo radiofónico en América Latina con Gaceta del Aire, la primera revista radiofónica creada por don Ildefonso Loza Márquez, suceso que se convertiría en parte aguas de la historia del periodismo en México.

En los sesenta, la radio exploraba ya en el campo de la experimentación tecnológica, pero no se aventuraba más allá de la transmisión directa de acontecimientos deportivos, algunos espectáculos, como los toros y muy contadas ceremonias de trascendencia política, como las tomas presidenciales.

---

▪ <sup>4</sup> [.www.ull.es/publicaciones/latina/a/02firving3.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02firving3.htm)

Los segmentos o barras de noticias de radio se nutrían con frecuencias de los propios periódicos, y algunas radioemisoras contrataban servicios de agencias informativas y mantenían contactos directos con las fuentes nacionales de información.

Durante el gobierno De Adolfo López Mateos se promulgó la ya actualmente obsoleta y nunca respetada por los concesionarios de los medios Ley Federal de Radio y Televisión.<sup>5</sup>

Es el 8 de enero de 1960 cuando se expide ésta Ley , publicada por el **Diario Oficial** el 19 de enero del mismo año, aproximadamente 40 años después de que la radio había generado sus primeras transmisiones en México y exactamente diez años antes de que la televisión había realizado su primera emisión oficial con motivo del IV informe de gobierno del entonces presidente Alemán.

Durante el régimen de Díaz Ordaz el Estado entra en una crisis de legitimidad y hegemonía e intentó participar nuevamente en los medios, especialmente en la radio, lo que preparó el terreno para los cambios importantes en el sexenio de Echeverría en materia de comunicación social.

Ya en los ochentas en el sexenio de Miguel De la Madrid éste reiteró que "sin una prensa libre y responsable no hay verdadera democracia", que la libertad

---

<sup>5</sup> [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)

de opinión "no es objeto de regateos ni de negocio" ; pero en la realidad, numerosos hechos registrados indicaron muy deficientes condiciones en el desempeño de las tareas informativas; basta citar las estadísticas sobre el asesinato a periodistas: 6 fueron victimados en el periodo de Echeverría, 12 en el de López Portillo, 24 durante la administración de la Madrista y si seguimos encontrarnos más de 50 en el régimen Salinista.

El gobierno Salinista, se caracterizó como uno de los más represivos. Toma el poder en las situaciones de mayor controversia en la historia post-revolucionaria y con una profunda crisis de credibilidad ,la cual se hizo extensiva a los medios masivos. Desde el principio inició su administración con el ejercicio de la censura en **Radio Educación**. En este sexenio no son extrañas las noticias de periodistas golpeados por la policía antimotines. En materia al derecho de información, el gobierno Salinista no registró avances sino que produjo atrasos.

Ya en los años noventas el periodo Zedillista registró 111 acciones represivas y la relación con la prensa no estuvo exenta de tensiones, no solo en cuanto a la violencia directa, sino a formas de persecución y mecanismos de advertencia como el fiscal. En el caso de la radiodifusión, ciertamente surgió en un periodo conflictivo, en una época de crisis e inestabilidad política. Esto permitiría explicar que debido a que el Estado se encontraba atendiendo asuntos vitales y fundamentales se desatendió el área de las comunicaciones como la radiodifusión.

El 2000 fue, en muchos aspectos, un año muy positivo para la radio comercial. La importante derrama de recursos, producida por las campañas políticas, el surgimiento de nuevas emisoras, el refrendo de varias decenas de estaciones en el país lo cual tranquiliza a fuertes empresarios de la industria, las alianzas

entre diferentes grupos de radiodifusión y los polémicos cambios de conductores de noticiarios que generaron expectación entre radioescuchas, fueron hechos que contribuyeron a que la radio retomara una mayor relevancia social, económica y política si lo comparamos con lo sucedido en años anteriores.

Debido al cambio sexenal de gobierno se realizaron las elecciones electorales el 4 de julio del 2000 del cual resulto electo por primera vez en la historia del país un candidato del partido Acción Nacional a cargo de Vicente Fox Quezada, derrotando así setenta años de reinado priísta, este suceso histórico trajo entre muchas consecuencias la apertura a los medios de comunicación, realizándose así mesas de debate, editorialistas que normalmente se escribían en medios impresos pasaron a formar parte de la radio y por primera vez se permitió realizar críticas a los funcionarios de gobierno e incluso a la figura presidencial.

## 1.4 HISTORIA DEL PERIODISMO RADIOFÓNICO EN CELAYA\*

Hasta antes de la aparición del primer noticiario radiofónico local, la información noticiosa que se escuchaba en la ciudad de Celaya era de tipo nacional que proporcionaban las agencias como Notimex y las pocas noticias de la ciudad eran leídas de los periódicos locales como el Sol del bajío y el A.M. posteriormente, por si fuera poco el tiempo para estos espacios informativos era solo de 15 minutos.

En 1991 aproximadamente **ACIR Noticias** fue el primer noticiario un poco mas en forma del que se tiene registro, aquí ya se empezaban a transmitir noticias locales con reporteros propios, la duración era de 30 minutos, pero el espacio dedicado a la información de la ciudad aun era muy poco ya que se enlazaban al noticiario de la ciudad de México. El conductor y pionero de los noticiarios formales en Celaya fue Rafael Pinzón que con un grupo de los últimos semestres de la carrera de ciencias de la comunicación de la ULSAB forma su equipo de trabajo.

Poco tiempo después se vio la necesidad de contar con un espacio informativo dedicado exclusivamente a hechos locales por lo que Corporación Celaya lanza al aire su primer programa de corte noticioso llamado **Hoy en Celaya** conducido por Lucía Montoya y Jaime Saavedra.

En 1992 RDC (Radio Difusión Corporativa de Celaya) cuyo dueño era el Sr. Jesús San Martín Briones inicia 2 programas **Opinión Pública** conducido por

---

\* Entrevista realizada a la Lic. Gabriela Gutiérrez, coordinadora de análisis de medios y publicidad del Dpto. de comunicación social de la presidencia municipal de Celaya Gto.



Esteban Flores y otro de tipo policiaco **Delito Brutal** a cargo de Germán Vázquez.

En ese mismo año Radio tecnológico da inicio a **El café de Federico** programa político de comentarios en donde se pedía la colaboración del público para opinar sobre los temas del programa.

Al paso del tiempo Corporación Celaya decidió cambiar de noticiario y surge así **Síntesis al día** bajo la conducción de Jesús Mireles, Juan Jesús Ramírez Cruz y Elsa Martínez, sin embargo, este programa dura muy poco al aire y después de que Rafael Pinzón abandona su noticiario en ACIR, Corporación Celaya decide contratarlo y dar inicio así a un nuevo noticiario de gran éxito y que es el que conocemos hasta el día de hoy **Así Sucede**, el cual después de la salida de Rafael Pinzón en el año 2000 del noticiario tuvo como conductores provisionales a Claudia Ivonne Hernández, Elsa Martínez, Lineth Rubio y actualmente el espacio noticioso corre a cargo de José Meza.

Así mismo Grupo ACIR, hoy Teleradio, con la salida de Rafael Pinzón ha tenido diversos conductores como Margarita Vega, Guillermo García, Guillermo Caballero, Luis Alberto Reyes, Santiago Reyes y Elena Aguinaga.

Grupo Teleradio desde sus inicios en esta ciudad arranco con su noticiario el cual se ha mantenido sin cambios en su nombre y es el que actualmente conocemos como **Noticiarios Teleradio**.

En 1999 grupo ACIR Celaya produce su noticiario local denominado **Panorama Informativo desde Celaya**, contando con dos emisiones, la matutina de 6:30 am a 7:30 am horas y la vespertina 13:00 a 14:00 hrs., ambas emisiones manejaban información local, regional y estatal. La información nacional no era

cubierta en estas emisiones ya que al termino de los noticiarios locales se enlazaban con las emisiones nacionales que eran conducidas por Ricardo Rocha con su agencia **Detrás de la noticia** y la emisión vespertina que corre a cargo de Guillermo Ochoa.

Es así como la historia del periodismo radiofónico de la ciudad es muy joven y se remonta a poco mas de 10 años, los datos sobre este tema son muy vagos y pocas son las personas que pueden dar datos exactos sobre esta información.

Esta muy claro que la ciudad no tenía la cultura para escuchar un noticiario local y que han sido tantas las personas que han desfilado por los diversos noticiarios que los nuevos conductores desconocen los antecedentes de la empresa para la cual laboran puesto que los pioneros del periodismo radiofónico ya no trabajan para éstas e incluso varios de ellos ni siquiera radican en la ciudad.

# CAPÍTULO

# II

PERIODISMO RADIOFÓNICO Y SUS GÉNEROS

## 2.1 PERIODISMO RADIOFÓNICO ACTUAL EN MÉXICO<sup>1</sup>

La radio se ha constituido en el principal generador y formador de opinión pública y se convierte progresivamente en un espacio para la expresión de la diversidad social y política, además se constituye en el medio de comunicación por el que más de la tercera parte de la población se entera de lo que acontece tanto en el país como en el mundo entero.

Los noticieros nacionales se caracterizan por contar con amplios recursos financieros y profesionales que permiten el despliegue tecnológico, incluyendo motocicletas, helicópteros, reporteros con unidades de control remoto, despachos informativos desde diversos puntos del país vía satélite. Sus esquemas dependen del tipo de audiencia a la que se dirigen, destacando informativos con amplias secciones de opinión y análisis.

Se observan actores dominantes y subordinados, como pueden ser los periodistas salidos de la televisión, como Ricardo Rocha, que desarrollan un intenso trabajo junto con reporteros, periodistas, columnistas, escritores e intelectuales en cadenas de gran audiencia. Están otros periodistas de la prensa o de origen radiofónico, como Paco Huerta o Miguel Ángel Granados Chapa.

En la actualidad en el valle de México se pueden sintonizar más de 40 opciones de noticieros, de más de una hora de duración. Los horarios para las noticias ya no son en las mañanas, sino también al mediodía e incluso tardes y noches; prácticamente todos los puntos del cuadrante están cubiertos por noticieros.

---

<sup>1</sup> [www.ull.es/publicaciones/latina](http://www.ull.es/publicaciones/latina)

El cuadrante metropolitano cuenta, para producir sus noticieros, con 289 reporteros, de los cuales 117 se dedican a conseguir información sobre la ciudad, es decir, cerca del 40% de los recursos humanos de los informativos radiofónicos.

Un habitante de la zona metropolitana de la Ciudad de México, puede escuchar entre cinco y once de la mañana 23 noticieros radiofónicos, 16 en amplitud modulada y siete en frecuencia modulada. Sumando las horas de transmisión de todos los noticieros, tendríamos que a diario se producen (tan sólo en la mañana) tres mil 360 minutos, incluyendo desde luego el tiempo dedicado a los anuncios comerciales.

Entre los principales noticieros radiofónicos de la ciudad de México podemos mencionar los siguientes:<sup>2</sup>

Del Grupo Imagen XEDA 90.5 FM: Se encuentra el noticiario **Imagen Informativa**, con su noticiario **Para empezar**, conducido en su primera emisión por Pedro Ferriz de Con y en su segunda emisión por Guillermo Ortega transmite a través del 90.5FM en el Distrito Federal y área metropolitana , en la ciudad de Celaya este noticiario puede ser escuchado a través del 104.5FM y del 780 AM

- MVS stereo rey XHMVS 102.5 FM: **El Informativo MVS** en sus 3 emisiones, la primera conducida por los mismo reporteros que trabajan para el noticiario.
- Radio Formula 970 AM , 1500 AM y 103.3 FM: **Informula Noticiario** conducido por Denise Maerker, Ciro Gómez Leyva, José Cárdenas y Joaquín López Doriga.

---

<sup>2</sup> [www.notilog.com](http://www.notilog.com)

- Candela XEDTL 660 AM: **Detrás de la noticia** a cargo de Ricardo Rocha.
- La W en FM y AM : **Noticiero** en su primera emisión conducido por Carlos Loret de Mola, en la segunda con Carmen Aristegui y finalmente un tercera emisión a cargo de Javier Solórzano.
- ABC Radio XEABC 760 AM: **ABC Noticias**, con Jorge Castañeda y Miguel Bárcena.
- Radio ACIR XEL 1260 AM y 88.9 FM: **Panorama Informativo** en sus 3 emisiones con Guillermo Ochoa, Adela Micha, y en su ultima transmisión a cargo de Leonardo Kourchenko y Ofelia Aguirre.
- Radio Mil 1000 AM y 100.1 FM: **Enfoque** el cual es reproducido en su primera emisión por Leonardo Curcio, en su segunda emisión por Adriana Pérez Cañedo y finalmente la ultima transmisión corre a cargo de Raúl Sánchez Carrillo.
- Radio 13 1290 AM: **Así es la noticia** en sus dos emisiones, una con Jorge Santacruz y la otra con Margarita García Colín.
- Radio Centro. **La Red** antes monitor en el 88.1FM, 1110 AM, conducen sus tres emisiones Jacobo Zabludovsky, Jorge Berry y Nino Canun.

