

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

EL TRABAJO DE REPORTERO EN NEGOCIOS Y FINANZAS, MI  
EXPERIENCIA PROFESIONAL EN AZTECA NOTICIAS

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN

Presenta

César Méndez Ramírez

ASESOR: PORFIRIO TOLEDO DELGADO



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	1
1. El primer día	3
1.1 Inicios en la redacción	5
1.2 De topes con la red	7
2. Trabajar en la redacción	10
2.1 Nada es lo que soñamos	11
3. Reporteando	17
3.1 Internet en los tiempos de la TV	34
3.2 Las nuevas empresas multimedia	37
3.3 El futuro de la televisión	39
4. Consideraciones finales	43
Referencias bibliográficas	47

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente vivimos un cambio de paradigma, si, una frase muy recurrente para hablar de los cambios por lo que atraviesan los medios de comunicación, pero muy cierta. Ya sea en México o en el mundo, he visto como las personas han empezado a cambiar sus gustos, sus modos y tendencias de ver la televisión abierta.

El objetivo de mi trabajo en el primer capítulo es mostrar como nos especializamos o enfrentamos el entorno actual, en un segundo capítulo abordo mi desarrollo profesional y formación como reportero en un medio de comunicación electrónico; en el capítulo tres hago un recuento de ese nuevo entorno en el que la televisión busca amoldarse a las necesidades de sus televidente, ahí mismo abundo sobre el desarrollo de los nuevos medios y los alternativos.

También abordo el reto de especializarnos si es que queremos llegar a un público cada vez más exigente en la información que les transmitimos. En mis 15 años de experiencia profesional he visto llegar infinidad de proyectos que apuntan a la realización de un trabajo más especializado o que intentan llevarnos hacia esa especialización que pueda marcar la diferencia con los demás medios de comunicación.

Pero la llegada de internet ha trastocado el panorama para quienes ejercemos el periodismo, básicamente porque ahora las personas consumen información en enormes cantidades y se han vuelto más exigentes al analizar la información, así como para elegirla. De hecho hoy tenemos televidentes más exigentes, y en consecuencia, debemos adaptarnos a ese enorme cambio que ha modificado los gustos de nuestras audiencias.

Hoy parecería que no hemos logrado cuajar en los medios de comunicación un proyecto que satisfaga esa demanda del auditorio. Lo que ha terminado por generar una desbandada de ese público que busca satisfacer sus necesidades de información más rápida y cambiante en los llamados nuevos medios a través de la red de internet. De ahí la importancia que creo podría tener mi trabajo al aportar una perspectiva al interior de un medio de comunicación, mostrando como la industria intenta competir ante un nuevo paradigma en los medios de comunicación. Y al final, en el capítulo cuatro hago algunas consideraciones sobre la agencia de noticias de la Facultad de ciencias políticas y sociales y su papel, además de propuestas, que considero, ayudarían a enriquecer la formación en nuestra facultad.

A continuación expongo parte de ese cambio que se ha generado en los medios de comunicación y como esto ha repercutido en mi desempeño profesional en ese intento por enfrentarlos.

## **1. MI PRIMER DÍA**

Cuando eres universitario jamás te imaginas que una simple entrevista se puede convertir en la llave de acceso a un medio de comunicación, o mejor dicho el trabajo que durante 15 años tendrás, sin siquiera haberlo planeado. Y eso me ocurrió a mi exactamente el primer día en que visité las instalaciones de Tv Azteca.

Estuve ahí, puntual, al mediodía de un 4 de julio del año 2000, con todos mis sueños y temores de lo que pudiera ocurrir. Al lugar se entraba por una puerta tipo de bóveda, enorme y pesada, era la puerta dos. Lo primero que llegabas a ver era un grupo de secretarias que te recorrían de pies a cabeza. Ese era el primer e incómodo acercamiento.

Una chica de la cual solo recuerdo que se llamaba Adriana, era la encargada de hacerte un “test” donde te preguntaba desde el área de interés, lo que sabías hacer y hasta de lo que te sentías capaz de hacer. La oferta era buena, me dijo, hacer prácticas profesionales en un área aún no especificada de la dirección de noticias. No me pagarían pero habría una computadora y comida. Con eso me bastaba para aceptar la oferta, que aún no siendo generosa si cubría parcialmente mis necesidades.

Después de una sesión de recordatorios y advertencias sobre tiempos, horas y

obligaciones, fui aceptado en la oficina de Pepe Negrete, quien hasta ese momento era el “mandamás” o jefe de información de la página de internet(www.hechos.tv) y que después se convirtió en mi área de trabajo durante los siguientes seis meses. Mi paso por esa oficina fue muy golpeado o si algo lo define mejor sería la palabra decepcionante. Y no por mi sino por lo que hacían en ese lugar. En unas líneas adelante les diré el por qué.

Antes de contarles sobre los lugares donde he trabajado en el área de noticias, partamos desmenuzando la estructura orgánica del área de noticias. A la par del director de noticias está el productor general, en la línea de mando siguen los jefes de sección que se encargan de coordinar los trabajos diarios, las notas que se van a introducir en los noticiarios y la agenda semanal. Son un jefe de la sección de Política y gobierno, uno de Dinero y empleo, otro más en Seguridad y justicia, así como Bienestar e internacionales. Cada jefe de sección coordina a los reporteros, camarógrafos y editores que tiene asignados.

De manera paralela en el área de producción está el productor general a la cabeza, él coordina a los editores en las islas de edición y también a los asistentes para ayudar en la edición de las notas informativas, reportajes o lo que se está produciendo en ese momento. Bueno, ese fue el panorama que encontré a mi entrada en Tv azteca.

## 1.1 INICIOS EN LA REDACCION

Era el mes de septiembre del año 2000 y entraba al espacio de la redacción en el naciente mundo de las noticias online o por internet. La página de internet que en ese tiempo era llamada [www.hechos.tv](http://www.hechos.tv) me recibió con un esquema de trabajo que se sintetizaba de la siguiente forma: copiar y pegar las notas informativas de los reporteros que se emitían en los distintos noticiarios. Así de simple era el trabajo en la página.

Primero pensé que al ser nuevo en esa área no podía hacer notas adecuadas para el portal de noticias; pero no, salvo honrosas excepciones todo el trabajo que allí se hacía era ajustado a un portal que repetía la información de lo que se veía en los noticiarios de los canales 13 y 7, es decir, un espejo de la información televisiva, que para el formato de internet que era poco atractivo y nada interesante para el auditorio que tienen.

Precisamente en ese año, el 2000, la Universidad de Stanford y Poynter Institute realizaron un trabajo sobre el interés de los lectores en historias o información mostrada vía internet. Y una de sus hipótesis finales es coincidente con lo que aquí planteo:

“...hay que estructurar los textos para el ambiente digital teniendo en mente el comportamiento y las metas del usuario...”<sup>1</sup>

El problema radicaba en que la gente busca leer en internet para informarse con textos concisos y breves. Para muestra un estudio de usabilidad:

“...la proporción de usuarios que ‘leen’ palabra por palabra en una página de noticias en la web es mínima. La mayor parte, el 79 por ciento, tiende a no leer chorros de texto completo...”<sup>2</sup>

Esta afirmación nos permite entender que alguien que lee internet no busca textos largos, mucho menos repetitivos y que no entienda.

Si existiera una regla básica para trabajar estos textos sería: algo sencillo, que sea rápido y que te atrape la lectura, de lo contrario no es leído y termina por entenderse como un fracaso.

