



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**TRANSMISIÓN SIMULTÁNEA: FUSIÓN DE MEDIOS
INFORMATIVOS Y EL PAPEL DEL PRODUCTOR.
EL CASO DE FÓRMULA DE LA TARDE**

T E S I S
PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
C O M U N I C A C I Ó N
P R E S E N T A:
M O R A L E S T A M A Y O E R I C J O V A N



ASESOR: MTRO. RICARDO LÓPEZ GUTIÉRREZ

CIUDAD UNIVERSITARIA

ABRIL DE 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

In Memoriam

Mario Tamayo-Martínez
(1955 - 2001)

Claudia Tamayo-Martínez
(1968 - 2000)

Jesús Tamayo-Ortega
(1942 - 1994)

Fco. 'Don Pa' González
(1941 - 2011)

Mi agradecimiento a:

*Mis padres Leonardo Daniel Morales Muñoz y M^o de la
Luz Tamayo Mtx. por su incansable apoyo.*

*A Elizabeth González Cárdenas por su amor y guía durante la
carrera en la F.C.Py.S.*

*A la Universidad Nacional Autónoma de México por abrirme
sus puertas.*

*A mi profesor y asesor Ricardo López Gutiérrez por su
paciencia y guía en la elaboración de este trabajo.*

Grazie a tutti mia famiglia!

ÍNDICE

Introducción | 6

Cap. 1 El proceso de producción de un noticiario tradicional en radio y televisión | 10

- 1.1 La radio informativa | 10
- 1.2 Proceso de producción de un noticiario en radio | 21
- 1.3 La televisión informativa | 27
- 1.4 Proceso de producción de un noticiario en televisión | 35
- 1.5 Cambios en los medios informativos | 44

Cap. 2 Evolución y convergencia de medios informativos | 45

- 2.1 Las tecnologías y la Sociedad de la Información y el conocimiento | 45
 - 2.1.1 La Tecnología en la historia | 45
 - 2.1.2 Internet, red de redes | 48
 - 2.1.3 Las tecnologías, una nueva sociedad | 49
- 2.2 Las tecnologías en los medios de comunicación en México | 55
 - 2.2.1 Internet en México | 56
 - 2.2.2 La brecha digital | 58
 - 2.2.3 El futuro de la sociedad mexicana en la SIC | 60

Cap. 3 La Transmisión simultánea y su producción | 66

- 3.1 Origen de la transmisión simultánea en México | 66
- 3.2 La transmisión simultánea y su aspecto jurídico | 71
- 3.3 La transmisión simultánea y su labor social | 77
- 3.4 La transmisión simultánea: sus efectos en la producción actual | 82
 - 3.4.1 Hablan los partícipes | 83

- 3.5 Cómo se produce en la transmisión simultánea | 88
- 3.6 Ventajas y desventajas en la transmisión simultánea | 97

Cap. 4 Fórmula de la Tarde; ejemplo de transmisión simultánea | 105

- 4.1 Antecedentes de Fórmula de la Tarde | 105
- 4.2 Su producción tradicional por radio | 109
- 4.3 Fórmula de la Tarde, su producción frente a las tecnologías y la transmisión simultánea | 113
 - 4.3.1 Frente a las tecnologías | 113
 - 4.3.2 ...a transmitir por dos medios | 116
- 4.4 Realidad social de Fórmula de la Tarde | 122

Conclusiones | 125

Fuentes de Investigación | 127

Introducción

Como estudiantes de comunicación es necesario comprender nuestro entorno social y laboral por medio del aprendizaje y práctica de los conocimientos académicos, pues los proyectos, ya sean periodísticos; publicitarios; de política social o producción de medios audiovisuales deben partir de un contexto actual para tener el efecto esperado en nuestra actividad laboral y en la misión de una determinada empresa.

La comunicación, como un proceso social, se ha estudiado a partir de los orígenes del hombre y sus estructuras sociales, pues con él se estableció el esquema lingüístico del acto de comunicar, el cual es: emisor, mensaje, canal y receptor. Sin embargo, conforme a la evolución de la humanidad y sus herramientas de trabajo, los medios de comunicación han cambiado, el enfoque de estos se masificó para llegar a un público más amplio. Así, la innovación en la producción de medios audiovisuales comenzó una carrera contra el tiempo, y de manera constante cambia la forma de laborar con en las nuevas generaciones.