El noticiario La Red Monitor recientemente acaba de terminar transmisiones para iniciar luego de su separación con el grupo radio centro con nuevas frecuencias y con el nombre solo de Monitor, luego de que Gutiérrez Vivó dijo que en 1998 firmó una alianza entre los grupos Radio Centro de la familia Aguirre e Infored, el cual consistía en que el noticiario Monitor y los demás servicios que ellos producen se transmitirían a través de las frecuencias 1110 AM Radio Centro y 88.1 FM, que originalmente eran de Infored, pero fueron cedidas entre 1994 y 1995.

Cuando comenzó a funcionar la alianza empezaron a suceder muchas anomalías, pues no se estaba cumpliendo el contrato firmado por el señor

Francisco Aguirre, presidente del Consejo de Administración y por varios de los miembros de dicho organismo que son hermanos de él.

Durante tres años hubo conversaciones y finalmente Infored decidió demandar a través de la Cámara Internacional de Comercio quien falló a favor de Gutiérrez Vivo, el panel de la CIC sostuvo que Radio Centro violó el contrato que sostenía con Infored y Gutiérrez Vivó. El convenio establecía que Infored sería el proveedor de información de Radio Centro.

El 1 de marzo de 2004 la Cámara Internacional de Comercio hizo llegar a ambas empresas el dictamen en el que se establece que el Grupo Radio Centro fue condenado al rompimiento de la relación de manera definitiva y como resultado, el contrato ha sido rescindido e Infored y el señor Gutiérrez Vivó en conjunto, y en su caso serán recompensados con la cantidad de 21 millones 015 mil 778.01 dólares por daños y perjuicios”, se indica en un comunicado del grupo Radio Centro.

- **Monitor** Ahora este noticiario transmite bajo la dirección de José Gutiérrez Vivo, contando con cuatro emisiones noticiosas en el 1320 AM en el 1560 AM y en el 102.5 FM y tiene como conductores a Iván Mercado, Martín Espinosa, Enrique Muñoz, Rocío Méndez, Miguel Velasco, José Luis Reyes García y Héctor Jiménez. Y en deportes, José Ramón Fernández y todo el equipo de “Los Protagonistas”.

Cabe mencionar que Monitor es el noticiario líder en el Distrito Federal y área metropolitana , gracias a 32 años de experiencia en el ramo y las constantes innovaciones informativas que han marcado la pauta para muchos de los noticiarios que actualmente conocemos, por mencionar algunos , Monitor cuenta con los servicios de: Monitor su solución, Resúmenes Metropolitanos, Red Vial, Avances Informativos, Asterisco Ruta,

RafaMóvil, Red Deportiva (encabezada por José Ramón Fernández), así como sus tradicionales mesas económica y política, análisis y entrevistas con un equipo de más de 450 profesionales de la información.

**Para empezar** es el noticiario mas escuchado en el interior de la republica mexicana.

La competencia radiofónica, al contrario de la televisiva, ha contribuido a un mejoramiento en los formatos y la información, consiguiendo un resultado positivo para los radioescuchas, ya que los noticieros van a la búsqueda inmediata de la noticia, procurando la mayor veracidad; y las mesas de opinión y entrevistas matutinas en cabina han recibido en buen grado a académicos e investigadores de diversos temas.

Actualmente, la información sobre la ciudad tiene como medio más accesible e inmediato la radio. Es de esperarse que la continua competencia marque nuevas pautas para el formato de los noticieros en radio, con resultados óptimos que elevarán el nivel del debate y con una mayor consideración de la información radiofónica.



## 2.2 PERIODISMO RADIOFÓNICO ACTUAL EN CELAYA<sup>3</sup>

La variedad de opciones locales de corte noticioso de las 3 empresas radiofónicas es muy escasa ya que solo son dos las empresas que cuentan con los principales noticiarios de la ciudad, y cuyo contenido es principalmente la información regional y local.

La primera de ellas Corporación Celaya es la encargada de transmitir **Así Sucede**, el cual es reproducido diariamente en sus 3 emisiones:

De 5:50 am a 8:30am: Conducido por José Meza y Lineth Rubio y el cual se transmite por el 107.5 FM de El y ella(XHCGT) y por el 950 AM de Radio Lobo(XECEL).

En donde en los 10 primeros minutos se presenta un resumen general del noticiario, los siguientes 50 minutos son de información regional, de 6:50am a 7:00am hay otro resumen de lo acontecido en el día , para después dar paso a la información local.

De 1:30pm a 2:30pm:Conducido por Lineth Rubio y que puede ser escuchado tanto en El y ella como en Radio Lobo.

De 7:45 pm a 8:00pm: Resumen informativo conducido por Carmen Monroy.

El otro noticiario corre a cargo de la empresa Tele Radio del cual se toma el nombre de **Noticiarios Teleradio** y cuya transmisión desprende 3 emisiones diarias:

De 7:00 am a 8:00 am: Conducido por Santiago Reyes y transmitido por Romántica 746 AM y la Pachanga 840 AM

---

<sup>3</sup> Información proporcionada por la Lic. Gabriela Gutiérrez, coordinadora de análisis de medios y publicidad del Dpto. de comunicación social de la presidencia municipal de Celaya Gto.

De 6:50am a 10:00 am: La estación Digital 104.5 reproduce el noticiario Nacional de la ciudad de México conducido por Pedro Ferriz de Con.

De 1:30pm a 2:30 pm: Conducido por Rodrigo Oñate y que se transmite por Digital 104.5 FM, Romántica 746 AM(XEOF) y la Pachanga 840 AM(XEFG).

De 7:00pm a 7:30pm : Conducido por Daniel Almanza Villagomez y transmitido por las mismas 3 estaciones anteriores.

Estos noticiarios tienen como estructura el manejar en la primer parte de su programa noticioso la información regional, para terminar posteriormente con todo lo acontecido en la ciudad de Celaya.

Si bien no funciona como un noticiario propiamente hablando si puede considerarse como un programa noticioso, tipo panel, me refiero al **Café de Federico** de Radio Tecnológico, el cual maneja la línea de reportes ciudadanos en donde la gente opina, analiza y critica los sucesos de su localidad.

## 2.3 GÉNEROS PERIODÍSTICOS UTILIZADOS EN LA RADIO<sup>4</sup>

La aparición de los géneros periodísticos en la radio presenta una marcada influencia de los géneros escritos para prensa. Hoy en día dichos géneros en la radio carecen de estructura propia, puesto que son un reflejo de los textos escritos para la prensa.

Sin embargo cabe señalar que el traslado de los géneros para su difusión del medio impreso al auditivo requiere de una adaptación en su lenguaje debido a que las necesidades del radioescucha no son las mismas que las del público lector.

El lenguaje del periodismo radiofónico debe procurar manejar además de la sencillez, claridad y precisión, el uso del ritmo de la pronunciación y entonación. En el periodismo radiofónico, la voz y la presencia del locutor dan una mayor intensidad y vivacidad a la noticia lo que sin duda atrae cada vez mas a mayor número de radioescuchas que prefieren informarse por este medio.

En cuanto a los géneros periodísticos difundidos por este medio, las notas informativas son mas frecuentes, aunque también se dan las entrevistas y los reportajes en sus distintas modalidades: en vivo o documental.

---

<sup>4</sup> GONZALEZ Reyna Susana, "Géneros periodísticos I, Periodismo de opinión y discurso", E.d. Trillas, México, 1991, p 21-22

La crónica radiofónica tiene mucha semejanza con la nota informativa y se usa como testimonio en diversas transmisiones vivas y en directo desde el lugar de los hechos. En el periodismo de opinión este género es limitado pues resulta difícil captar por mucho tiempo la atención del público ya que requiere de una reflexión un tanto prolongada. Además la difusión de los mensajes por radio esta mas expuesta a las restricciones en cuestión del tiempo.

El periodismo opinativo a través de la radio se manifiesta por medio de comentarios breves, editoriales cortos y mesas redondas con la participación de especialistas en temas de interés. Debido a la relación emisor – receptor en este medio no es posible desarrollar ciertos géneros como el artículo de fondo y el ensayo.

La difusión del mensaje periodístico a través de la radio tiene una gran ventaja sobre los demás medios de comunicación ya que permite la transmisión simultanea o casi simultanea del hecho noticioso.

## 2.4 APLICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE CADA GÉNERO INFORMATIVO

Los géneros periodísticos se clasifican según su forma de expresión en informativos, interpretativos y de opinión o híbridos, de los cuales unos predominan más en su uso que otros, a continuación se presentan los siguientes géneros:

### NOTA INFORMATIVA O NOTICIA

Es el género por excelencia del periodismo y al que mas se recurre en las emisiones informativas de la radio, la nota es la descripción breve de un hecho actual y de interés general, el cual para su redacción debe responder a las 6 preguntas básicas del periodismo: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?.

“Noticia es la interpretación de un hecho valorado por el periodista en función del tiempo, espacio y del interés público”.<sup>5</sup>

Algunas de sus características son:

- Brevedad y Sencillez: Al momento de la lectura de la nota, el locutor debe utilizar un lenguaje claro y conciso, utilizando frases cortas y

---

<sup>5</sup> BAENA Paz Guillermina, “Géneros periodísticos informativos”, Ed.Pax, México,1990, p.96

utilizando el tiempo presente, esto ayudara mucho a que los receptores capten en pocas palabras el hecho noticioso.

- Actualidad: La nota debe contener información reciente, ya que el valor de la inmediatez en una nota es muy importante.
- De interés general: Debido a que la radio es un medio dirigido a las masas, las notas deberán tratar temas que interesen a los distintos niveles sociales y los cuales puedan ser debatidos por la sociedad en general.
- Objetiva: Al decir una nota, el reportero nunca deberá dar su opinión o punto de vista sobre el hecho noticioso, únicamente debe limitarse a decir lo que sucedió tal cual.
- Veraz: Que siempre se maneje la verdad de un suceso sin alterar la información.

De acuerdo a su contenido la notas se clasifican en:<sup>6</sup>

- Social: Reseña de las actividades de la sociedad.
- Cultural y de espectáculos: Hace referencia a los sucesos artísticos y las formas de expresión del hombre en cualquiera de sus manifestaciones.
- Política: Son todas aquellas actividades del gobierno y sus funcionarios así como gente cerca del gremio (partidos políticos, grupos e instituciones que sean parte o intenten ser parte de el).
- Policiaca: Relacionada con hechos violentos, sangrientos y demás acontecimientos vinculados con las corporaciones policíacas y de justicia.

---

<sup>6</sup> MORALES Navarrete Katia, “El licenciado de ciencias de la comunicación como periodista: enfoque funcional y organizacional” (tesis), Escuela de ciencias de la comunicación de la ULSAB, Celaya Gto, 1999, p.30-41

- Educativa: Se refiere al proceso de enseñanza- aprendizaje así como a las instituciones que se involucran en ello.
- Deportivas: Aborda la formación física del ser humano en sus distintas disciplinas.

## FLASH

Su traducción es “relámpago”, es cuando se dan a conocer los primeros detalles que se dan de un hecho, los cuales serán ampliados posteriormente, en pocas palabras, se informa inmediatamente lo que se conoce.

## ENTREVISTA

Conversación entre el periodista y una o varias personas con el fin de que se conozca algo interesante acerca del entrevistado. La información que se obtenga será el producto de lo declarado por el entrevistado.

Tipos de entrevista:

- “Noticiosa o de información: Es la que aporta los principales elementos de la nota informativa, o que da por si misma toda la noticia.
- De opinión: No necesariamente es noticiosa, a menos que el juicio que se obtenga resulte de gran interés y de que el declarante sea un personaje prominente.

- De semblanza: Transmite junto con opiniones, el mundo interior de los personajes sujetos de entrevista”.<sup>7</sup>
- De personalidad: Lo que interesa es el entrevistado.
- Psicológica: Aplicación de un test psicoanalítico para conocer comportamientos y conductas del entrevistado.
- De ocasión: Se solicitan opiniones sobre un tema de actualidad a ocasionales entrevistados.
- De pasatiempo: Es una charla de tipo informal que se puede extender por un tiempo indefinido.
- Entera: Se reproduce tal cual , es en vivo.
- Editada: Solo se transmiten algunas partes importantes del contenido.
- Informe: Sobre la entrevista con descripciones de situaciones, ambientes y otras circunstancias.

## CRÓNICA

Narración de los sucesos en el orden en que se fueron suscitando, aborda el cuando y el como se dieron los hechos principalmente, aquí si puede existir una interpretación personal del periodista.

Características:

- Debe ser relatada como una historia ordenada cronológicamente de cada uno de los hechos ocurridos.
- Debe poseer un lenguaje claro y sencillo
- Debe ser lo más oportuno posible de manera que se vaya narrando el hecho casi simultáneamente al tiempo en que esta sucediendo. Si el

---

<sup>7</sup> LEÑERO Vicente y Marín Carlos, “Manual de periodismo”,Ed. Grijalbo, México D.F, 1986, p.41-42



hecho ya sucedió se debe tratar de que las fechas y tiempos coincidan con el hecho real.