Hablamos de un momento en que internet se empezaba a convertir en un medio global, donde se imaginaba como el lugar que concentraría toda la información, la ventana al mundo que hoy todos conocemos, “el monstruo donde cohabitan 2 mil 300 millones de seres humanos”<sup>3</sup>, y que para entonces se estaba configurando como el gran mundo de ciberespacio que ahora se ha

---

<sup>1</sup> Franco Guillermo. Como escribir para la web. Centro Knight para periodismo en las Américas.

<sup>2</sup> Nielsen Jacob. Estudio sobre la usabilidad, en [www.useit.com](http://www.useit.com). Marzo 6, 2016.

<sup>3</sup> Internet world stats. En <http://www.internetworldstats.com>. Febrero 2016.

formado. Ese es el problema entre lo que conocemos hoy y lo que vimos cuando muchas páginas o portales apenas iniciaban. No sabían cual era el mejor esquema para operar o intentaban encontrarlo en el nuevo mundo de la internet.

## **1.2 DE TOPES CON LA RED**

Para empezar una página de noticias en internet necesita ser alimentada por información fresca, novedosa, entendida como información adecuada y permanentemente actualizada. Lo que muchos no entendemos es que los públicos son distintos en internet respecto a los medios tradicionales y con necesidades distintas. Eso pareció ocurrirle a los portales de noticias que trasladaban sus textos de los medios originales que no entendían a su nuevo público, un público ávido de información.

De hecho Jacob Nielsen publicó en 2006 un libro sobre su estudio de usabilidad: *Prioritizing web usability* (priorizando la usabilidad de la web). Ahí delineó al lector de internet que actualmente conocemos; en el cual describe a una persona que busca leer rápido y en poco espacio, en su estudio afirma: “la gente solo leía el 10 por ciento del texto que supuestamente acordó leer”<sup>4</sup>, es

---

<sup>4</sup> Nielsen, Jacob. *Prioritizing web usability*. Consulta Marzo 6, 2016.

decir, lee apenas una pequeñísima parte.

Ahora bien, si un redactor de textos se toma la molestia de observar un noticiario en televisión, se dará cuenta que allí se escribe un texto sobre una imagen que el auditorio tiene enfrente, y que va describiendo la información o apuntalando el guión que escribió el reportero. De ahí que al momento de trasladarla a la página web o portal de noticias, tendría que forzosamente hacer una serie de ajustes para adaptarla a otro público que solamente lee un texto frente a un monitor de una computadora.

Pongo el ejemplo del portal porque es el más cercano a lo que no se debía hacer: al leer los textos estos ya no se entendían porque únicamente transcribían el trabajo proveniente de televisión. Definitivamente en internet la información se acompaña de descripciones, mientras que en la televisión la imagen es fundamental, sin ella no se entiende el mensaje que intenta enviar a su auditorio.

Basados en este contexto mi paso por la redacción de la página de internet fue un fracaso. Mi sueño de trabajar en lo que en ese tiempo llamaban o se conocía como “el nuevo periodismo por internet” se topó con un muro infranqueable, mi puesto no me dejaría hacer más que copiar y pegar textos, aunque fueran inentendibles. Esa es la realidad, a veces pensamos que haremos grandes cosas, pero simplemente somos una pequeña pieza de un

engranaje en un medio de comunicación.

Hagamos un poco de historia. Los primeros en crear sus páginas web fueron los periódicos, como Reforma en 2000<sup>5</sup> y El universal en 2001<sup>6</sup>. Concebidos como una ventana para informar de manera adelantada lo que al siguiente día se tendría como nota principal. Después se convirtieron en cazadores de la nota del día, quien tuviera más rápidamente la nota más novedosa en su portal era el mejor, un esquema que hasta hoy permanece pero que no garantiza la mayor calidad en sus contenidos.

Enseguida llegaron las páginas de la internet de las cadenas de televisión. Pero estas buscaban promover sus propios contenidos. A pesar de estar marcadamente diseñados para ser vistos en televisión no se adecuaba su información al espacio en internet. Por ejemplo, una nota sobre pescadores y los que pescaban no era viable sino era explicada o descrita, y a pesar de todo era publicada usando las típicas frases de televisión: “vea usted”, “mire estas imágenes”, etcétera.

De hecho eso terminó por cobrar la factura a un portal que fue relevado por otro aparentemente más moderno y enfocado: aztecanoticias.com, el cual parecería que sí fue concebido para interactuar con internautas, no con

---

<sup>5</sup> Periódico El universal. En <http://www.eluniversal.com.mx/historia-breve>. Consulta Marzo 13, 2016.

<sup>6</sup> Periódico Reforma. En <http://gruporeforma.elnorte.com/quienessomos/reforma/default.htm>. Consulta Marzo 13, 2016.

televidentes. Hasta hoy no sabemos si ha sido un proyecto exitoso, pero ahí sigue compitiendo con los portales de periódicos, estaciones de radio y sobre todo nuevos portales de noticias sin grandes nombres detrás, que compiten con contenidos distintos.

## **2. TRABAJAR EN LA REDACCION**

Ahora bien, en mayo de 2001 di el primer brinco laboral como asistente en la mesa de asignaciones en la sección financiera, que tan sólo de escuchar el tedioso título cansaba, pero en esencia era coordinador el trabajo de cuatro reporteros que trabajaban ahí. Al saber que ganaría unos pesos más me decidí a llegar a otra redacción, un piso abajo, el sótano, y con un mejor sueldo.

Para ese entonces yo todavía ejercía como universitario, es decir, complementaba mis ingresos con la mesada que me enviaban mis padres desde Oaxaca, cada primer día de mes. Pero aquí me cayó mi primer balde agua fría ya que alguien me dijo nunca esperes que te den tu plaza así “nomas”, aquí tendrás que hacer méritos y llegado el momento vemos “si te toca”.

Y así entendí como sería mi trabajo al convertirme en un empleado por honorarios, uno más de esos nuevos esquemas laborales que las empresas

implementan para adecuarse a lo que llaman los nuevos tiempos, donde no se quieren hacer responsables de prestaciones ni de seguridad social para sus empleados.

Mi trabajo aquí era más esquematizado: después de encender la computadora a las cuatro de la tarde, cuando entraba a laborar, había que revisar los noticiarios que entraría al aire en unas horas más. Por ejemplo: Hechos de la noche con Javier Alatorre, Hechos de la mañana con Ramón Fregoso y Ana María Lomelí, Infosiete noche, que en esos años todavía se transmitía. Hoy Hechos de la noche se sigue transmitiendo al igual que Hechos de la mañana. El tercer espacio no tuvo mejor suerte, ha terminado en el cajón del olvido para dejar su lugar a programación de corte juvenil.

## **2.1 NADA ES LO QUE SOÑAMOS**

Para esos tiempos aún se tomaba el dictado a los reporteros vía telefónica, la nota informativa se enviaba por fax y la orden de trabajo era enviada bajo el siguiente esquema de comunicación: De un lado de la bocina del teléfono el reportero hablaba y dictaba los avances del evento al que asistió y del otro lado estaba el asistente de mesa, yo, quien anotaba los avances.

Ya para entonces empezaba a entender los momentos de trabajo mecánico que

se debía llevar a cabo todos los días, puntualmente. Yo esperaba redactar grandes historias, pero la realidad fue otra: era un trabajo de un asistente que tomaba las notas vía telefónica y las transcribía. Triste realidad.

Valdría la pena aclarar que ese trabajo es para asistir a los coordinadores o jefes de información, quienes dependen de la información que se recopila para entregarla a los noticiarios, y de ahí los jefes de los noticieros la seleccionan para formar sus emisiones informativas.

En ocasiones estuve en esa junta de formación, pues fueron incontables veces las que por diversas causas mi jefe de sección en esos años aciagos tuvo que ausentarse y yo asistí a las juntas en su representación.