La comunicación y sus herramientas al ser producto de la sociedad, con cada cambio afecta y modifica los ámbitos humanos como el laboral y el social, de esta manera el conocimiento y el comportamiento de la sociedad va adaptándose a esa evolución.

A comienzos del siglo XX, con la radio y la televisión, la sociedad cambió sus ámbitos y costumbres, optó por informarse y entretenerse en casa con estos medios, surgiendo así la cultura audiovisual en donde la educación, publicidad e información encontraron otra forma de difundirse a parte de los medios escritos.

Sin embargo, con el advenimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en la década de los 60, como las computadoras, los satélites, televisión por cable e Internet, la sociedad cambió, y desde hace 40 años los distintos hábitos como la economía, el trabajo, el entretenimiento, la información y las relaciones personales se han adaptado a una digitalización cultural, la cual se refiere a que estos ámbitos mencionados comenzaron a

adecuarse a esas tecnologías que poco a poco se fueron fusionando en una sola red de información.

Este cambio social, también se le refiere como 'la cuarta revolución industrial', término al que le faltó especificar que la evolución se daba hacia un contexto digital, y para comprenderlo es necesario tener en cuenta que la primera revolución se refiere a las innovaciones tecnomecánicas durante la revolución industrial; la segunda y tercera fueron de manera electrónica, debido al surgimiento de la radio, el cine y la televisión. Así, a partir de la década de los 60 con la masificación de las entonces nuevas tecnologías cada ámbito social como la educación, la salud, la ingeniería, los modos de producción, la comunicación y la información sufrieron modificaciones en la forma en que tradicionalmente se llevaban a cabo. Esto se explica a detalle en los primeros dos capítulos de la tesis.

Esta investigación se enfoca al contexto de los medios de comunicación masiva mexicanos, principalmente la radio y la televisión. Se centra en ellos porque en los últimos seis años se han ido uniendo en una sola producción y transmisión debido a la flexibilidad de las tecnologías digitales, esto ocasionó una nueva forma de trabajar, de integrar producciones de ambos medios para dar inicio a la transmisión simultánea de dos medios distintos. Esta fusión se dio principalmente en programas informativos o noticiarios, los dueños de los medios como MVS Comunicaciones, W Radio entre otros, lo plantearon y llevaron a cabo con el propósito de aumentar los niveles de audiencia, ya que no podían ignorar que en los últimos 15 años, con el surgimiento de Internet, los medios de comunicación tradicionales necesitaron adecuarse a una realidad multimediática para volverse más competitivos.

Esta modalidad que logra llegar a un público más amplio, requiere el trabajo conjunto de dos equipos de producción, uno por cada medio, éstos han experimentado e innovado su manera de trabajar para producir un programa que sea ágil y útil tanto en radio como en la televisión, ya que la característica principal de esta acción es la transmisión de la información clara y entendible en ambos medios en tiempo real.

Actualmente, esta realidad ha creado la necesidad de aprender a producir un programa diferenciando y adecuando los lenguajes de cada medio, esto concierne

principalmente a los estudiantes y egresados de la carrera de Ciencias de la comunicación, sobre todo en las áreas de producción de medios audiovisuales, como productores, operadores, guionistas; al igual que a periodistas, reporteros y publicistas. Los egresados se enfrentan a esta forma alterna de trabajar y tienen la necesidad de saber cubrir las necesidades en cuestión de producción o de información de un medio sin afectar los modos del otro.

En esta investigación se tiene como objetivo exponer y describir los cambios provocados por la tecnología en los medios de comunicación e información mexicanos, con el fin de actualizar los puntos de vista de los estudiantes de comunicación, ya que debido a la poca bibliografía que existe de esta realidad es necesario mostrar las nuevas exigencias en los medios. Para lograrlo, primeramente se describe el proceso histórico de producción de programas informativos en la radio y la televisión en un marco histórico, y se comparará con el modo de realización actual.

Así, partiendo de la historia de la producción de programas informativos en el segundo capítulo se abordarán las innovaciones tecnológicas digitales, describiendo brevemente su origen y evolución para después abordar el cambio tecnosocial ocasionado por las mismas. El término de la sociedad de la información y el conocimiento servirá para explicar y comprender dicho cambio y su afectación en el comportamiento de la sociedad.