- Responde a las seis preguntas básicas del periodismo aunque las principales son el cuándo y el cómo.

Tipos:

Por su contenido:

- Informativa: Únicamente se limita a informar el suceso acontecido.
- Opinativa: Se intercala la opinión personal del reportero o cronista.
- Interpretativa: El cronista emite sus opiniones y juzga el hecho.

Por su estructura:

- Pirámide normal: El relato sigue un orden cronológico de los hechos como fueron ocurriendo.
- Pirámide invertida: Primero narra los hechos más importantes, terminando con los de menor importancia.
- Yunque o Martillo: Es una combinación de las dos anteriores. Una entrada con la síntesis de toda la información y luego el desarrollo cronológico.

## REPORTAJE

Es el mas extenso y completo de los géneros periodísticos, ya que aquí el reportero puede explayarse por así decirlo intercalando la información recopilada con su visión y estilo particular de ver el suceso investigado. El reportaje es preparado con mucho mas tiempo que los otros géneros ya que al ser una investigación requiere de documentación y de la recopilación de información por parte del reportero, quien emite su conclusión final sobre lo investigado, de ahí su extensión y amplitud.

Son pocos los espacios informativos de la radio que dedican tiempo a los reportajes pues como es sabido el tiempo para la radio es menor que en otros medios, pero cuando el interés de la investigación lo amerita los noticiarios radiofónicos ceden su tiempo para dar paso a los reportajes los cuales sin duda amplían la visión de los receptores sobre un hecho determinado.

Características:

- Es mas completo
- Incluye opiniones, entrevistas, notas, crónicas
- Es versátil
- Profundiza, analiza, reproduce ambientes
- Es una creación periodística de su autor

Tipos:

- Demostrativo: Comprueba algo, explica un problema.
- Descriptivo: Refleja hechos, personas, lugares o cosas.
- Narrativo: Relata un hecho, hace la historia de un suceso.
- Instructivo: Divulga un conocimiento científico o técnico.
- De entretenimiento: Sirve para divertir o entretener al receptor.

# CAPÍTULO

# III

ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS NOTICIARIOS RADIOFÓNICOS ASÍ  
SUCEDE Y TELERADIO

### **3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LOS NOTICARIOS LOCALES**

Toda empresa con una formalidad propiamente dicha debe contar con una organización interna, tal es el caso de un organigrama, con el cual se definen puestos y se delegan responsabilidades. Sin embargo como veremos en las hojas siguientes ninguna de las dos empresas entrevistadas: Corporación Celaya Radio y Teleradio cuentan con este tipo de documentos de forma impresa y absolutamente toda la información y datos fueron proporcionados de manera oral , improvisada e incluso muy escasa en el caso de Teleradio.

Cabe mencionar que en esta última empresa citada la información me fue proporcionada de manera escueta, como ya lo mencione debido a la desconfianza de casi todo el personal del departamento de noticias para decirme datos sobre su estructura organizacional, actividades y perfiles requeridos para cada puesto, pues según sus propias palabras esta información era de tipo confidencial y tendrían que someterla incluso a un análisis previo para ver si me la podrían proporcionar ya que consideraban esta información para mi punto de vista muy sencilla y básica como algo comprometedor para quien me la diera.

Lo que ocasionó que de buscar en un principio al Director de noticias éste me fuera siempre negado por no encontrarse en la empresa, para después mandarme con el jefe de información, el cual telefónicamente dijo tener que revisar previamente lo que necesitaba pues era información confidencial, éste proceso tardo cuatro días en los que me dirigí después con una reportera, misma que dijo sentirse incompetente para facilitarme dichos datos y en una situación comprometedora, opinión que se me hizo absurda por la sencillez de lo que yo solicitaba, así que me dirigí con el Director general de la empresa quien a su vez me envió de nuevo con el jefe de información, Rodrigo Oñate, quien como ya dije cuatro días después me recibió de manera informal

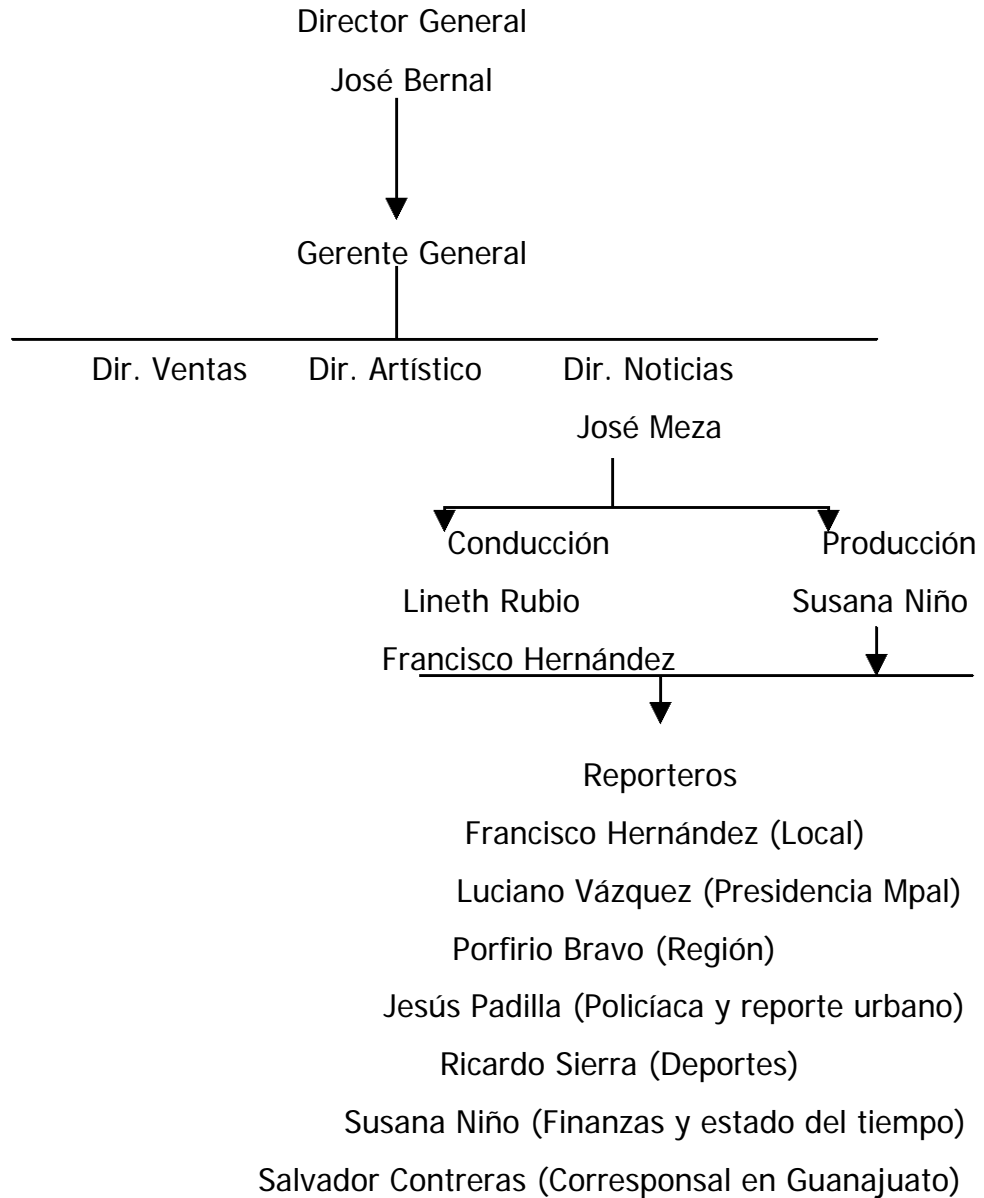
dándome la información que el considero prudente de memoria, mientras que otros datos me fueron negados.

Como se puede ver en esta empresa nadie se sentía con la autoridad de proporcionar dicha información o tal vez solo era una excusa porque no la conocían, además esto provocó que fuera desde el nivel mas alto (Director general de la empresa), hasta el mas bajo (reportero) para poder conocer su organigrama.

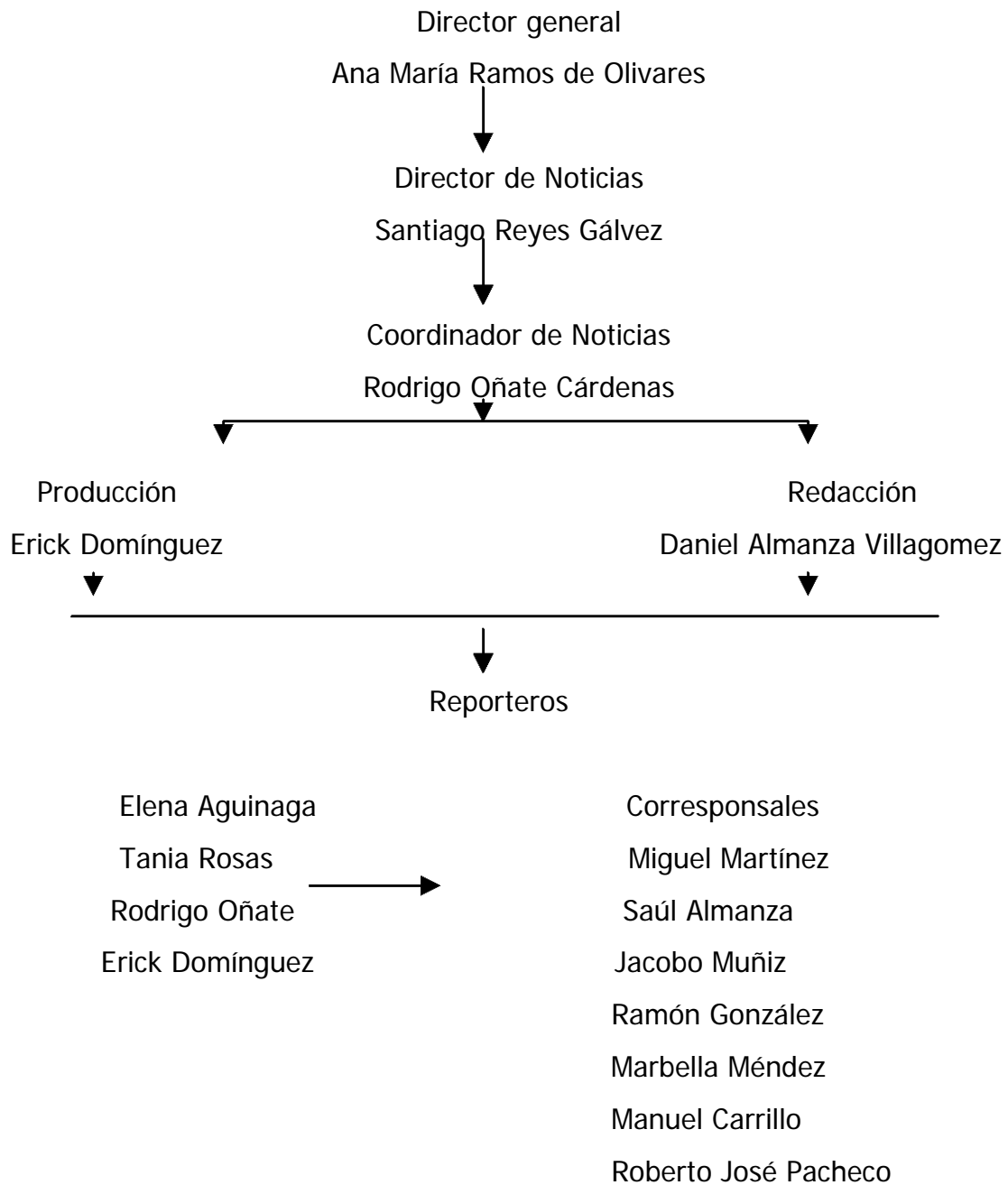
En el caso de Corporación Celaya Radio el proceso fue mucho mas corto solo tardaron un día en proporcionarme dicha información y su trato fue muy cordial, aunque de igual forma los datos solicitados me fueron proporcionados por Susana Niño encargada de la producción de los noticiarios, cuando el más indicado debió ser el Director de noticias pero normalmente no asiste a la empresa. Así pues la información que me fue proporcionada fue también de manera oral, informal, aunque un poco mas amplia, pero sin documentos impresos que avalaran lo dicho.

A continuación se presenta un panorama general de la estructura organizacional de los 2 noticiarios locales de Celaya: **Así sucede** de Corporación Celaya y **Noticiarios Teleradio** de la misma empresa que lleva su nombre. Los organigramas que aparecen enseguida fueron estructurados personalmente conforme a los datos que me fueron proporcionados de manera oral por ambos noticiarios.