Si, era un hombre hecho a la vieja usanza del periodismo mexicano. El decía que para ser reportero habíamos de estar listos para salir a cubrir la nota en cualquier momento. El oficio “se aprendía a madrazos en la calle”, lo cito, y no sentado en una sala de redacción como muchos acostumbran hacerlo. Es verdad, sólo que pocos, contados, tienen una visión de este tipo. Faltan muchos jefes como el porque forman a sus reporteros en la calle y no en una redacción.

Hago un alto aquí para plantear un gran problema que los estudiantes enfrentamos al abandonar la universidad y que seguramente no reconocemos. Queremos llegar con gran un sueldo, pero no sabemos hacer absolutamente

nada. Jamás salimos a buscar donde practicar el oficio durante la carrera y llegamos a un medio de comunicación con teoría, pero nada más.

Sería interesante implementar algún esquema laboral que permita a los jóvenes trabajar y estudiar al mismo tiempo. Por ejemplo el Modelo de educación dual<sup>7</sup> podría ser una excelente herramienta para mejorar la preparación y las perspectivas laborales de los jóvenes.

“El sistema dual fue creado por Ley en Alemania en la década de los 70 y se basa en una premisa fundamental: la formación académica y la experiencia profesional van de la mano. Este modelo brinda al estudiante la oportunidad de aplicar sus conocimientos directamente en las empresas, con la ventaja de recibir remuneración y prestaciones”<sup>8</sup>.

Un esquema que podría formar jóvenes que se interesen por entrar a los medios de comunicación desde antes de concluir su carrera profesional y al mismo tiempo tengan una retribución por su trabajo. Principalmente porque en este oficio se aprende en gran medida apoyados por el trabajo diario.

Y ya que hablamos de aprender, me acuerdo muy bien de un reportero que ofrecía sus servicios profesionales como “conductor”. Durante dos años fue conductor y después lo “rebajaron” a reportero, eso dijo. Pero la sorpresa no

---

<sup>7</sup> Euler Dieter. El sistema dual en Alemania- ¿es posible transferir el modelo al extranjero?.

<sup>8</sup> Castañón, Juan Pablo. Formación dual, deserción escolar y empleo en los jóvenes, 2015.

fue que lo hicieran menos, sino que no tenía la más mínima idea de como escribir un guión para televisión, ya no digamos por lo menos dividir en dos columnas el espacio para escribir un guión de televisión, un principio básico para ordenar el trabajo de un reportero al redactar, del lado derecho el texto y en el izquierdo las instrucciones de producción que nos indican nombres de quienes intervienen en la nota informativa y datos adicionales.

Eso no sólo es imperdonable para el ejercicio periodístico sino para cualquier estudiante que se está iniciando en esos menesteres. De ahí que es necesario conocer siempre el trabajo que hacemos y sus fundamentos teóricos. Como por ejemplo un redactor debe saber escribir claramente y también conocer las reglas básicas de ortografía.

A continuación muestro la estructura básica de un guión televisivo<sup>9</sup> que nos podría dar una idea de su estructura y de la importancia que tiene para ordenar y jerarquizar un guión televisivo:

---

<sup>9</sup> Manual Azteca noticias, 2014.

**NOTICIARIO: Tarde**

**FECHA: 29 noviembre 2015**

**REDACTOR: César Méndez**

**Entrada producción:**

**Aspectos de sembradíos de frijol**

Super. Juan Prado Productor de frijol

Nat sound caminando productores entre el campo.

Super. Anastasio Loperena Presidente asociación frijolera de Sombrerete

Super. Juan Ochoa Productor de frijol

EL CAMPO MEXICANO ATRAVIESA ACTUALMENTE POR UNA DE SUS PEORES CRISIS.

“...nos han llegado precios muy bajos, el coyotaje es muy fuerte...”

LO QUE ESTOS HOMBRES NO SABEN ES QUE LA SIEMBRA DE FRIJOL SE UBICA EN NIVELES MÍNIMOS.

EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES REVELA QUE YA EXISTE UNA SOLUCIÓN DEL GOBIERNO FEDERAL.

...hemos negociado con el gobierno federal un apoyo a la producción por 250 pesos por tonelada, lo que ayudará a compensar la pérdida de temporales...”

...queremos ganar más dinero, es de lo que dependen nuestras familias... LIGAR...somos más de 10 mil familias en la región..

LOS PRODUCTORES ESPERAN QUE PRONTO LLEGUEN ESOS RECURSOS QUE AYUDAR A SUPERAR ESTE PROBLEMA... Y PUEDAN CORTAR SU FRIJOL PARA OBTENER RECURSOS PARA SUS FAMILIAS. CESAR MÉNDEZ.

De ahí que sea tan importante en este oficio distinguir entre hacer una nota informativa y un reportaje de fondo, conocer conceptos básicos como citar fuentes en nuestros trabajos o tener un orden para contar una historia o jerarquizar la nota informativa. Existen aquellos casos extremos donde hay quienes llegan a preguntar cómo se consigue una entrevista, pero bueno de esto ni vale la pena hablar. Por cierto a ese joven la revolución le hizo justicia y fue enviado a una estación de televisión local para derrochar allá su talento. Basta decir que ya no fue recordado más.

Como decía, nada de lo que aquí se describe en materia de tecnología parece estar vigente en nuestros días. En el año 2001 el fax era la herramienta principal de trabajo para hacer llegar las notas informativas a la redacción y también para enviarlas a los lugares donde estaban los reporteros.

El teléfono se utilizaba para establecer la coordinación con equipos y jefes. Las impresiones por kilos de papel en guiones eran normal. Ahí todavía no se hablaba del correo electrónico, era un recurso nuevo del que se desconfiaba. Los pocos reporteros que lo usaban tardaban horas en enviar un pequeño avance informativo, que es la información que se utiliza para saber de que se trató el evento o cobertura informativa que tienen asignada.

Al final todo era ratificado vía telefónica, es decir, no servía para hacer un trabajo eficaz y rápido, ya que no se tenía un esquema seguro de

comunicación por esa vía.

### **3. REPORTEANDO**

Hace unos 11 años leía un libro sobre periodismo y sus tendencias. A grandes rasgos decía que el oficio de periodista estaba enfocado a una tarea de muchos temas, desde cubrir un incendio hasta un gran reportaje de fondo sobre corrupción.

“Antes la profesión de periodista era un trabajo de especialistas, había un limitado grupo de periodistas especializados en algún campo concreto. Ahora la situación ha cambiado por completo: no existen especialistas en ningún campo. El periodista es simplemente uno al que trasladan de un lugar a otro según las exigencias de la cadena televisiva”<sup>10</sup>.