Posteriormente, en el tercer capítulo, se describe la situación actual de los medios de comunicación unidos en una sola transmisión, se expone desde distintos ángulos como el teórico, el jurídico, el social, sin embargo los modos de producción son los principales y se enfoca en ellos la tesis. A lo largo del tercer capítulo, los testimonios de algunos productores de programas de noticias de radio y televisión, partícipes directos de esta modalidad, ayudan a describir y exponer el modo de trabajar alterno que este trabajo muestra a los estudiantes de comunicación con el fin de que conozcan y comprendan las características de la fusión de dos medios distintos en una sola transmisión.

Para desarrollar la investigación y mostrar la comparación entre la forma de producir tradicional y la forma alterna para la transmisión de un programa de noticias, se cita el testimonio de quienes laboran profesionalmente en programas

con las características mencionadas. Con el fin de ejemplificar esta realidad se aborda el caso específico del programa Fórmula de la Tarde, el cual es de contenido noticioso conducido por el periodista Ciro Gómez Leyva, el cual se transmite en las bandas de radio AM y FM, y por el canal 790 de cablevisión, y conociendo el papel del productor y el trabajo de los partícipes del programa, se busca mostrar las exigencias que la fusión de medios requiere, asimismo conocer las ventajas y cambios que presenta la realización de un programa de noticias en transmisión simultánea.

CAPÍTULO 1. El proceso de producción de un noticiario tradicional en radio y televisión

1.1 La radio informativa

El hombre, como ser sociable y miembro de una comunidad, ha tenido la necesidad de estar informado de lo que ocurre en su contexto, para que pueda ser participe conciente de los sucesos que le importan y afectan. Esto lo ha logrado por medio de la comunicación y la información, se crearon las herramientas que sirven de vehículos o canales de comunicación y expresión, principalmente los medios de comunicación masiva: la prensa, la radio, la televisión, y la Internet.

Los medios de comunicación en nuestra sociedad han sido de suma importancia, gracias a éstos se puede dar la formación de un criterio y actuar social. En un comienzo los medios escritos, la prensa, fue el principal medio para llevar la información a la gente, aunque en México haya sido para un determinado porcentaje, porque en el siglo XIX la mayoría de la población no sabía leer, por eso el conocimiento de lo que sucedía sólo la obtenía cierto sector social. Con la llegada de la radio a México a principios del siglo XX la información encontró un nuevo medio, en poco tiempo los pioneros de la radio en nuestro país prosperaron y tuvieron éxito en la aceptación de las personas.

La radio no surgió como se le conoce en la actualidad, este medio surgió de un proceso experimental, en 1873 James Clerk Maxwell, físico inglés, publicó su teoría de las Ondas Electromagnéticas, que sirvió de base al físico alemán Heinrich Hertz, quien pudo generar estas ondas aunque nadie observó lo provechoso de ello. Con el logro de Herat, Oliver Joseph Logde, físico británico, creó un dispositivo capaz de detectar las ondas de radio. Históricamente al italiano Guglielmo Marconi, ingeniero electrotécnico, se le reconoce como el inventor de la radio, debido a que en 1895 evolucionó el experimento de Oliver Logde, y un año después pudo transmitir señales de radio a más de un kilómetro de distancia, así, continuó

desarrollando el invento año tras año hasta obtener una mayor longitud en la transmisión de ondas de radio de un receptor a otro.

Posteriormente con las aportaciones de distintos inventores como Tomas Alva Edison, John Ambrose Fleming, Lee de Forest, entre otros, se fue dando forma y solidez al invento hasta convertirlo en el receptor llamado Radio. Véase la tabla 1.1

“la radio: un medio de comunicación que, de modo instantáneo y simultáneo, transporta imágenes acústicas a un número más o menos grande de oyentes que bien pueden ser heterogéneos, anónimos, desconocidos entre si y dispersos...”¹

Año	Nombre	Aportación
1820	Hans C. Oersted	Descubre el movimiento de la aguja magnética por electricidad
1825	Ampere	Formuló la teoría del electromagnetismo
1864	J. Clerk Maxwell	Demostó la existencia de las ondas electromagnéticas
1888	Heinrich Hertz	Confirma y aplica las ondas electromagnéticas
1897	Marconi	Hace la primera transmisión y recepción por medio ondas de radio
1904	Ambrose Fleming	Pionero en la transmisión de voz por medio de ondas de radio
1906	Reginald Fessenden	Aplica con frecuencia la transmisión de voz por ondas de radio
1912	Lee de Forest	Inventa el 'audiófon' elemento que mejoró la calidad de la transmisión
1920	Empresa AT&T	Inventa un trasmisor y receptor de ondas de radio y realiza la primera emisión desde los Estados Unidos y fue recibida en París
1928	La empresa MWTC	Marconi's Wireless Telegraph Company es la primera en comercializar los emisores y receptores de las ondas de radio
1933	Edwing Amstrong	Experimenta y aplica el uso de la Frecuencia Modulada (FM) frecuencia que sería utiliza con mayor frecuencia por los radiodifusores

Fig. 1.1 Tabla cronológica del proceso de invención de la radio.