## ORGANIGRAMA DE CORPORACIÓN CELAYA RADIO



## ORGANIGRAMA DE GRUPO TELERADIO





### **3.2 ACTIVIDADES DE CADA PUESTO EN CORPORACIÓN CELAYA RADIO**

A continuación se mencionan las actividades de cada puesto del departamento de noticias de Corporación Celaya. <sup>1</sup>

José Meza: Coordina y dirige la información noticiosa, además tiene a su cargo la emisión matutina del noticiario.

Lineth Rubio: Conductora de la emisión vespertina del noticiario.

Francisco Hernández: Conductor de la tercera emisión del noticiario además de cubrir la sección local como reportero, la cual abarca la presidencia municipal, información social, ruedas de prensa y lo relacionado con los partidos políticos.

Susana Niño: Se encarga de la producción, guiones informativos además de coordinar los tiempos y el orden de aparición de cada nota, además de tener a su cargo la sección de finanzas y estado del tiempo, en ocasiones cuando se requiere conduce algún noticiario.

Luciano Vázquez: Cubre la fuente de presidencia así como todas sus dependencias.

Porfirio Bravo. Se encarga de recopilar la información regional de los municipios mas cercanos a Celaya como son los dos Apaseos , Tarimoro , Cortazar, Salvatierra , Juventino Rosas y Villagran.

---

<sup>1</sup> Entrevista realizada a Susana Niño de Corporación Celaya y a Rodrigo Oñate de Teleradio

Jesús Padilla: Recorre la ciudad en busca del reporte urbano y de vialidad, además de cubrir la fuente policíaca como son detenidos, homicidios, robos, etc.

Ricardo Sierra: Toda la información deportiva corre a su cargo, desde los partidos locales de la 1era A de fútbol, y las ligas municipales tanto de fútbol rápido como de básquet ball, caminatas, natación, etc.

Actividades de los empleados de Noticias de Grupo Teleradio:

Santiago Reyes Gálvez: Es el director general de noticias, conduce la primera emisión del noticiario.

Rodrigo Oñate Cárdenas: Es coordinador de noticias y reportero de la sección local, en ocasiones ante la ausencia de su compañero Santiago Reyes conduce ya sea el noticiario matutino o el programa sabatino de tiempos políticos. A su cargo corre la emisión vespertina del noticiario.

Erick Domínguez: La producción de los noticiarios corre a su cargo así como también se encarga de los reportes viales y el apoyo policíaco.

Daniel Almanza Villagomez: Se encarga de la redacción de los noticiarios y de la emisión nocturna del mismo.

Corresponsales: Sus nombres fueron ya mencionados en el organigrama, ellos se encargan de cubrir alrededor de 20 municipios de la región, Manuel Carrillo cubre la ciudad de Guanajuato capital y Roberto José Pacheco es el corresponsal de la ciudad de México con información de la cámara de diputados y senadores.

En la investigación realizada a Corporación Celaya se encontró que no cuentan con documentos escritos que contengan la información básica de cualquier empresa como su historia, misión, visión, valores y organigrama, este último me fue proporcionado de manera oral por uno de sus empleados, tal fue el caso del capítulo uno en donde nadie sabía concretamente la historia e inicios de su empresa, así que se tuvo que recurrir a ex empleados radicados en otras ciudades para contar con dicha información.

Es claro que al saberse los líderes tanto en sus estaciones musicales como en sus espacios informativos lo que menos les preocupa en estos momentos es su organización interna, la cual han sobrellevado, pues están conscientes de que mientras su producto final, es decir, el noticiario siga teniendo el mayor "rating" no tienen por que preocuparse de aparentes insignificancias como lo es contar con una buena estructura y organización interna.

Sin embargo es claro que aunque aparentemente sean los mejores hay muchas deficiencias a su interior y que la división laboral no esta bien distribuida. A continuación se analizan los siguientes elementos básicos para el diseño de una organización, Por razones de escasez de información por parte de Teleradio solo se analizara el noticiario Así Sucede.

Primeramente hay que mencionar que el diseño de Organización es "el proceso que sirve a los gerentes para desarrollar o cambiar la estructura de su organización".<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> ROBBINS Sthepen, "*Fundamentos de administración*", Edit. Prentice may, México D.F, 2002, p.155

Y que depende de ellos el diseño de la misma. En el caso del noticiario **Así sucede** el encargado de diseñar su organización sería José Meza pero como se observó, no cuentan con dicha información bien estructurada.

- Especialización del Trabajo: Este término hace referencia a la asignación de actividades que se tendrá por persona y en donde no solo una realizara varias funciones, sino que habrá varios encargados para realizar efectivamente dicha actividad.
- "Análisis de puestos: Procedimiento para determinar las tareas y requisitos de aptitudes de un puesto y el tipo de personas que se debe contratar.
- Descripción de puestos: Lista de las tareas, responsabilidades, relaciones de informes, condiciones de trabajo, y responsabilidades de supervisión de un puesto producto de un análisis de puestos.
- Especificación del Puesto: Listas de los requerimientos humanos del puesto, esto es, la educación, la capacidad, personalidad, etc., necesarias".<sup>3</sup>

En el caso de **Así Sucede** no se cuenta con una verdadera especialización del trabajo puesto que unos trabajan mucho mas que otros y no hay igualdad de puestos ya que alguien como Lineth Rubio ubicada debajo del Director de noticias, asiste únicamente a su empresa a conducir por no decir leer la información que ya fue reportada, analizada y estructurada por sus demás compañeros, mientras que Susana Niño ubicada en el mismo nivel horizontal del organigrama labora mucho mas horas y como vimos anteriormente

---

<sup>3</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

realizando infinidad de actividades que incluso son de mas relevancia y responsabilidad que una conducción del noticiario.

Esta especialización del trabajo ayuda a destacar y fomentar las habilidades de cada empleado, es decir que un empleado sea bien ubicado en un puesto para el que tiene la capacidad y preparación, lo cual sin duda traerá un aumento de productividad, pero que sucede cuando por ejemplo Susana Niño de producción no esta conforme según sus palabras con ese puesto que le fue asignado y que quizá no desempeña con la misma productividad que el de reportero para el cual si cuenta con la habilidad, pues sucede que su motivación es poca y por lo tanto su productividad también, o que además de realizar su labor de producción realice también actividades de conducción, edición, redacción e incluso de reportera, y se le ubique en el mismo nivel que alguien que solo conduce, cuando se supone que los puestos y salarios mas altos reflejan las habilidades , capacidades y responsabilidades mas altas y digo se supone porque en realidad esto no es así, pues ésta empleada realiza muchas actividades de diversos niveles de importancia para los cuales quizá no en todos esté capacitada o tenga la habilidad , además de que su salario no refleja todo lo que en realidad hace.

Incluso el trabajo de los reporteros es mas desgastante y de importancia primordial pues sin su cobertura diaria de notas el noticiario no seria posible, pero estos se ubican al final de la estructura organizacional.

Así mismo los puestos son intercalados y saltados sin mayor problema, ya que ante la ausencia del director de noticias, la conductora y la encargada de producción quedan con la responsabilidad y la autoridad mas no con la capacidad de tener un mando sobre el resto del personal o la emisión total del noticiario.

- Tramo de control: Se refiere al número de personas que un jefe puede dirigir eficazmente, lo ideal es tener 10 o 12 subordinados.

Siguiendo con nuestra misma empresa notamos en el organigrama que José Meza tiene bajo su mando a 10 personas por lo que en este punto no hay mayor problema, aunque cabe mencionar que no todos están siempre a su cargo porque como ya lo mencione a veces otros se encargan de tomar su lugar de jefe. Lo que nos lleva por lógica a mencionar el siguiente punto:

- Cadena de mando: Que dice que un empleado no puede tener más de un jefe, pero como vimos a veces son 2 las personas a las que se les delega el mismo puesto creando una disyuntiva y confusión en los demás empleados sobre a quien deben obedecer.

### **3.3 PERFIL REQUERIDO PARA CADA PUESTO EN CORPORACIÓN CELAYA**

Para Corporación Celaya según su criterio personal, mas no establecido formalmente por la empresa, se coincidió en que los perfiles o características requeridas para sus puestos son las siguientes para los puestos mencionados, los cuales no son todos los que aparecen en su organigrama. Teleradio se negó a dar dicha información.

Director General:

- Experiencia
- Trayectoria
- Dominio de todos los medios masivos (radio, tv, prensa)
- Haber trabajado anteriormente para empresas importantes o de renombre de preferencia a nivel nacional.

Producción:

- Capacidad de síntesis y análisis
- Conocer sobre redacción y edición
- Información local y nacional al día
- Saber jerarquizar

Reporteros:

- Buena voz
- Buena dicción
- Cultura general
- Iniciativa
- Observador y analítico

### **3.4 ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN DE CORPORACIÓN CELAYA RADIO**

Aquí un ejemplo de la estructura de producción que maneja el noticiario Así Sucede de Corporación Celaya en sus 3 emisiones.<sup>4</sup>

- Emisión Matutina de 5:50am a 8:30am conducida por José Meza.

De 5:50am a 6:10am: Resumen informativo, contiene información local, nacional, estado del tiempo, finanzas y el reporte urbano.

De 6:10am a 6:45am: Información regional de los diversos municipios aledaños a la ciudad e información policiaca.

6:45am a 7:00am: Segundo resumen informativo, que es repetición del que se dio a las 5:50am.

Lunes, Martes, Miércoles de 7:00am a 7:10am: espacio con diversos comentaristas como Herminio Martínez, Adolfo Manríquez Macías y Luis Velasco.

De 7:10am a 7:30am: información política

De 7:30am a 8:00am: Espacios y entrevistas con invitados de diversas dependencias como el DIF, la Secretaria de Desarrollo Económico y la Secretaria de Hacienda.

8:00am a 8:10am: Espacio cultural.

8:10am a 8:25am: Información deportiva

---

<sup>4</sup> Entrevista realizada a Susana Niño del departamento de producción de Corporación Celaya.



1 minutos para una cápsula acerca de libros.

2 minutos para llamadas del público y despedirse

8:30am: Termina el noticiario.

- Emisión Vespertina de 1:30pm a 2:30pm conducido por Lineth Rubio.

10 minutos de resumen informativo con información local, nacional, deportes, finanzas y reporte urbano.

Pausa

Información local de mayor relevancia. Con 2 notas en vivo las cuales son comentadas al aire.

Finalmente son 10 minutos de información deportiva.

Para despedir a las 2:30pm.

- Emisión nocturna de 7:45pm a 8:00pm Con Francisco Hernández.

Debido al poco tiempo de la emisión éste es manejado como resumen informativo:

5 notas de información local

Pausa

1 nota

Pausa

2 minutos de información deportiva

pausa

Despedida.

Como se observa la duración del tiempo en las 3 emisiones es distinta así como su estructura de producción, únicamente se coincide en el resumen informativo pero el resto de la estructura es muy diferente, si bien **Así Sucede** no cuenta con la estructura de producción idónea como lo es el número y tipo de notas sugeridas, éste ha logrado consolidarse como el noticiario de mayor audiencia a nivel local e incluso regional entre las masas, ya que la gente de mayor nivel intelectual no suele escuchar con tanta frecuencia los noticiarios de corte local, a menos que la información sea de mucha importancia o que les afecte de cierta manera, así mismo en dependencias publicas se escucha como parte de la rutina para su síntesis informativa del día mas no por su preferencia.

Enseguida se reproducirá textualmente del original un *teaser* o guión radiofónico para el noticiario Así Sucede, el cual analizaremos posteriormente para revisar como se estructura su información noticiosa

## **Así sucede Teaser Matutino**

### **Viernes 24 de Octubre del 2003**

.....La autoridad municipal acepto el **incremento a la tarifa** de transporte público de pasajeros de 3 a 3 pesos en general, y ahora lo único que se encuentra en negociación es definir el porcentaje que aportaran los transportistas al Fideicomiso para la modernización de las unidades, informaron integrantes del Comité Técnico, quienes se reunieron este jueves con funcionarios locales.

.....El proyecto de libramiento ferroviario fue detenido **momentáneamente** debido a que la empresa concesionaria Transportación Ferroviaria Mexicana (TFM) solicitó un nuevo trazo al contemplado en el proyecto ejecutivo, reveló el Presidente Municipal, José Rivera Carranza, después de reunirse con el nuevo Secretario de Obras Públicas del gobierno estatal.

AUDIO 1

.....La Secretaria de Comunicaciones y Transportes (SCT) **reinició las obras** de ampliación De la carretera libre Celaya-Salamanca, en su tramo Cortazar, obra en la que se invertirán mas de 30 Millones de pesos, y el proyecto ejecutivo del distribuidor vial poniente también estará concluido el presente año para que se liberen recursos.

.....Solamente en lo que va del presente año, se han registrado 30 asaltos a tiendas de cadenas nacionales como Oxxo, Extra y Matador, atracos de los cuales un alto porcentaje se le investiga a la **banda de ex policías** preventivos recientemente capturados, informo la sub procuradora de justicia, Irma Gutiérrez Galvan.