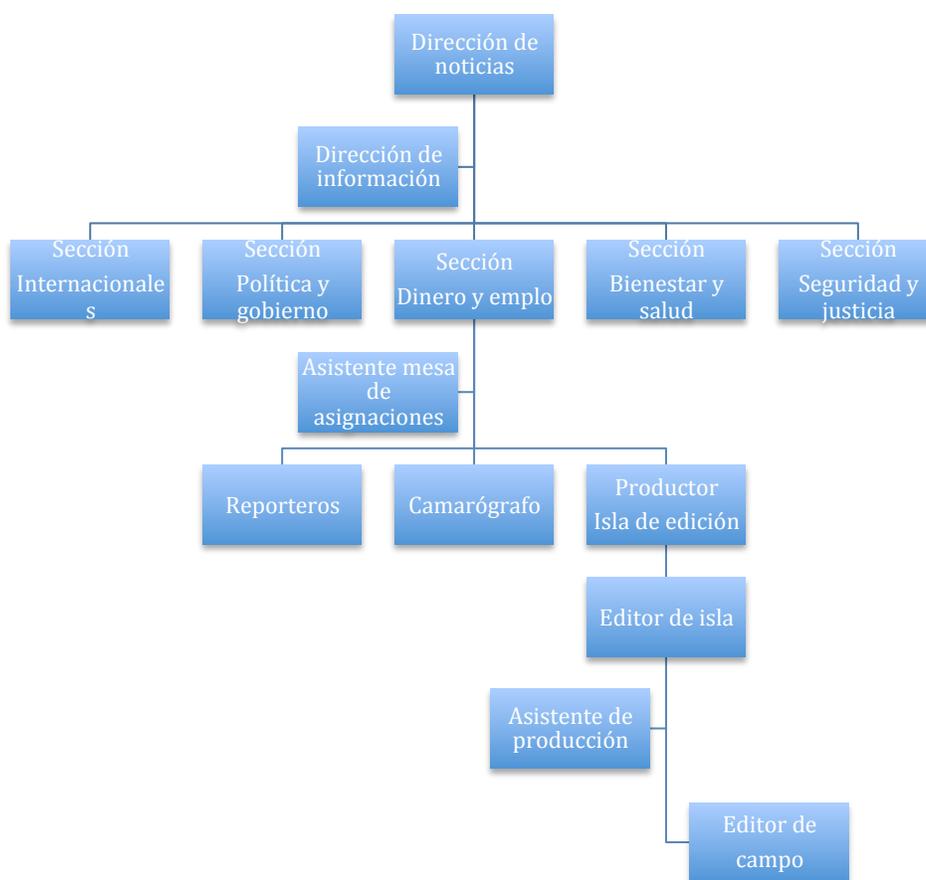
Eso decía Darío Restrepo en 2004. Ahora esa definición está muy alejado de la realidad. Los medios de comunicación actuales han empezado a trabajar de una manera completamente distinta. Primero, y cito para ello lo que me toca hacer como reportero, fui asignado como a una sección de contenidos en noviembre de 2004, Dinero y empleo. Esta es una de las cinco secciones que dependen de la Dirección de noticias(Bienestar y Salud, Seguridad y justicia, Política y gobierno e Internacionales).

---

<sup>10</sup> Restrepo, Javier Darío. El zumbido y el moscardón. FCE, 2004.

Allí se empezaron a dividir los trabajos para cubrir fuentes y la noticias del día, es decir, se coordinaban los trabajos de los reporteros y su agenda diaria; a diferencia de muchos otros medios que mantienen la misma estructura operativa clásica de un grupo de reporteros controlados por un jefe directo, lo que se conoce como un pull de o grupo de reporteros.

Ahora muestro un organigrama de trabajo que nos dimensiona las áreas que existen en la dirección de noticias y para entender mejor la división del trabajo que ahí realizamos:



Elaborado por el autor, marzo 2016.

Además en cada sección existe un área de producción encabezada por un productor, donde están las salas de edición y de ellos dependen los editores de campo, quienes tienen la labor de editar o elaborar todas las notas informativas, reportajes o promocionales que se requieran para los noticiarios. Continúo con la labor del reportero. Un reportero debe estar asignado a una sección de la cual depende. A mí me asignaron a una de las más áridas, dicen, yo creo de las más aburridas y complicadas. Porque indudablemente, me dijeron como mensaje de bienvenida que debemos cubrir la información lo más cercano a la gente, es decir, que los mexicanos se vean reflejados, me advirtió quien entonces era la encargada de la sección financiera, Idalia Gallardo.

Y si, el problema de trabajar en la sección financiera es que tópicos como producto interno bruto, inflación, déficit fiscal, presupuestos, y un largo etcétera, no son términos que la gente utilice tan comúnmente y mucho menos les generan interés estos temas, cuando a veces les afectan más de lo que nos imaginamos. Y es todavía más complicado cuando quieres reportear en un periódico y terminas haciendo tu trabajo en la televisión. Esa es la primera experiencia que me dio mi trabajo: no siempre vas a trabajar donde soñaste.

De entrada y ya envueltos en temas económicos, una de mis primeras coberturas fue cuando me enviaron a dar seguimiento del presupuesto del

gobierno federal para 2005 como primera asignatura del mes de diciembre. Así es, sin tener un curso básico de como se discute el presupuesto o que se debe analizar allí. La realidad es que me mandaron al matadero y no hay forma de echarse para atrás ni como decir no puedo, si un reportero debe trabajar todos los temas.

Bueno, cuando vas a una cobertura periodística en ocasiones no conoces ni el esquema de trabajo, para cubrirla hay que resolverlo y buscar la forma en que la información de la nota no te la vayan a ganar otros medios de comunicación, como se dice en el argot periodístico. Aquí habría que puntualizar que la mayoría de los reporteros de esa fuente “legislativa” no solamente son celosos de sus fuentes sino que también buscan que tu, como “nuevo” no logres sacar adelante tu nota, esa dicen, es la mala leche en los medios. Para ello se valen de no compartir la información que tienen sobre reuniones o datos que algunos legisladores adelantan sobre la discusión del presupuesto.

Ahora bien, en las secciones se labora con un equipo de trabajo integrado por un camarógrafo y un asistente. Aquí el reportero busca el enfoque informativo y escribe la nota, mientras que el camarógrafo graba las imágenes y apoya en la realización, en el último eslabón está el editor de campo que además de sugerir imágenes realiza la edición de la nota informativa o el producto

periodístico que se vaya a transmitir en los espacios noticiosos que solicitan la nota informativa.

Estos son equipos que las empresas televisivas forman sin preguntarte, así es que a veces pasarás más tiempo con unos desconocidos, que con tu propia familia. Pero hay un problema mayor: muchas veces estos compañeros que tienes no son los suficientemente capaces o peor aún no colaboran en el trabajo. Muchas veces el primer impedimento para trabajar con el equipo que tienes asignado, es que a todo lo que pidas o propongas te va a decir que no, que eso no es viable, que no puedes grabar así. Esa es una realidad con la que siempre vas a tener que lidiar y tendrás que resolverla a como dé lugar. Es el oficio del periodismo.

Retomo el hilo de mi trabajo. Desde ese momento me fueron asignadas las fuentes agropecuaria, empresarial (la llamada IP o iniciativa privada) y el sector energético. Primero, con la fuente agropecuaria, si hubo que especializarse en temas como producción dual de cultivos, transformación de cultivos, transgénicos aplicados al campo y toda una serie de temas que empezaban a cobrar relevancia en 2005 por los daños que pudiesen generar al campo mexicano.

De hecho tome un curso de periodismo agropecuario impartido por la Secretaría de Agricultura, que en ese entonces tenía una gran apertura con los

reporteros de la fuente para que entendieran los temas que cubrían.

En la fuente empresarial siempre hemos trabajado con los llamados “chacaleos”<sup>11</sup>, donde una entrevista banquetera se usa mucho para conseguir declaraciones de improviso y que gustan de hacer los reporteros que siempre cubren la última parte de un evento.

En el sector energético era un escenario más complicado porque ya se empezaban a tejer las alianzas para una eventual reforma energética y los reporteros que generalmente cubren esa fuente son muy especializados y gustan de profundizar y escarbar en su fuente. Entonces si tenemos que estar muy preparados, hacer muchas relaciones públicas, algo que por cierto es inherente al oficio, quien no conoce a sus fuentes de información seguramente perderá las mejores notas y las primicias informativas.