En México llegó en la década de los 20, en un contexto de transición en donde el país entraba de manera desigual a la modernidad, de lo rural al ambiente urbano. En esta realidad de post revolución, la élite científica de nuestro país fue la que tuvo acceso a la radio, aunque fuera de manera experimental, en ese entonces nombraron a su comunidad la Liga Nacional de Radio, poco después fundaron El Centro de Ingenieros, considerados antecesores de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

¹ Ricardo M. Haye, *La Radio del Siglo XXI. Nuevas estrategias*, s/lugar de edición, La Crujía, 2000, p. 144.

En 1930 inicia la radiodifusión en el país, aparecen distintas emisoras en el interior de la República: la XEU en Veracruz, la XEFC en Mérida, la XET en Monterrey entre otras, cabe destacar que éstas emisoras fueron realizadas con un fin no comercial, sino científico – experimental, caso distinto al de la XEW, emisora de mayor importancia en la historia, creada por Emilio Azcárraga Vidaurreta en la Ciudad de México como resultado del auge que tuvo su estación XET en Monterrey.

La XEW fue la primera estación radiofónica comercial que dio inicio a la labor de los productores, locutores, guionistas, ingenieros y técnicos en audio. Dicha estación se dedicó a difundir música de la época por influencia de su principal accionista, la compañía disquera México Music Co. La visión empresarial de Azcárraga llevó a generar espacios dedicados a la publicidad, así, dio inicio la historia de los patrocinadores en la radio, y este éxito llevó a Azcárraga Vidaurreta a crear la estación XEQ.

Para la década de los 30, Azcárraga tuvo relación con dos cadenas radiofónicas de Norteamérica la CBS y la NBC, que para consolidar a sus estaciones en México, afilió a éstas emisoras estadounidenses con la XEW y a la XEQ, haciéndolas radiodifusoras líderes en nuestro país. Debido a la influencia que tenían las emisoras estadounidenses en la XEW y la XEQ, éstas últimas tomaron ideas de sus afiliadas en cuestión de programación y de producción, principalmente en el ámbito noticioso, el cual no se había estudiado con frecuencia y profundidad en México.

En nuestro país no había ningún programa especializado en noticias, a la información y al periodismo, sólo algunos locutores leían al aire las notas de algún periódico entre los programas de su estación, otro caso era que si algún suceso era relevante para el público se hacía una interrupción y se leía la nota, a esto se le conocía como ‘Boletín Informativo’, que consistía en la lectura de las principales noticias de los diarios más representativos del país en esos años como *El Universal*, *El Excelsior*, *El Mundo*, *El Porvenir*, entre otros.

En un principio no había un compromiso sólido por parte de las radiodifusoras a cubrir eventos específicos e informarlo, el único antecedente que se puede utilizar como ejemplo es la referencia realizada por Juan Peña Serna

quien es citada por José Luis Ortiz Garza en su libro *La Guerra de las Ondas* (1992).

“este género se remonta a 1920, cuando Constantino de Tárnava leía ante el micrófono el diario regiomontano *El Porvenir* como parte de sus experimentos.”²

Lynne Gross y David Resse, describen lo anterior como una manera sencilla de producir y realizar un noticiario de manera breve, tomaron en cuenta la manera que tenían las radiodifusoras en los inicios de la radio.

“En ciertos casos se espera que el *disc jockey* sólo arranque y lea las notas de algún servicio noticioso, cada hora o media hora.”³

En contraste con lo anterior, la radio había comenzado a levantarse de su anonimato para ser un medio importante de comunicación, de manera que los dueños de los diarios no tardaron en querer usar el nuevo medio para dar generar otro *vehículo* de información pues “*El éxito de las transmisiones practicadas durante más de año y medio, hizo que los diarios capitalinos volvieran la vista con interés hacia los trastos radiofónicos.*”⁴

Poco después el periodista Felix F. Palavicini, quien según la revista *México en el Tiempo*, era un ‘entusiasta de la radio’ puso en marcha su estación llamada *Radio Mundial* en 1925, la cual tenía un contenido en su mayoría periodístico, y por vez primera el periodismo era llevado a la realidad radiofónica nacional de una manera más consciente y planeada.