.....El ministerio Público local envió a la PGR un desglose de la averiguación previa en la que se encuentran involucrados los ex policías procesados en relación al asalto registrado en marzo del presente año a trabajadores de la **empresa "Telecom."** a quienes despojaron de mas de medio millón de pesos de recursos del progreso.

.....De forma incongruente y en plena contraposición a los principios de austeridad y racionalidad que pronuncian en sus discursos, los diputados locales abandonarán el palacio legislativo y se concentraran el próximo lunes **en el balneario "Comanjilla"**, donde analizaran el proyecto de reglamento del Órgano superior de Fiscalización.

.....Una persona perdió la vida y un gran congestionamiento vehicular se genero la mañana de este jueves cuando un trailer que transportaba toneladas de pasta de soya **se impacto de frente** contra una camioneta en la carretera libre Celaya-Apaseo El Grande, a la altura de la comunidad de "Rancho Nuevo"

AUDIO 2

.....En Villagrán, el Director de Obras Públicas, Marco Antonio Gasca, revela ahora encontró Diversas irregularidades en las obra inconclusa que Les heredo el anterior gobierno, además de falta de documentación en expedientes técnicos y poca Maquinaria para poder cumplir con sus labores.

.....En Comonfort, un grupo de comerciantes del nuevo mercado denunciaron que el alcalde Moisés Arnulfo López Porillo permite la creación de un **nuevo tianguis** en la plazoleta del DIF para ganar favores de campaña, versión que desmintió el titular del poder ejecutivo municipal.

Como se observa su información esta organizada en sextetos y septetos, los cuales no están escritos en línea corrida ni en mayúsculas como se sugiere, su lenguaje no esta dirigido a todo tipo de personas ya que hay ciertos términos que alguien de bajo nivel educativo puede no entender, las hojas no estaban numeradas y las indicaciones para el operador son muy simples y poco claras.

Son 7 notas locales y 3 regionales con lo que se contradicen en la información proporcionada anteriormente, respecto al número de notas que manejaban, además las cabezas o entradas del teasser están muy largas y mas bien parecen una nota informativa.

Como pudimos darnos cuenta a lo largo de este capítulo ninguna de las dos empresas noticiosas cuenta con una buena estructura interna así como tampoco con una buena estructura de producción, esto generara que al no poseer una funcionalidad correcta, la empresa afecte a sus empleados, tanto en su rendimiento, motivación o posibilidades de superación.

A continuación presento el mismo ejemplo de teasser en la forma correcta de su estructuración, reduciendo su contenido de 6 a 4 o 3 líneas, en línea corrida y con letras mayúsculas

## **ASÍ SUCEDE TEASSER MATUTINO**

**VIERNES 24 DE OCTUBRE DEL 2003**

.....LA AUTORIDAD MUNICIPAL ACEPTO EL **INCREMENTO A LA TARIFA** DE TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS DE 3 A 4 PESOS, POR DEFINIR QUEDA EL PORCENTAJE QUE APORTARAN LOS TRANSPORTISTAS AL FIDEICOMISO PARA LA MODERNIZACIÓN DE LAS UNIDADES.

.....EL PROYECTO DE LIBRAMIENTO FERROVIARIO FUE DETENIDO **MOMENTÁNEAMENTE** DEBIDO A QUE LA EMPRESA CONCESIONARIA TRANSPORTACIÓN FERROVIARIA MEXICANA (TFM) SOLICITÓ UN NUEVO TRAZO AL CONTEMPLADO REVELÓ EL PRESIDENTE MUNICIPAL, JOSÉ RIVERA CARRANZA.

.....LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES (SCT) **REINICIÓ LAS OBRAS** DE AMPLIACIÓN DE LA CARRETERA LIBRE CELAYA-SALAMANCA, EN SU TRAMO CORTAZAR, OBRA EN LA QUE SE INVERTIRÁN MAS DE 30 MILLONES DE PESOS.

.....SOLAMENTE EN LO QUE VA DEL PRESENTE AÑO, SE HAN REGISTRADO 30 ASALTOS A TIENDAS DE CADENAS NACIONALES COMO OXXO, EXTRA Y MATADOR, ATRACOS QUE RELACIONAN CON LA **BANDA DE EX POLICÍAS** PREVENTIVOS RECIENTEMENTE CAPTURADOS, INFORMO LA SUB PROCURADORA DE JUSTICIA, IRMA GUTIÉRREZ GALVAN.

.....EL MINISTERIO PÚBLICO LOCAL ENVIÓ A LA PGR UN DESGLOSE DE LA AVERIGUACIÓN PREVIA EN LA QUE SE ENCUENTRAN INVOLUCRADOS LOS EX POLICÍAS PROCESADOS EN RELACIÓN AL ASALTO REGISTRADO EN MARZO DEL PRESENTE AÑO A TRABAJADORES DE LA **EMPRESA "TELECOM."**

.....LOS DIPUTADOS LOCALES ABANDONARÁN EL PALACIO LEGISLATIVO Y SE CONCENTRARAN EL PRÓXIMO LUNES **EN EL BALNEARIO "COMANJILLA"**, DONDE ANALIZARAN EL PROYECTO DE REGLAMENTO DEL ÓRGANO SUPERIOR DE FISCALIZACIÓN.

.....UNA PERSONA PERDIÓ LA VIDA Y UN GRAN CONGESTIONAMIENTO VEHICULAR SE GENERO LA MAÑANA DE ESTE JUEVES CUANDO UN TRAILER QUE TRANSPORTABA TONELADAS DE PASTA DE SOYA **SE IMPACTO DE**

**FRENTE** CONTRA UNA CAMIONETA EN LA CARRETERA LIBRE CELAYA-APASEO EL GRANDE, A LA ALTURA DE LA COMUNIDAD DE "RANCHO NUEVO".

.....EN VILLAGRÁN, EL DIRECTOR DE OBRAS PÚBLICAS, MARCO ANTONIO GASCA, REVELA QUE ENCONTRÓ IRREGULARIDADES EN LAS OBRAS INCONCLUSAS QUE LES HEREDO EL ANTERIOR GOBIERNO.

.....EN COMONFORT, UN GRUPO DE COMERCIANTES DEL NUEVO MERCADO DENUNCIARON QUE EL ALCALDE MOISÉS ARNULFO LÓPEZ PORILLO PERMITE LA CREACIÓN DE UN **NUEVO TIANGUIS** EN LA PLAZOLETA DEL DIF PARA GANAR FAVORES DE CAMPAÑA, VERSIÓN QUE DESMINTIÓ EL TITULAR DEL PODER EJECUTIVO MUNICIPAL.

# CAPÍTULO IV

PROPUESTA ORGANIZACIONAL PARA UN NOTICARIO LOCAL EN CELAYA  
GTO



## **4.1 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**

Una estructura organizacional no solo nos va a decir la forma en que se organizan los puestos de una empresa, sino también nos podemos dar cuenta del tipo de comunicación interna que manejan, así como la redes o caminos que siguen los mensajes para su correcta comprensión, así que como se ve un organigrama no es solo una estructura que indica quien es mas importante en la empresa , sino que, es la base de cualquier organización y su importancia radica en que desde el puesto mas alto , hasta el mas bajo tienen una función de relevancia y que en conjunto son precisamente los que dan como resultado el buen funcionamiento de una empresa.

La comunicación interna es un factor que promueve el éxito de una empresa, aunque en ocasiones muchos directivos empresariales no dan la importancia que se merece este punto, pasando por alto la aplicación de la misma en su empresa.

La comunicación interna es la comunicación dirigida a nuestro recurso humano, es decir, al trabajador y surge por la necesidad de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde la correcta comunicación les permita desempeñar mas eficazmente sus labores.

Este tipo de comunicación permitirá entre muchas cosas, crear un ambiente de motivación y confianza entre los empleados y directivos, conocer a profundidad la empresa ,promover una comunicación a todos los niveles permitiendo expresarse libremente en cualquiera de los niveles en que se encontrase. Es la clave de la motivación, es lo que permite que la gente sienta que puede expresarse y que sus ideas serán escuchadas, valoradas y seguramente se sienta a gusto en su lugar de trabajo; generando una mayor fidelidad de los

empleados hacia la empresa y un mayor compromiso. Esto se convierte en una estrategia para el área de Recursos Humanos.

En el caso específico de la comunicación interna esta puede fluir de manera descendente , ascendente y horizontal por medio de redes ya sea formales o informales.

La comunicación descendente es aquella que fluye desde los niveles jerárquicos mas altos de la organización , hasta llegar a los subordinados, utiliza diversas herramientas para ser difundida entre las cuales encontramos:

- Carta al personal
- Periódico interno
- Tablón de anuncios
- Reuniones de información

Pero sin duda la mejor forma de comunicación descendente es la relación personal, seguida muy a la par de la utilización de soportes escritos.

Corporación Celaya es una empresa que si bien cuenta con comunicación interna , su comunicación descendente es aplicada de manera muy superficial por parte del director general ya que rara vez se encuentra en la empresa y cuando tiene que comunicar algún tipo de información ésta se realiza de manera personal y oral a su subordinado mas directo para que éste a su vez lo comunique al resto de los empleados convirtiéndose así en una comunicación informal , punto que trataremos mas adelante.

La comunicación ascendente es la que empieza desde los niveles mas bajos de la estructura y fluye hasta llegar a la dirección, y para su difusión se puede utilizar lo siguiente:

- Entrevistas
- Buzón de sugerencias
- Sección en el periódico interno.

La comunicación horizontal es aquella que se maneja entre los mismos niveles jerárquicos de una organización, ahora bien lo formal en la comunicación sería la formalidad propiamente dicha que los mensajes tienen para ser enviados y que siguen las líneas impuestas por la dirección.

Con lo anteriormente mencionado es de suponerse que cualquier empresa disponga de un amplio repertorio de herramientas de comunicación que le permitan acercarse de la mejor manera posible a su recurso humano, moderar el carácter informativo y afectivo de los mensajes, así como el grado de formalidad.

Pero, de nada sirve implantar herramientas de comunicación interna si ésta no cuenta primero con una cultura empresarial convencida de la necesidad de comunicación. Si esta filosofía no está implantada, las herramientas más eficaces no servirán y lo único que se habrá conseguido es perder tiempo y dinero.

En el organigrama presentado por Corporación Celaya se puede observar que la comunicación fluye de forma descendente pero en realidad no siempre es así ya que a veces cuando el director no se encuentra en la empresa , la autoridad

recae en varias personas del mismo nivel jerárquico convirtiéndose entonces en comunicación horizontal ,además debido a que el lugar físico en el que laboran es muy pequeño, la comunicación que se da entre ellos es de manera informal provocando aspectos negativos como el rumor, y la mala emisión y recepción de dichos mensajes, aspecto que por cierto no consideran importante ya que después dichos rumores son aclarados , por lo que no ven la necesidad de contar con una comunicación formal propiamente dicha.

La comunicación, al exigir el diálogo, expresa una forma de relación. Una verdadera comunicación no debe apoyarse necesariamente en un gran volumen de informaciones, sino en la calidad y eficiencia de las mismas.

El papel de los directivos de la empresa estará entonces en intervenir continuamente en las acciones necesarias para que la comunicación circule convenientemente por la empresa, de uno a otro grupo, de una a otra persona. El éxito de una buena política de comunicación requiere una doble preocupación en aquellos que dirigen la empresa: transmitir lo que saben a sus colaboradores y también escucharlos.

Todo lo anteriormente mencionado es algo en lo que Corporación Celaya debería detenerse a pensar un poco ya que es una empresa que no cuenta con una misión, visión y objetivos establecidos de manera formal y expuestos a la vista de sus empleados y el público , razón por la cual los mismos miembros de la empresa solo tienen una vaga idea o una suposición de los mismos.

Como se ve Corporación Celaya es una empresa carente de una correcta comunicación interna y que no cuenta con las bases necesarias para su funcionamiento idóneo como lo es una estructura organizacional interna , su misión, visión y objetivos, sin embargo es increíble que aun se mantenga en pie y con gran número de radioescuchas, pero sería claro pensar que si en

estas condiciones ha logrado mantenerse vigente, el éxito sería mucho mayor como empresa y como medio de entretenimiento e información si vieran un poco al interior y modificaran sus deficiencias y no vieran tanto al exterior importándoles únicamente la imagen que se proyecta de la cabina hacia el receptor.

Otro punto de importancia es la compensación que un empleado tendrá por desempeñar una actividad, ya que lo justo es que quien más trabaja o mayor grado de dificultad tenga en su labor, sea quien obtenga una mayor compensación.

La compensación está vinculada generalmente con la capacidad requerida, el nivel de educación, los riesgos de su labor o la experiencia, estas características pueden ser valoradas gracias al análisis de puestos. Así con este análisis se pueden detectar las capacidades de cada empleado y obtener el rendimiento que se espera de él.

Dentro de la comunicación interna la alta dirección será el altavoz para transmitir los mensajes directamente ligados a ella, que tienen que ver con la visión, misión, objetivos generales, valores culturales, etc. Muchas veces existe exceso de información y de datos que no son necesarios a la hora de tomar una decisión.