Para entonces empresarios y legisladores empujaban el tema en todos los foros y medios que podían. El argumento central: México no sería competitivo si no aplicaba una reforma en el sector que por décadas ha estado controlado por el estado. Pero detrás había mucha información que trabajar, como por ejemplo los inversionistas que querían venir a México pedían una apertura total en el sector de lo contrario no les interesaba. La mejor muestra es precisamente en la reforma energética que se aprobó. Las empresas tienen licencias y contratos

---

<sup>11</sup> En el medio periodístico chacaleos son las entrevistas que se realizan en la calle o banqueta de manera imprevista.

para operar la extracción de petróleo y gas sin ninguna traba. Ahora las grandes petroleras se preparan para recibir la mayor de las licitaciones en aguas profundas y grandes campos petroleros. Pero todo es información que las petroleras no están dispuestas a brindar de manera abierta. Hay que buscar los medios para llegar a ella y ese es el trabajo del reportero que debemos aprender y practicar a diario.

Esta fue la fuente que más complicaciones trajo a mi vida. Primero porque no sabía que temas eran los primordiales en el sector energético del país y además que se vincularan con la política editorial para la empresa en la cual trabajo. Eso es un hecho indudable. Siempre habremos de trabajar cobijados por una política editorial que todos los medios tienen. No podemos ignorarla.

De hecho en la redacción de Azteca noticias el director de información hace esa labor, conocida también como de portero<sup>12</sup>. Me explico: en la agenda de un medio de comunicación hay temas que al no formar parte de su política editorial no son abordados o no les interesa su difusión, algo criticable tal vez, si, pero al final de cuentas es un medio de comunicación que también opera como una empresa.

En un país como el nuestro esto tipo de prácticas son la regla y no la excepción. Lo que ocurre debido a que el periodista en México esta totalmente

---

<sup>12</sup> En los medios de comunicación se llama portero a la persona, personas, área, departamento o institución que selecciona, jerarquiza y le da el matiz a la información que se publicará.

desprotegido, no estamos organizados en agrupaciones o asociaciones de defensa de periodistas ni mucho menos tenemos medios legales de defensa ante situaciones de conflicto con nuestros jefes inmediatos. En cambio en Estados Unidos y Europa existen organismos de defensa del gremio que además de protocolos tienen leyes que los defienden cuando se presentan este tipo de disputas.

Cito un ejemplo en mi experiencia profesional. Muchas veces abordar temas del campo es hablar de la pobreza. Un vínculo inevitable. Sin embargo a veces es un tema que no “interesa” mucho en las políticas editoriales de los medios de comunicación. Pues uno de esos temas que no agrada mucho y quería trabajar era el de pobreza en zonas rurales. Y el tema llegó a mi de rebote, como dicen. Me asignaron un reportaje sobre el nivel de vida en México y el tercer municipio con el peor nivel de vida en México era Batopilas, en la sierra Tarahumara de Chihuahua. Después de hacer los contactos necesarios viajé a la cabecera municipal, hice las entrevistas y recorridos necesarios para mi nota informativa, un trabajo que realicé sin pena ni gloria, pero fue allí donde encontré la mejor historia que he cubierto en los 15 años que tengo en este oficio: los tarahumaras o Rarámuris que viven en las cuevas.

Ahora les cuento como llegué a esa historia. Fue en un afán de socializar con las personas que nos habían apoyado en el recorrido del municipio y de una

comunidad aledaña, ya que acepté ir con el equipo de trabajo que me asignaron, camarógrafo y realizador, a una reunión con el presidente municipal de Batopilas, Emilio Bustillos, quien fue el facilitador de mis recorridos.

Después de una carne asada y unas cervezas nos reveló que en la zona alta además de la siembra de marihuana, existía un viejo problema con los Rarámuris y era que vivían en las cuevas. Cuando lo escuché ¡no lo podía creer!. Nos dijo: había una razón muy simple, eran pocos y no les gustaba tener contacto con la población. Después de eso sostuvimos una charla que se prolongó por varias horas y ya muy entrada la madrugada, con unos aguardientes de por medio, aceptó llevarnos o por lo menos enviarnos con su jefe de policía y el encargado de apoyos sociales en Batopilas, hasta la sierra alta, donde estaban las cuevas de los Rarámuris.

Y si, bien dicen que reportero sin suerte no es reportero. Nosotros íbamos por una carne asada y salimos con la promesa de llegar hasta la zona donde sólo los sacerdotes llegaban para compartir la religión católica: Las cuevas de Batopilas.

El planteamiento que se hizo era simple, se trataba de subir para que les entregaran apoyos como cobijas y su despensa, como cada mes, y ahí lo demás iba por mi cuenta, negociar para que los entrevistáramos y para ello un

traductor nos ayudaría. Es sabido que los Rarámuris son gente muy reservada, callada y sobre todo desconfiados; de ahí que la mayoría de ellos viven alejados de las cabeceras municipales y sólo un integrante de cada familia baja al pueblo para comprar las provisiones semanales. Esto explica en buena medida el nivel de pobreza que hay en esas zonas de Chihuahua, mientras más dispersos están es más complicado llevar los servicios básicos a sus comunidades.

Fue así como emprendimos el viaje. Íbamos, dos guías, un traductor porque los Rarámuris hablan un dialecto que tiene el mismo nombre, además del policía municipal, el camarógrafo, editor y su servidor el reportero. Emprendimos un viaje de aproximadamente 30 minutos hacia la baja tarahumara (la alta tarahumara es la zona con mayor altitud) y que de acuerdo al Consejo nacional de evaluación de la política de desarrollo social(Coneval) es una de la zonas con mayor nivel de marginación.

Después de la media hora en vehículo, tuvimos que dejarlo y avanzar a pie. Unos 10 kilómetros más adelante nos encontramos de frente con la pobreza: dos niños con pantalones raídos, camisas sin botones y descalzos, corrían entre los cerros correteando unos chivos; más adelante un abuelo, ciego, sentado en una piedra, y en la parte más alta los hijos de quien hasta ese momento no sabíamos, era el dueño de la cueva.

En pleno siglo XXI donde los avances tecnológicos han sido vertiginosos, cuando muchas enfermedades se han curado y el mundo se ha conectado, contradictoriamente estas historias son difundidas poco en el mundo. Ahí estuvimos con la familia de José, un tarahumara que tiene esposa y tres hijos. Hicimos el recorrido en su cueva, vimos su cama de tabla, un cajón para sus papeles, después salimos a ver sus animales, el maíz que siembran y la sopa que comen.

Pero hablar con José implicó un esfuerzo mayor que el dedicado a cualquier entrevista cotidiana porque como no le gustaba hablar mucho tuve que buscar algo que le interesara y esa es parte de la labor: buscar la forma de que el entrevistado se acerque a lo que indagas y pueda mostrarte las cosas.

De hecho sólo atraje la atención de José cuando escuchó que le hablaban de los apoyos que otorgan a su etnia en la región y los cuales el podía obtener, hasta entonces la entrevista fluyó por unos minutos. Nos habló de la vida en una cueva, como duermen, sus espacios para los enseres y sobre todo la razón por la que estaban ahí: “es donde encontramos, no tenemos a donde ir, si nos sacan iremos más arriba”, esto lo dijo en referencia a subir hacia la zona montañosa donde viven el resto de los tarahumaras.

Cuando le pregunté por su familia no quiso detallar lo que sufren, lo que podrían hacer viviendo en Batopilas, la cabecera municipal. Pero después de

diez minutos la entrevista se acabó porque vimos latas de cervezas y al preguntarle se molestó, a partir de esos momento ya no quiso hablar más y se alejó. Y ahí ya no hay vuelta de hoja, si no quieren hablar no hay forma obligarlos. Esa es la lección para el reportero, a veces hay que tener mucho cuidado, sino terminas echado del lugar, pero otras veces puede ser peor.