Un volumen grande de información se origina por no tener clara la misión y los objetivos de la empresa. Este apoyo se concreta en dos sencillas acciones: canalizar los mensajes y traducirlos para que sean correctamente comprendidos por todos.

También tendrá como labor el crear un marco general de información y comunicación que consiga que todas las informaciones internas y externas respondan a una política y estilo determinados por la empresa y ligar cada noticia concreta a la misión o a un objetivo general de la organización.

Muchos directivos cuando oyen hablar de comunicación creen que eso no va con ellos, que ya tienen bastante con trabajar y que por supuesto su empresa no lo necesita o duda que el éxito de la misma dependa en gran parte de una buena comunicación interna, lo ven mas como algo de carácter social, en muchas empresas este departamento es percibido como el encargado de realizar eventos sociales, cursos de superación o una serie de cosas que no consideran necesarias y que si está o no está éste departamento en su empresa da igual , ya que se da mas importancia a departamentos como el administrativo o recursos humanos.

Pero claro no en todas las organizaciones ocurre lo mismo , en las grandes empresas se cuenta con personal capacitado que conoce y reconoce la importancia de contar en su empresa con una buena comunicación interna, puesto que es la base o cimientos del cual se desprende todo el funcionamiento de la misma, yo diría que es como el tronco de un árbol del cual se desprenderán todas las ramificaciones y a su vez de estas cada una tendrá sus hojas.

Para el éxito de la práctica de la información en la empresa, la primera condición es que funcione bien la comunicación descendente, la cual considero como la mas importante ya que el director general como encargado de su empresa debe preocuparse por el corazón de la misma que son sus empleados, ya que si este deja de latir tendrá serios problemas, razón por la cual el

contacto directo , el darles a conocer la visión , misión , valores , objetivos y políticas dará a sus trabajadores un panorama muy amplio de en donde están y para que están, además de hacerles saber que cuentan con el apoyo de la organización y que cualquier opinión , sugerencia o queja será tomada en cuenta, esto ayuda a crear un ambiente de confianza y respeto entre jefe-empleado y claro al darse una buena comunicación descendente traerá por consecuencia que en la retroalimentación se de un buen funcionamiento de la comunicación ascendente.

En segundo lugar se pone atención en la comunicación horizontal, ya que al pertenecer al mismo nivel de jerarquía es muy fácil que se rompan las líneas del respeto o de autoridad a causa precisamente de la horizontalidad del mismo, dando pie a envidias profesionales o rivalidades o a la vez de alianzas entre los mismos, lo cual puede ser algo positivo si lo manejan para el bienestar común o negativo si es usado como estrategia para dañar a otros departamentos, de ahí radica la importancia de la buena comunicación descendente puesto que desde ahí se puede evitar algún tipo de conflicto en la estructura horizontal.

De nada sirven los métodos para la información si no van motivados por un deseo y un espíritu favorable a la comunicación interna entre todos los trabajadores. Es una cuestión de espíritu y cultura. El liderazgo de las personas será un gran impulso para comunicar dentro de la empresa. Las técnicas de comunicación no crean líderes, los líderes las crean a ellas.

## 4.2 ANALISIS DE PUESTOS

En el capítulo tres menciona que el análisis de puestos servía para determinar los deberes de cada puesto, así como las personas aptas para desempeñarlo, pues bien este punto nos será de gran ayuda ya que es una base que cualquier empresa debe tener en cuenta al momento de reclutar y asignar los puestos a sus empleados para así estructurar un buen organigrama y por ende un buen funcionamiento de su empresa. Así el análisis de puestos comprende de dos aspectos fundamentales:<sup>1</sup>

- **Descripción del puesto:** Define los deberes y obligaciones de cada puesto. El cual debe de contar con:

a) Título del puesto

b) Posición del puesto en el organigrama

c) Material o equipo a utilizar

- **Factores específicos:** Son los requisitos y exigencias que el puesto demanda para el ocupante.

a) **Requisitos mentales:** Son las aptitudes, capacidad mental y verbal, habilidad para trabajar con personas, liderazgo, preparación académica, experiencia profesional ,etc.

---

<sup>1</sup> FIGUEROA Mercado Julián, “Organización proceso administrativo II”, Ed.Upiicsa, México, 1989, p.103-106



b) Requisitos físicos: Hace referencia al esfuerzo físico que demanda cada puesto, como lo son, horas de trabajo, viajes fuera de la ciudad, porte , físico , condiciones de salud , etc.

c) Responsabilidad: Todo trabajo requiere de un grado de responsabilidad para con su empresa y el entorno que la rodea, ya sea en la supervisión del personal, con el material y equipo de trabajo que maneja, dinero y documentos importantes, contactos internos o externos.

d) Condiciones de trabajo: Son las condiciones ambientales de trabajo, y los riesgos que podrían correrse en el desempeño del mismo.

Es por eso que a continuación presento seis pasos para realizar un análisis de puestos:<sup>2</sup>

#### Paso 1

Determine el uso de la información del análisis de puesto. Empiece por identificar el uso que dará a la información, ya que eso determinara el tipo de datos que se reúnan y la técnica que utilice para hacerlo.

Algunas técnicas como entrevistar a los empleados y preguntarles en qué consiste el puesto y cuáles son sus responsabilidades son útiles para redactar las descripciones de puestos y seleccionar a los empleados.

Otras técnicas de análisis de puestos como el cuestionario de análisis de posición, no proporcionan la información específica para descripciones de puestos, pero proporcionan clasificaciones numéricas para cada puesto, que se pueden utilizar para compararlos con propósitos de compensaciones. Por tanto

---

<sup>2</sup> [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

su primer paso es determinar el uso de información del análisis de puestos. Entonces podrá decidir cómo reunir información.

#### Paso 2

Reúna una información previa. A continuación, es necesario revisar información previa disponible, como organigramas, diagramas de proceso y descripciones de puestos. Los organigramas muestran la forma en que el puesto en cuestión se relaciona con otras posiciones y cual es su lugar en la organización. En el organigrama se debe identificar el título de cada posición y, por medio de las líneas que las conectan, demostrar quién reporta a quién y con quien se espera que la persona que ocupa el puesto se comunique.

Un diagrama de proceso permite una comprensión más detallada del flujo de trabajo que en la que se puede obtener del organigrama. En su forma más simple, un diagrama de proceso muestra el flujo de datos de entrada y datos de salida del puesto estudiado.

La descripción del puesto, si existe, puede ser un buen punto a partir del cual podría preparar una descripción revisada del puesto.

#### Paso 3

Seleccione posiciones representativas para analizarlas. Esto es necesario cuando hay muchos puestos similares por analizar y toma demasiado tiempo el análisis del puesto.

#### Paso 4

Reúna información del análisis de puesto. El siguiente paso es analizar realmente el puesto, obteniendo los datos sobre las actividades que involucra, la conducta requerida de los empleados, las condiciones de trabajo y los

requerimientos humanos. Para esto debe utilizarse una o más técnicas de análisis de puestos.

#### Paso 5

Revise la información con los participantes. El análisis del puesto ofrece información sobre la naturaleza y funciones del puesto. Esta información debe ser verificada con el trabajador que lo desempeña y un superior inmediato. Edificar la información ayudará a determinar si es correcta, si está completa y si es fácil de entender para todos los involucrados. Este paso de revisión puede ayudarle a obtener la aceptación del ocupante del puesto de los datos del análisis que se obtuvieron, al darle la oportunidad de modificar la descripción de las actividades que realiza.

#### Paso 6

Elaboró una descripción y especificación del puesto. La descripción del puesto es una relación por escrito de las actividades y responsabilidades inherentes al puesto, así como de sus características importantes como las condiciones de trabajo y los riesgos de seguridad. La especificación del puesto resume las cualidades personales, características, capacidades y antecedentes requeridos para realizar el trabajo, y podría ser un documento separado o parte de la misma descripción del puesto.

A continuación se presenta un ejemplo para visualizar mas claramente lo que comprende el análisis de puestos de Corporación Celaya Radio.

**Título del puesto:** Jefe de información

**Requerimientos educativos:** Profesional universitario ,preferentemente en el área de Ciencias de la comunicación o Periodismo.

**Requerimientos de capacidad:** Especialización en el área de periodismo radiofónico.

**Requerimientos de experiencia:** Por lo menos cinco años en la compañía desempeñando ese puesto.

**Requisitos físicos:** La edad ideal para este cargo, aunque no indispensable sería entre los 30 y 50 años.

**Aptitudes:** Inteligencia, extroversión, espíritu crítico y creador, madurez mental, capacidad rápida de reacción ante imprevistos, facilidad de palabra e improvisación.

**Responsabilidad:** Responsable de todas las operaciones del departamento de noticias, así como de la supervisión de todas las funciones del mismo.

**Descripción del puesto:** Asigna las ordenes a cubrir por los reporteros , mantiene una relación constante con las fuentes de información, revisa y califica las notas recogidas por su equipo informativo.

**Horario:** Tiempo completo con disponibilidad de horario.

**Sueldo:** \$6,000

**Titulo del puesto:** Encargado de producción

**Requerimientos educativos:** Profesional universitario ,preferentemente en el área de Ciencias de la comunicación o Periodismo.

**Requerimientos de capacidad:** Especialización en el área de producción de medios de comunicación.

**Requerimientos de experiencia:** Por lo menos dos años en la compañía desempeñando ese puesto.

**Requisitos físicos:** La edad ideal para este cargo, aunque no indispensable sería entre los 25 y 50 años.

**Aptitudes:** Espíritu creativo, capacidad rápida de reacción ante imprevistos, Gusto por la tecnología y aparatos electrónicos.

**Responsabilidad:** Se encarga de conjuntar todas las áreas del noticiario para que se lleve a cabo con la calidad requerida.

**Descripción del puesto:** Redacta el resumen ejecutivo para los noticiarios diariamente, así mismo esta al pendiente desde la cabina de radio de que la transmisión del noticiario transcurra con normalidad , desde ahí se dan todo tipo de indicaciones a los locutores, así como de las entradas y salidas de audio.

**Horario:** Tiempo completo con disponibilidad de horario.

**Sueldo:** \$4,000

**Titulo del puesto:** Conductor

**Requerimientos educativos:** Profesional universitario ,preferentemente en el área de Ciencias de la comunicación o Periodismo.

**Requerimientos de capacidad:** Especialización en el área de periodismo radiofónico.

**Requerimientos de experiencia:** Por lo menos dos años en la compañía desempeñando ese puesto.

**Requisitos físicos:** La edad ideal para este cargo, aunque no indispensable sería entre los 25 y 50 años.

**Aptitudes:** Inteligente , gusto por la lectura, facilidad de palabra, cultura general, buena voz , buena dicción, capacidad de improvisación.

**Responsabilidad:** Se encarga de leer y presentar las noticias, así como de realizar entrevistas al aire.

**Descripción del puesto:** La función de este puesto es leer y presentar de manera clara y fluida las noticias agregándoles su toque o estilo personal , así mismo si se tiene a un invitado en la cabina o se realiza un enlace vía telefónica será el conductor quien se encargue de entrevistarlo.

**Horario:** Disponibilidad de horario de acuerdo a la hora en que se realice la emisión del noticiario.

**Sueldo:** \$4,000

**Titulo del puesto:** Reportero

**Requerimientos educativos:** Profesional universitario ,preferentemente en el área de Ciencias de la comunicación o Periodismo.

**Requerimientos de capacidad:** Especialización en el área de periodismo radiofónico.

**Requerimientos de experiencia:** Por lo menos dos años en la compañía desempeñando ese puesto.

**Requisitos físicos:** La edad ideal para este cargo, aunque no indispensable seria entre los 22 y 40 años, Buena salud y condición física.

**Aptitudes:** Inteligente , gusto por la lectura, facilidad de palabra, cultura general, capacidad de improvisación, iniciativa, trabajar bajo presión, ser observador y analítico.

**Responsabilidad:** Proveer a su empresa noticiosa de toda la información de mayor relevancia generada durante el día.

**Descripción del puesto:** El reportero se encargara de asistir a la fuente que le fue asignada para recabar toda la información que se genere en la misma y entrevistar a las personas que se la puedan proporcionar, así mismo dará seguimiento a las notas que lo ameriten, una vez obtenida su información redactará sus propias notas para que sean transmitidas en el noticiario

**Horario:** Tiempo completo con disponibilidad de horario.

**Sueldo:** \$4,000

### 4.3 PROPUESTA DE ORGANIGRAMA

Como mencione en el capitulo tres, la información que me fue proporcionada respecto a la estructura organizacional (organigrama ) de la empresa fue de manera oral y en base a eso yo trate de estructurar esos datos en forma de organigrama , sin embargo considero que la distribución no es correcta ya que lo justo es que los puestos con mayor autoridad , responsabilidad y trabajo ocupen la cabeza del organigrama y que de ahí se vayan desglosando en línea descendente los puestos según los criterios que ya mencione.

Pero para realizar un organigrama empezaremos por definirlo y conocer su importancia, así como los tipos que hay, para después con dichas bases organizar la información proporcionada por ambas radiodifusoras y estructurarla.

Un organigrama es una representación grafica de una organización.

En gerencia generalmente los diversos niveles administrativos o departamentos conforman los elementos de un organigrama. Es importante tener en cuenta en el diseño de los organigramas los niveles de mando o jerarquías en la organización.<sup>3</sup>

Los organigramas son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización.

---

<sup>3</sup> [unamosapuntos/organigramas.htm](http://unamosapuntos/organigramas.htm)



## **Los organigramas revelan:**

- La división de funciones.
- Los niveles jerárquicos.
- Las líneas de autoridad y responsabilidad.
- Los canales formales de comunicación.
- La naturaleza lineal o staff del departamento.
- Los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, etc.
- Las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento o sección.

## **Tipos de organigramas:**

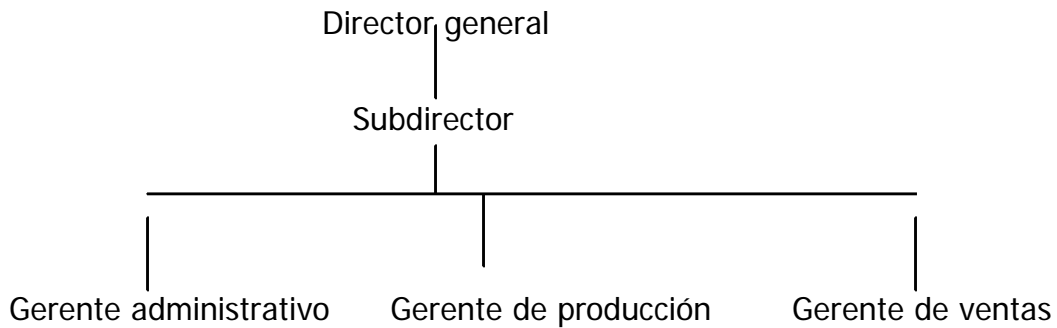
Los organigramas pueden ser:

- Verticales
- Horizontales
- Circulares
- Escalares

### **Vertical:**

En los organigramas verticales, cada puesto subordinado a otro se representa por cuadros en un nivel inferior, ligados a aquel por líneas que representan la comunicación de responsabilidad y autoridad. De cada cuadro del segundo nivel se sacan líneas que indican la comunicación de autoridad y responsabilidad a los puestos que dependen de él y así sucesivamente.

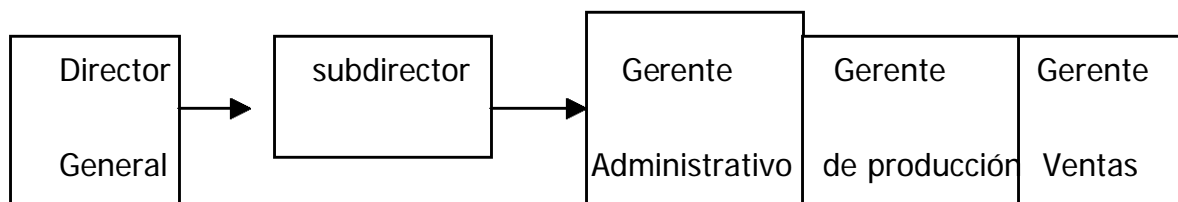
Ejemplo:



**Horizontal:**

Representan los mismos elementos del organigrama anterior y en la misma forma, sólo que comenzando del nivel máximo jerárquico a la izquierda y haciéndose los demás niveles sucesivamente hacia la derecha.

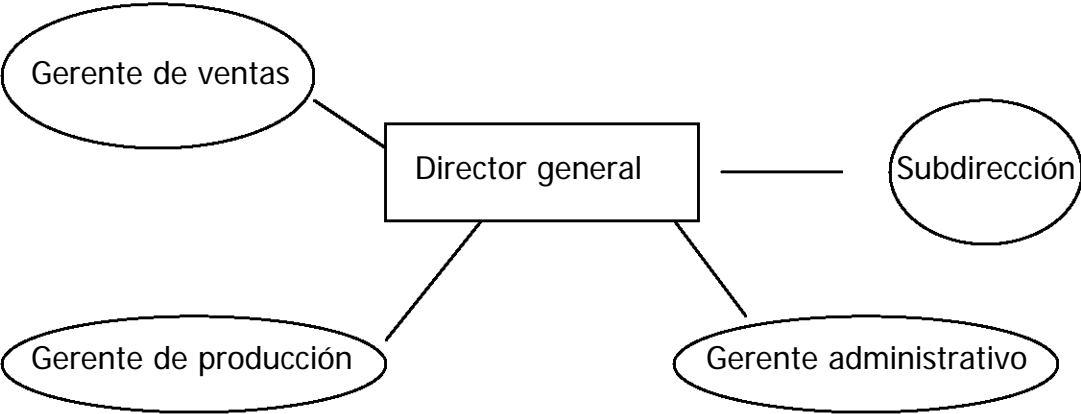
Ejemplo:



**Circular:**

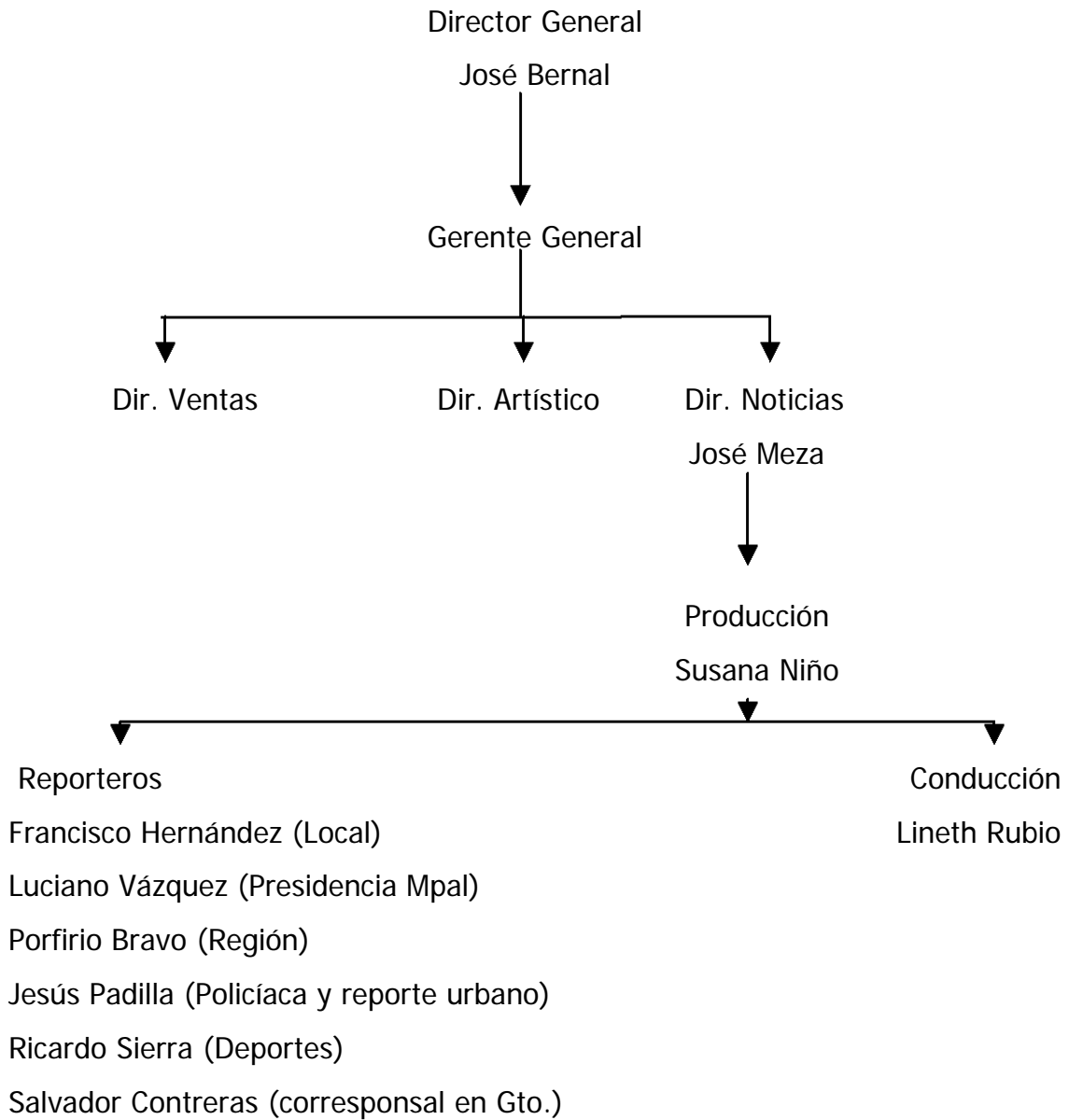
Formados por un cuadro central, que corresponde a la autoridad máxima en la empresa, a cuyo derredor se trazan círculos concéntricos, cada uno de los cuales constituye un nivel de organización.

Ejemplo:

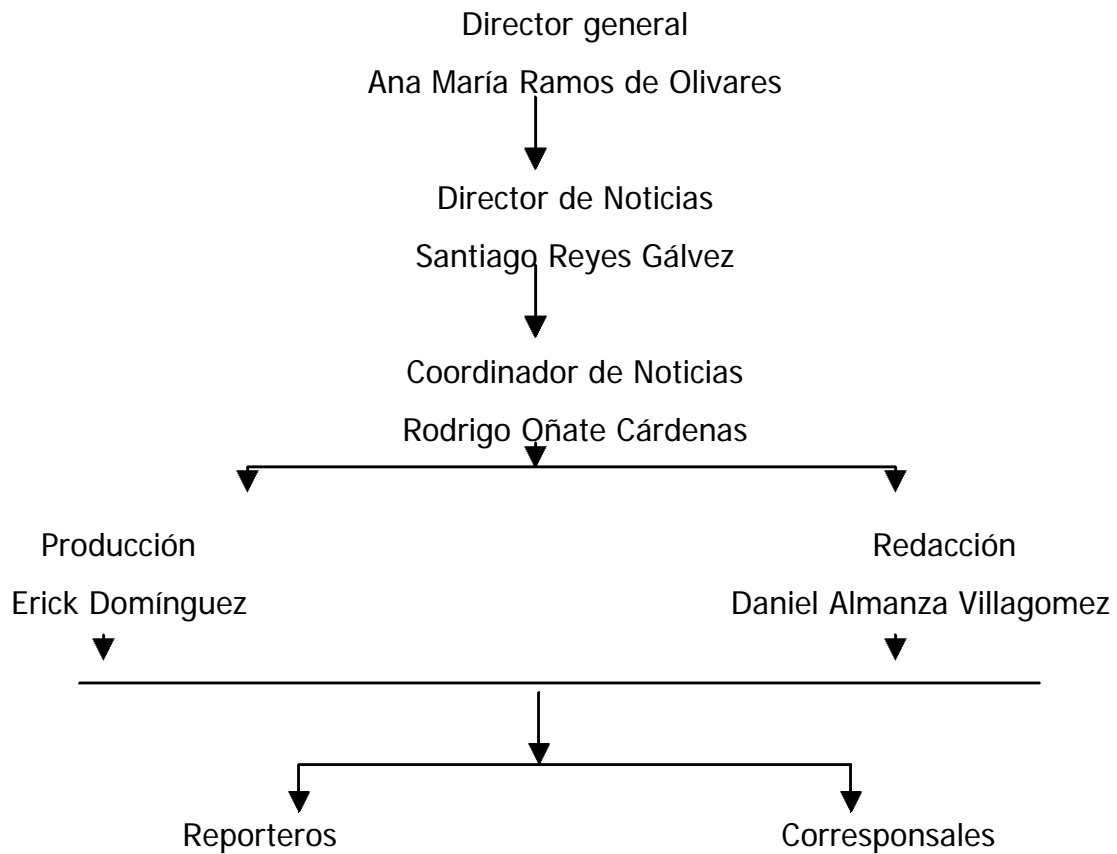


Una vez definido lo anterior presento según el criterio de niveles de autoridad y responsabilidad la siguiente estructura de organigrama para Corporación Celaya y Noticiarios Teleradio.

## ORGANIGRAMA DE CORPORACIÓN CELAYA



## ORGANIGRAMA DE GRUPO TELERADIO



Elena Aguinaga  
Tania Rosas  
Rodrigo Oñate  
Erick Domínguez

Miguel Martínez  
Saúl Almanza  
Jacobo Muñiz  
Ramón González  
Marbella Méndez  
Manuel Carrillo  
Roberto José Pacheco

En el organigrama de Corporación Celaya se hizo un ajuste de puestos, ya que anteriormente el departamento de producción y el de conducción estaban en el mismo nivel jerárquico aún cuando las responsabilidades , la carga de trabajo y la autoridad eran diferentes , es por eso que el puesto de conducción bajó un nivel para situarse junto con los reporteros.