Todo eso nos mostró el nivel de pobreza y el rezago en el que viven estos tarahumaras. Cuando dimensionamos que en la sierra tarahumara viven aproximadamente 85 mil personas, nos surge la pregunta inevitable ¿Cuántos más viven así?, y eso nos dijeron, no se sabe porque no tienen un censo del número de Rarámuris que viven en estas condiciones. De hecho eso fue lo último que pudimos saber en voz del presidente municipal porque partió hacia Chihuahua y nunca más lo volvimos a ver.

El segundo problema surge cuando tienes todo ese trabajo en tus manos y llegas a la redacción para que puedan darle luz verde al aire. Ahí es donde inicia otra batalla que pocas veces puedes ganar. El problema es simple: tu criterio no siempre coincide con la política editorial de la empresa para la cual trabajas. Si yo quería dedicarme a hablar de la pobreza de los tarahumaras el reportaje no sería viable, entonces tendría que tomar un enfoque más global, primero desarrollar el problema en México y después abordar su vida en las cuevas. Y para buena fortuna así fue elaborado y transmitido.

Otro aspecto que los reporteros debemos tener en cuenta es que las cosas no siempre se desarrollarán como uno las imagina y como quisiera mostrarlas. Eso es claro y quien piense lo contrario es un iluso. Ahora se los explico: por ejemplo si yo quiero desarrollar un tema de corrupción con una empresa de transporte y sus vínculos con el gobierno, primero se debe hacer la propuesta en el medio de comunicación para el cual trabajas, generalmente es al jefe de información, y ahí es donde se define la agenda y los temas que abordaremos. Allí se entregan las propuestas de los temas a desarrollar y se devuelven las aprobadas. No hay replica ni explicaciones. Pocas veces puede uno puede afirmar como reportero que una nota o reportaje se transmitió como fue concebido desde un principio.

Doy otro ejemplo, ahora con mi cobertura sobre un sitio de taxis que tenía monopolizado el Aeropuerto internacional de la Ciudad de México, y que podría entrar en esa categoría de notas realizadas y transmitidas como se planearon. Lo narro a continuación.

Desde la década de los 70 del siglo pasado, el sitio 300 mantuvo un contrato de exclusividad en el aeropuerto, pero en el 2007 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes(SCT) aceptó una recomendación de la entonces Comisión Federal de Competencia(CFC), que pedía agregar más empresas de servicio de transporte, ante una concentración tan grande del sitio

300 que rayaba en el monopolio.

Así inicié con esa cobertura que me asignaron para investigar una posible concentración monopólica. Cubrimos desde las posturas del sitio 300, de la Comisión Federal de Competencia, de la SCT y obviamente de los pasajeros afectados. De ahí se fue configurando una cobertura que tenía la característica de que solo era realizada por nosotros y el periódico Reforma. Y es que no había muchas esperanzas de que ese proyecto prosperara tomando en cuenta que la agrupación tenía control total sobre la terminal área, por cierto en esos años únicamente existía la terminal uno.

En este punto iniciaron los problemas y molestias de un sindicato que no quería ser desplazado. Pero al final de cuentas el entonces secretario de comunicaciones y transportes Luis Tellez Kuensler, dio el visto bueno e inició el proceso de licitación para que en principio entrará una nueva empresa a prestar el servicio. En tanto nuestra cobertura se fue guiando precisamente por esos anuncios y se me dio “carta libre” para trabajar las notas y ángulos que considerara más prudentes.

Y eso al mismo tiempo fue mi desgracia porque en un afán de recopilar las versiones de los líderes del sitio, fui a la terminal área para intentar entrevistarlos. Y aquí tal vez la mayor lección que hasta hoy he aprendido en este oficio: buscar la nota no significa arriesgarse. Me explico. Como la gente

del sindicato estaba tan molesta por la decisión de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la cobertura que se había dado en el sentido de que esto bajaría las tarifas para los usuarios del aeropuerto, nos recibieron molestos a tal grado que iniciaron las agresiones en nuestra contra. Para muchos reporteros es cotidiano, por decirlo de alguna forma, el riesgo de trabajar en este oficio, pero ¿para un reportero de la fuente financiera? Pues no deberíamos correr algún riesgo pero esta gente quería defender su coto de poder y lo haría como fuera. Después de media hora de entrevista e intentos por salir terminó siendo una cobertura arriesgada porque nos amenazaron, empujaron y profirieron todo tipo de agresiones verbales, hasta que nos retiramos.

Y la historia concluye en lo que actualmente conocemos: entraron dos sitios más un año después, y actualmente suman cinco sitios de taxis. El sitio 300 tuvo que acostumbrarse a competir, las tarifas bajaron de manera importante y yo me quedé con uno de los mayores aprendizajes en este oficio: el periodismo puede y debe convertirse en un instrumento de ayuda para los consumidores siempre que sea enfocado para generar esos beneficios, es decir, se puede guiar el trabajo periodístico para promover políticas públicas que beneficien a las personas.

En este negocio también hay muchos sacrificios y sobre todo de tiempo. Si

tienes familia será muy difícil que te soporten salir tanto a cubrir asignaciones, como viajar para buscar o realizar un reportaje. De hecho tengo muy presente una cobertura donde viví prácticamente dos meses en Lázaro Cárdenas, Michoacán. La historia comenzó con el estallamiento de una huelga en la mina de Sicartsa el 3 de abril del año 2006, se trataba de una empresa que se dedicaba a procesar acero para prácticamente todo el país. Ese día enviaron a un grupo de compañeros a la cobertura del cierre de la mina.

Al mismo tiempo la policía federal fue enviada para desalojar a los mineros afiliados al Sindicato Nacional de Trabajadores Mineros, Metalúrgicos, Siderúrgicos de la República Mexicana. Pero nadie imaginó jamás que un desalojo se convertiría en un enfrentamiento con los trabajadores mineros, donde murieron 2 personas afiliadas al sindicato. Desde entonces los equipos que estaban en esa cobertura tuvieron que quedarse allí para hacer guardias permanentes en las instalaciones de Sicartsa, ante la posibilidad de que ocurriera un nuevo desalojo.

Ahí es donde entra mi historia, junto con un camarógrafo y su asistente, me enviaron para relevar al anterior grupo que ya tenía ahí prácticamente un mes. De entrada la cobertura no me desagradó al pensar que iríamos a cubrir el desalojo y habría más enfrentamientos con la policía federal, y aclaro, no es que me agrade solamente que se busca estar en coberturas digamos de

“grandes dimensiones”.

Lo cierto es que en la primera semana tuvimos algo de trabajo y guardias que cubrir. En la segunda semana empezaron a retirarse varios compañeros de medios de comunicación regionales, que son los que menos soportan estas coberturas, y después se fueron los medios nacionales. Nos quedamos solo nosotros y nuestro aburrimiento. Los días pasaron y tuvimos que buscar la forma de sobrellevar las jornadas de guardia, qué hacer para tener la nota informativa del desalojo de Sicartsa por parte de la policía federal.

Así pasaron 45 días y nunca fueron desalojados los integrantes del sindicato minero, nosotros nos regresamos y otro equipo de compañeros nos fue relevar. Pero regresamos hartos de dos meses en que sin ver a nuestras familias estuvimos hundidos en el pacífico mexicano prácticamente sin hacer nuestro trabajo. Esa es la parte del sacrificio que se debe hacer en este trabajo.

### 3.1 INTERNET EN LOS TIEMPOS DE LA TV

Los cambios que hace unos años se visualizaban hoy son realidad: El internet llegó a todos los ámbitos de nuestra vida. Y en los medios de comunicación ha tenido un gran impacto. Tal ha sido el efecto que hay quienes se aventuran a pronosticar que los nuevos medios de información están cavando la tumba de los medios tradicionales como la radio y la televisión.

“Internet ha estremecido los cimientos económicos de los medios tradicionales, pero además –en esencia– ha abierto a la sociedad, en general, y a los periodistas, en particular, nuevas posibilidades y formas de contar historias. De paso, ha roto el paradigma de la comunicación unidireccional de ‘nosotros hablamos, ustedes escuchan’. Pero esas nuevas formas de contenido requieren el desarrollo de nuevas habilidades”<sup>13</sup>.

Y eso es lo que hoy estamos buscando desarrollar en todos los medios de comunicación tradicionales, habilidades para mantener o adaptarnos a una nueva realidad que nos llegó tan pronto que pocos se dieron cuenta cuando el “internet de las cosas” abarcó todo.

El primer esfuerzo ha ido en sintonía con el resto de los medios, cambiar las páginas web acorde a la demanda del público, información rápida y concreta.

---

<sup>13</sup> Briggs Mark. Periodismo 2.0, una guía de alfabetización digital. Jan Schaffer. 2007.

El público ya no espera horas para enterarse de noticias de último minuto ni de lo que ocurrió en el día hasta los noticiarios estelares de las 10 de la noche, busca información en el momento en que ocurren y ese es el vacío llenado por las paginas de web y las redes sociales.

En un segundo plano, esa demanda de información se intenta cubrir también con un nuevo mundo de información digital encabezado por las redes sociales como Twitter, Facebook, y recientemente Periscope, que ahora incluye video. Los medios tradicionales se han visto obligados a generar cuentas en las redes sociales para complementar su trabajo de informar y generar adelantos o notas informativas específicas para esas redes sociales.

La competencia de estos nuevos esquemas informativos orilló a generar información más rápida y con cada usuario se abrió una opción de informar, es decir, inundó las redes sociales con información propia que se genera con tener únicamente un teléfono inteligente y subirla a las redes sociales o páginas de información. El problema que también surgió con estos “nuevos medios” es la verificación de la información, cual es verídica y cual tiene rigor. Esto es una nueva discusión y tema de análisis que apenas inicia.

Un tercer punto. Los propios canales de noticias de 24 horas son otra respuesta directa a esa demanda de información que tiene el público por noticias frescas y permanentes, pero ¿cuánta realmente se necesita? ¿Llegará un momento en

que a nadie le interese ver las noticias en la televisión y opten por información más rápida en sus “smartphones”, tabletas o computadoras personales?.

Esas son las preguntas que permean en los medios de comunicación tradicionales. Pero a las cuales nunca se había reaccionado. Hoy vemos que los esfuerzos de los medios empiezan por hacer sinergias con las nuevas “redes sociales”. Inevitablemente pasa por estos medios o canales que la gente ha hecho suyos, y me refiero a que son su fuente principal de información, algo cada vez más común en los mexicanos. Pero ahora entramos al terreno de lo desconocido, porque nadie sabe aún como y hacia donde se dirigirán los esfuerzos de estos medios digitales .

Lo cierto es que ahora estamos observando que los medios de comunicación tradicionales han tenido que montarse, si se puede decir, en esta ola de medios digitales que traen información relativamente distinta y más rápida. Apuntalar su presencia en las redes sociales con contenidos adelantados para que la gente se pueda informar de las noticias también a través de sus portales. Eso indudablemente termina por desviar al auditorio de los medios de comunicación tradicionales.

### 3.2 LAS NUEVAS EMPRESAS MULTIMEDIA

Desde la década pasada ha surgido una nueva modalidad ahora en los medios de comunicación tradicionales para enfrentar esta feroz competencia y son las empresas multimedia<sup>14</sup>. Tal es el caso de la empresa donde laboró que ha subido sus transmisiones a internet, generando contenidos multimedia, es decir para varias plataformas de transmisión. Pero el ejemplo más visible es Grupo Imagen, ya que esta empresa tiene una característica de multiplataforma, es decir, genera información para distintos medios de comunicación, ya sea televisión abierta con Excélsior TV, estaciones radiofónicas con Grupo imagen y periódicos como Excélsior. Es el mismo caso del periódico Milenio, con su canal de noticias y su diario. Los reporteros nutren a las dos plataformas permanentemente.

De no satisfacer la demanda de información la audiencia busca satisfacer su necesidad por otras vías, y esa es la encrucijada que se busca resolver ¿cómo enfrentar esa competencia? Y cómo reaccionar a un grupo de redes sociales que abarcan prácticamente todos los ámbitos de nuestra vida.

---

<sup>14</sup> Dinero en imagen. En <http://www.dineroenimagen.com/2015-12-21/66261>. Consulta Marzo 14, 2016.

De hecho este esquema ya ha sido analizado por distintos expertos como la académica Olga Álvarez de Armas en un artículo que escribió para la Universidad Pompeu Fabra.

“Solo podremos hablar de un mensaje informativo multimedia, un significado único, cuando se haya logrado la armonización de las distintas unidades comunicativas en sus distintos códigos. Alcanzar esa armonización es trabajo aún sin esclarecer lo suficiente. Qué se precisaría para ello?”<sup>15</sup>

Esa es la gran pregunta por responder y la gran tarea por hacer: No repetir mensajes en exceso, no repetir la información en las plataformas. Sin duda el trabajo también es adecuarlos para no caer en lo que en el capítulo uno abordé: Trasladar información de una plataforma sin adecuarla a su contexto, ese el reto que todo debemos enfrentar y resolver desde ahora, porque los medios de comunicación “multimedia” son tal vez la nueva camiseta que se han puesto los medios tradicionales para entrar a una nueva dinámica de competencia.

### **3.3 EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN**

---

<sup>15</sup>Universidad Pompeu Fabra. En [Http://www.upf.edu/hipertexnet/numero-2/periodismo\\_dig.html](http://www.upf.edu/hipertexnet/numero-2/periodismo_dig.html).

Consulta Marzo 2016.

Muchos de los comunicadores y periodistas que laboran en medios electrónicos se han cuestionado sobre el futuro de la televisión y cómo se trabaja en la realización y difusión de los hechos noticiosos.

Así es, la enorme red de la internet se ha convertido en una ventana de comunicación donde los ciudadanos pueden consignar y transmitir hechos, es decir, convertirse en un reportero de lo que observa a su alrededor. Hay coincidencias en quienes la ven como una ventana nueva de comunicación periodística y al mismo tiempo como una enorme ventana de interacción entre cibernautas.

Ha evolucionado de forma tal que además de páginas donde se consigna información escrita, ahora han proliferado aquellas páginas donde se puede realizar transmisión en línea de noticias, el llamado “streaming”, o cargar programas elaborados previamente; tal es el caso de Youtube, un portal donde la gente carga videos de muchos tipos, incluidos los que consideran noticiosos.

Hay muchos casos que muestran el poder y la efectividad que ahora tienen este tipo de portales, por ejemplo aquí se han mostrado videos de corrupción en el caso de funcionarios de cualquier nivel de gobierno, de ciudadanos evidenciando a otros en temas tan simples como tirar basura y hasta más elaborados como el cumplimiento de leyes.

“Nos hallamos ante una revolución, a través del uso de la red. Esas noticias serán constantemente comentadas, inmediatamente después de que ocurran, a través de blogs o redes sociales de comunicación inmediata, y la información se verá actualizada en segundos a través de la participación ciudadana. No serán noticias con un ciclo corto, sino como indica Ken Auletta, serán noticias non-stop, 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año”<sup>16</sup>.