Para Noticiarios Teleradio el ajuste fue mínimo , solo se elimino la línea staff punteada para dividir a los reporteros de planta de los diversos corresponsales con los que cuenta el noticiario, ya que los corresponsales no son considerados como empleados staff sino como colaboradores de la empresa, razón por la cual se les puso en una línea aparte dentro del mismo nivel de los reporteros locales.

Ambos son organigramas estructurados en forma vertical ya que es el mas común y de fácil manejo por la mayoría de las empresas.

#### 4.4 PERFIL ORGANIZACIONAL

Un perfil organizacional es un diagnóstico o informe acerca de las diversas características de la empresa con el fin de poder analizarla adecuadamente. No existe un formato para realizar un análisis de este tipo, pero generalmente incluye los siguientes elementos.

**1. Datos básicos de la empresa:** Nombre, actividad que desarrolla, tamaño (grande pequeña..), número de empleados etc.... en fin lo esencial.

**2. Datos de La Organización:** Organigrama de la empresa, número de departamentos, énfasis de los departamentos, aliados estratégicos, (es un análisis del funcionamiento de la empresa y de los encargados de la misma).

**3. Datos financieros:** Activos, pasivos, nivel de endeudamiento, mercados que ataca, estado de resultados etc.

**4. Cultura organizacional:** Filosofía de la empresa, estrategias de negocios, formas de comunicación etc.

**5. Análisis humanos:** Perfil de sus trabajadores, motivación, índices de rotación de empleados, nivel de los empleados etc.

#### 4.5 ESTRUCTURA DE PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA NOTICIOSO

Si hablamos de una empresa radiofónica y mas específicamente de una noticiosa tendríamos que pensar en cual sería su producto, pues bien en el caso de un programa de noticias su producto final sería el noticiario mismo bien terminado, lo cual no resulta nada fácil pues se requiere como en toda empresa de la colaboración de muchos recursos humanos por los cuales va pasando el producto de mano en mano y en donde cada quien le va agregando su parte esencial, para que así llegue al termino como un producto de calidad, pero ¿que sucede si uno de los pasos de mi producto no esta bien hecho o se omite?, pues simplemente tendremos un producto incompleto o de mala calidad.

Es por eso que nos interesa tratar el tema de la producción de un noticiario ya que es éste mismo el que habla por el trabajo no de el conductor, sino de todos y cada uno de los colaboradores del mismo.

Cabe mencionar que hay dos tipos de noticiario<sup>4</sup>:

- El corto: Con duración aproximada de 30 minutos, limitado a cápsulas informativas separadas por ráfagas musicales.
- De larga duración: Son aquellos noticiarios de una hora en adelante y con mucho mayor despliegue informativo tanto en recursos materiales como humanos.

---

<sup>4</sup> PEREZ Hernández Mario Alberto, “*Prácticas radiofónicas*”, Edit. Porrúa, México D. F 1998, p 148-153



En la actualidad dependerá de cada programa la duración de su noticiario, así como también variara su estilo y presentación de acuerdo a las necesidades de su audiencia.

A continuación se presenta una guía de cómo se debe estructurar un noticiario:

Antes de estructurar el orden de las notas estas deben contar como ya lo mencione en el capítulo anterior con las siguientes características:

Objetividad, oportunidad, actualidad, veracidad y localidad.

Una vez que el redactor reviso cada una de las notas , ya se puede proceder a estructurarlas en el orden correspondiente para lo cual se recomienda lo siguiente:

- Lead informativo
- 2 a 5 notas locales
- 1 a 3 notas nacionales
- 1 o 2 notas internacionales
- 1 o 2 notas deportivas
- 1 nota de espectáculos

Es importante que la primera nota que se transmita sea la de mayor importancia en ese momento ya sea local, nacional o incluso deportiva y que de ahí se parta para continuar con las demás aunque se rompa con el orden establecido, a esa nota se le dará un seguimiento en cada espacio informativo ya que puede ir surgiendo nueva información respecto al tema el cual podrá ser anunciado en los cortes informativos y ampliado en las emisiones posteriores.

El noticiario estará dividido por bloques bien distribuidos de manera que se termine a tiempo el programa, cuidando que cada elemento tenga su entrada en el momento indicado y no se tenga que rellenar la información para cubrir la hora.

Debe poseer un orden, agilidad, coherencia y el estilo personal que cada empresa le imprima para mantener la atención diaria de los radioescuchas.

En el caso de un noticiario de larga duración se debe contar básicamente con las siguientes secciones:

- Local
- Nacional
- Internacional
- Ecológica
- Financiera
- Estado del tiempo
- Deportiva
- Cultural

En ocasiones no siempre habrá información importante en alguna sección por lo que se omite y se da paso a una nota de otra sección de mayor relevancia o en su caso puede ser que se transmita solo determinado día de la semana y como un flash informativo, por ejemplo la sección de ecología puede ser los viernes y la nota puede durar solo 30 segundos.

Algunas recomendaciones para realizar el guión de un noticiario son<sup>5</sup>:

- Se puede hacer el guión en línea corrida, esto facilita su lectura.
- No cortar palabras.
- No cortar párrafos
- Escribir en mayúsculas y acentuar las palabras correctamente.
- Subrayar siempre las indicaciones al operador.
- Numerar las paginas
- Poner la fecha en la parte superior de la hoja.
- Usar lenguaje sencillo, claro y concreto.
- Redactar para todo tipo de auditorio.
- Explicar términos difíciles.

---

<sup>5</sup> Ibidem. p.156

#### 4.6 ACTIVIDADES DE CADA PUESTO

Actualmente para que un noticiario pueda contar con buena calidad se requiere de un gran apoyo en cuanto a información, investigación, y sonidos.

De esta manera se requiere como mínimo el personal siguiente:<sup>6</sup>

- Coordinador editorial: Se encargara de conseguir y estructurar la información de actualidad(no noticiosa), para enriquecer el programa.
- Coordinador de audio: Revisa, selecciona y controla la calidad de todos los sonidos que pasan al aire(grabados), además selecciona la música y efectos especiales que integran el noticiario.
- Coordinador de entrevistas: Es la persona que busca, contacta y realiza la agenda de entrevistas en estudio y vía telefónica para el programa.
- Coordinador de producción: Es el encargado general de la producción: Busca, analiza, investiga y proyecta la estructura del noticiario. Comenta y se coordina con el conductor para tocar diversos temas o para el manejo de la información. El dice lo que pasa o no pasa y le va dando esencia al mismo.
- Coordinador de corresponsales: Es la persona que se encarga de llamar, solicitar y coordinar en general a los corresponsales. El habla con ellos, les pide la información, selecciona la que envían y en general se arregla con ellos en cuanto a pagos, transmisiones, etc. Es el contacto entre la emisora y los corresponsales.

---

<sup>6</sup> Ibidem, p 159,160.

- Redactores: Proveen de información al noticiario. Recortan diarios, analizan los cables y otras fuentes y redactan notas para el programa, respetando el estilo del mismo y nunca se debe pasar una nota sin que haya sido revisada y redactada por ellos.
- Reporteros: se encargan de salir, buscar y cubrir la fuente para la que son asignados, son los proveedores de la información noticiosa.
- Atención al público: Debe existir una varias personas que atiendan las llamadas del auditorio y que al mismo tiempo o después del noticiario den respuesta a las inquietudes que se presenten en las llamadas.

## 4.7 PERFIL IDÓNEO PARA UN PUESTO NOTICIOSO

A continuación se presenta un perfil idóneo de los puestos mas importantes.

Director de noticias:

- Experiencia
- Trayectoria
- Capacidad de liderazgo y de administración de sus recursos humanos
- Cultura general
- Buena presentación
- Observador y analítico
- Visionario

Jefe de información:

- Experiencia
- Capacidad de síntesis y análisis
- Información local y nacional al día
- Capacidad de jerarquización
- Don de mando

Redactor

- Capacidad de selección y jerarquización
- Información local y nacional al día
- Don de mando
- Ser práctico y poseer agilidad mental
- Saber trabajar bajo presión
- Buena ortografía

## Conductor

- Buena voz
- Buena dicción
- Cultura General
- Capacidad de improvisación
- Capacidad de análisis
- Información local y nacional al día

## Reportero:

- Vocación
- Observador y analítico
- Intuición lógica para conseguir la nota
- Iniciativa
- Arriesgado
- Contar con amplia cultura general
- Poseer seguridad
- Saber trabajar bajo presión

La producción como se ve es parte fundamental en el desarrollo de cualquier noticiario , el contar con los elementos básicos como una buena organización traerá como resultado entre muchas otras cosas, el que la producción transcurra de forma correcta llevando así a la calidad en el servicio informativo del cual hemos hecho mención.

Tomando en cuenta las sugerencias de organización interna y de producción se puede hablar de empresas radiofónicas bien constituidas y con materiales informativos de calidad que van de acuerdo con las exigencias que hoy en día requiere una audiencia ávida de información veraz , objetiva , analítica y oportuna.



## CONCLUSIONES

El trabajo que se desarrolló no pretende ser la solución a los problemas de las empresas noticiosas, pero sí dar una guía o modelo de cómo organizar un noticiario tanto en su recurso humano como en su producción, pretendiendo así ayudar al crecimiento empresarial de las empresas noticiosas **Así sucede** y **Noticiarios Teleradio** y aumentar el éxito con que ya cuentan, ya que en ambas se descubrió que no cuentan con documentos escritos en los cuáles esté plasmada su misión, visión, objetivos, historia y organigrama y que dicha información la desconocen los empleados de las mismas, razón por la cual se hace un énfasis de los beneficios que conllevaría la correcta difusión y aplicación de tal información dentro de sus empresas.

Después de cuatro capítulos hemos recorrido la historia de la radio tanto a nivel local como en la ciudad de México, los géneros periodísticos y la estructura de organización y producción de los noticiarios locales, lo cual nos llevó a realizar un análisis de las empresas noticiosas más importantes de Celaya cómo lo son Teleradio y Corporación Celaya, de las cuales se revisaron puntos como su estructura interna, comunicación y producción y como ya mencioné; ambas no cuentan con una base interna idónea para su mejor funcionamiento y con la cual toda empresa debería contar, pues si bien ambas cuentan con un éxito y un público definido, esto les traería mayores beneficios que se verían reflejados en la calidad de su producto que es el noticiario mismo, además de que al contar con una organización y comunicación interna correcta, sus empleados trabajarían con mayor facilidad y motivados, sintiéndose útiles en el puesto que saben desempeñar.

Pero está claro que son los directores de dichas empresas quienes deben empezar por tener una cultura organizacional e interesarse más en cómo funciona el interior de su organización, ya que solo ellos pueden reestructurar sus empresas y

transmitir dicha información al resto de sus empleados para solo así lograr una correcta aplicación de su comunicación interna y externa , de qué labores desempeñaran cada uno y por supuesto crear en ellos el respeto hacia la empresa para la cual laboran, desarrollando así de forma continua mejores modelos de organización.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAENA Paz Guillermina, ***“Géneros periodísticos informativos”***, Ed.Pax, México,1990, 218 pags.
- BOHMANN Karin, ***“Medios de comunicación y sistemas informativos en México”***, 2da edición, Ed. Alianza, México,1994,417 pags.
- GONZALEZ Reyna Susana, ***“Géneros periodísticos I, Periodismo de opinión y discurso”***, E.d. Trillas, México, 1991, 225 pags.
- LARA MOLINA Jesús, ***“Stereo Digital: proyecto de vanguardia para la creación de una nueva emisora”*** (tesis), Escuela de comunicaciones de la ULSAB, Celaya Gto, 1998. 97 pags.
- LEÑERO Vicente y Marin Carlos, ***“Manual de periodismo”***,Ed. Grijalbo, México D.F, 1986,315pags.
- MORALES Navarrete Katia, ***“El licenciado de ciencias de la comunicación como periodista: enfoque funcional y organizacional”*** (tesis), Escuela de ciencias de la comunicación de la ULSAB, Celaya Gto, 1999, 107pags.
- PEREZ Hernández Mario Alberto, ***“Prácticas radiofónicas”***, Ed. Porrúa, México D.F 1998, 221 pags.
- ROBBINS Sthepen, ***“Fundamentos de administración”***, Edit. Prentice may, México D.F, 2002, 486 pags.

## OTRAS FUENTES

- Entrevista realizada con el Sr. Guillermo Zamarróni Suárez, pionero de la radio en Celaya.
- Información proporcionada por la Lic. Gabriela Gutiérrez, coordinadora de análisis de medios y publicidad del Dpto. de comunicación social de la presidencia municipal de Celaya Gto.

- Entrevista realizada a Susana Niño de Corporación Celaya Radio y a Rodrigo Oñate de Teleradio
- [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)
- [www.notilog.com](http://www.notilog.com)
- [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)
- [www.ull.es/publicaciones/latina](http://www.ull.es/publicaciones/latina)