Ahora más que nunca la inmediatez es la constante en internet. Las imágenes se suben en cuestión de segundos, en cuestión de minutos esa información ya circula en las páginas, redes sociales o blogs. Todo lo anterior configura un escenario de cambios constantes donde la imaginación es el único límite. Expertos consideran que apenas inicia esta gran transición a los nuevos medios basados en una generación de conocimientos y contenidos más asequibles a los ciudadanos.

Para Antonio Gutiérrez-Rubí:

“la irrupción de la web 2.0 y la creación de contenidos audiovisuales (con fenómenos tan espectaculares como el de YouTube) ha provocado un aumento en la velocidad de crecimiento de la información digital. Estos nuevos desarrollos tecnológicos han provocado un nuevo cambio cultural y social, posiblemente más acelerado que el anterior, que ha acabado por reconfigurar el modo en que se crea, distribuye y usa el conocimiento. Se aplica la

---

<sup>16</sup> Gutierrez Rubí, Antonio. 2010-2020 tendencias de cambio. Página 45.

denominación de web 2.0 a un conjunto de herramientas que permiten la creación y publicación de contenidos digitales y que facilitan su gestión”<sup>17</sup>.

De ahí que emprendedores y empresas han apostado por proyectos de televisión por internet, tal es el caso de Az noticias, de Uno tv, u otros más modestos como “Rompeviento TV” de la revista El chamucho, que utilizando pequeños presupuestos han creado contenidos que son “subidos” a la red y abarcan a un público que ya demanda y tiene el hábito de ver contenidos por la red.

Y así como ellos veremos cada vez más proyectos de distinta índole que comenzarán a generar contenidos con bajos costos, incluso con una cámara de video casera o un “smarthpone”. Lo principal en estos proyectos es la innovación y creatividad, que suplen los limitados recursos económicos con los que generalmente cuentan quienes realizan estos proyectos.

De hecho es la premisa de la que parte Gutiérrez-Rubí:

“Los usuarios, sin necesidad de un conocimiento técnico especializado, pueden convertirse en creadores y gestores avanzados de conocimiento y, además, pueden trabajar organizados en redes sin necesidad de su formalización e institucionalización”<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup>Ibidem. Página 40.

<sup>18</sup> Ibíd. Página 40.

Es decir, sin necesidad de estudiar alguna disciplina todos podemos compartir o informar por esta nueva vía, masificar la información es uno de los objetivos que habíamos perseguido por décadas y hoy está a nuestro alcance.

#### **4. CONSIDERACIONES FINALES**

De acuerdo a mi experiencia profesional, considero que la especialización es el camino correcto para desarrollar mejor las habilidades de quienes laboramos en los medios de comunicación. De ahí que el generar la especializaciones en las áreas de comunicación, en nuestra Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, ha sido la decisión más acertada.

Y es que un comunicador que tenga conocimientos de su área de interés podrá ingresar al mercado laboral con mayores posibilidades respecto a otros egresados. Además de una ventaja competitiva, podrá echar mano de herramientas que muchos universitarios no tienen al abandonar la universidad después de cuatro años.

El gran paso que muchos aplaudimos desde fuera de las aulas es la creación de la Agencia de noticias, un gran espacio para poder crear, ensayar y pulir la redacción de muchos jóvenes que se convertirán en reporteros. El punto es que se resuelve la demanda que por años muchos compañeros planteaban: tener un espacio ideal para redactar textos y que se puedan publicar en distintos medios locales universitarios y que desafortunadamente antes no teníamos.

Pero aún cuando nuestra facultad ha vivido un interesante y avanzado proceso de reforma a los planes académicos y los han actualizado para enfrentar de

mejor formar los retos del mercado laboral, hay dos propuestas que se podría implementar para darle más herramientas a los universitarios que saldrán a enfrentar un feroz y competido mercado.

El primer aspecto que se podría plantear es agregar cursos prácticos como los que se imparten en la facultad, pero darle un enfoque donde se aborde por ejemplo la realización en radio o televisión, ya que en este sector los primeros empleos o acercamientos son precisamente en trabajos en campo, desde un asistente, un editor, realizador.

Ahora bien, en las mesas de información sin importar el medio de comunicación, es primordial aunque suene absurdo, llegar con conocimientos básicos de redacción, ortografía y sobre todo gramática, una carencia que es muy común en los universitarios que llegan a realizar sus prácticas profesionales. Aunque sea periodismo televisivo y no se vea el guión que se escribió, parte de la mística de ser un reportero es evitar al máximo errores y ser lo más correcto posible en su escritura.

Y en segundo término, prepararnos como universitarios y profesionales de los medios de comunicación para los nuevos retos del periodismo y la llegada de nuevas medios y canales para informar. Se podrían generar cursos o diplomados para analizar y trabajar en estas nuevas tendencias del periodismo y que además van a generar los empleos futuros en la comunicación.

Un fenómeno que ha surgido con los nuevos tiempos del periodismo es una especie de emprendurismo en los jóvenes, donde ya no sólo se limitan a la búsqueda de empleo en los grandes medios de comunicación, sino que han arrancado proyectos propios, de páginas web con todas las plataformas en redes sociales, lo que ha hecho de estos universitarios una especie de pequeños empresarios de los medios. Muchos fracasan en ese intento, pero los que lo logran nos han mostrado que si es viable emprender nuevos proyectos sin depender de los grandes medios de comunicación.

Y en cuanto a los nuevos contenidos en internet y otras plataformas, el punto es como hacerlo más profesional y riguroso. Como mantener esta nueva ventana que acerca a los grandes públicos pero que tiene pocos contenidos con rigor periodístico, de gente que con poca preparación y especialización en periodismo pone cualquier información en esas redes que la mayoría de sus usuarios toma como verdades, cuando muchas veces no es información comprobada ni verificada.

Aquí habría que encontrar un punto medio donde se puedan incorporar algunos elementos para tener contenidos más elaborados, y esta sea la regla y no la excepción.

Sin duda, es un gran reto que debemos enfrentar y replantearnos para ejercer el periodismo; y por supuesto, que debemos analizar los universitarios para adecuarnos a los nuevos tiempos del periodismo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros sobre el tema.

1. Gutierrez Rubí, Antonio. 2010-2020 tendencias de cambio. 77 páginas.
2. Briggs Mark. Periodismo 2.0, una guía de alfabetización digital. Jan Schaffer. 2007.
3. Nielsen, Jacob. Prioritizing web usability. 2006.
4. Restrepo, Javier Darío. El zumbido y el moscardón. FCE, 2004.

Libros sobre tesis.

- Godoy Emiliano. Como hacer una tesis. Valleta ediciones. 86 páginas.
- Mercado Salvador. ¿Cómo hacer una tesis?: tesinas, memorias, seminarios de investigación y monografías. Editorial Limusa, 2003. 358 páginas.

Páginas de internet

1. Internet World Stats. En [Http//www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com). Marzo 2016.

2. Universidad Pompeu Fabra. En [Http://www.upf.edu/hipertexnet/numero-2/periodismo\\_dig.html](http://www.upf.edu/hipertexnet/numero-2/periodismo_dig.html). Marzo 2016.
3. Dinero en imagen. En <http://www.dineroenimagen.com/2015-12-21/66261>. Consulta Marzo 14, 2016
4. Periódico Reforma. En <http://gruporeforma.elnorte.com/quienessomos/reforma/default.htm>. Consulta Marzo 13, 2016.
5. Periódico El universal. En <http://www.eluniversal.com.mx/historia-breve>. Consulta Marzo 13, 2016