“...el periodista Felix F. Palavicini puso en el aire, el 5 de febrero de 1930, el primer radio hablado de la historia radiofónica de México.”⁵

Con la premonición de un nuevo medio evolucionado: la televisión a finales de la década de los 30, los dueños de las radiodifusoras empezaron a profundizar

² José Luis Ortiz Garza, *La Guerra de las Ondas*, México, Planeta, 1992, p. 89.

³ Gross Lynne, David Reese, *Manual de producción radiofónica*, s/lugar de edición, Alhambra Mexicana, p. 259.

⁴ Felipe Gálvez, “Voz, jinete del aire”, *México en el Tiempo*, marzo-abril 1998, p. 12.

⁵ *Ibidem*. p. 17.

en las características de la radio como medio de informativo, de manera que el equipo radiofónico buscó sus ventajas para poder desarrollarlas y sobrevivir a la llegada de la televisión.

Con la influencia de las emisoras extranjeras afiliadas en la radio mexicana, principalmente en la cuestión periodística, se aprovecharon las características de la radio para ofrecer un buen servicio informativo. Los dueños y productores comenzaron a estudiar e innovar la programación noticiosa, dando como resultado la ventaja que Emilio Prado (1981) describe.

“La radio es el sistema de distribución de mensajes más extendido, ágil y barato con que cuenta la sociedad actual. Ningún otro medio puede competir con su movilidad, por ello la noticia radiofónica es la primera.”⁶

Con el aumento de estaciones competitivas y la aparición de la televisión, los empresarios de la radio comenzaron a unirse y formar sociedades o cadenas de radiodifusoras como Radio Mil, Radio Centro, entre otras.

Al crearse la banda de FM (Frecuencia Modulada en México) la competencia entre radiodifusoras fue en aumento a mitad de la década de los 50 según la carpeta informativa de Grupo Radio Centro publicada en su página oficial de Internet. Las estaciones de FM adoptan el mismo proceso técnico de realizar sus programas, no obstante esta banda ofrecía un mejor sonido.

Desde comienzos de la radio hasta la actualidad la estructura para elaborar un programa radiofónico se ha apoyado en un proceso básico de tres fases, el cual a través del tiempo sólo ha tenido cambios en su contenido y estrategia, pero siguen siendo vigentes en la producción de radio; de manera breve se explicarán a continuación con base en Emilio Prado y su libro *Estructura de la información Radiofónica*, donde nos describe las fases de preproducción, de mediación técnica o fase de producción y la postproducción. Independientemente de las décadas que han pasado ya, estos tres pasos siguen funcionando en la actualidad.

La fase de preproducción es la primera, ésta se ha encargado de distintos puntos como estudiar las circunstancias en las que se produce un programa

⁶ Emilio Prado, *Estructura de la Información Radiofónica*, s/lugar de edición, ATE, 1981, p. 7.

radiofónico, y si emite de manera eficiente el mensaje, aunque en los inicios de la radio no se ahondaba mucho en el análisis social para el lanzamiento de un programa, no obstante lograba la aceptación y recepción por parte de los oyentes. Se visualizan los modos de organización del programa; se plantean los objetivos que el programa seguirá, se delimita su plantilla, y para dar marcha a lo anterior, se revisa los recursos económicos y la infraestructura tecnológica. En los primeros años de la radio esta labor no requería de tanto tiempo como en la actualidad, pues ahora la investigación es mucho más profunda debido a la gran cantidad de receptores a los que se quiere llegar.

En cuanto a la producción, ha consistido en la mediación técnica que se puede tener, la capacidad y el formato de los recursos tecnológicos de las radiodifusoras. Posteriormente con base en el estudio de mercado realizado en el punto anterior se diseña una estructura temática del programa, y una vez contando con esta guía es como se obtienen los audios y efectos necesarios para poder apoyar los temas abordados.

Por último, la postproducción no es paso muy frecuentado en la radio, ya que la mayoría de los programas han sido y son al aire, muy pocos son gravados con anterioridad para ser transmitidos después, sobre todo en el área de noticias, sin embargo en este último paso se hace uso de efectos sonoros, música de fondo, entre otras cosas respecto al audio. Así, la postproducción en radio se realizaba y realiza muy escasamente.

De esta manera, los noticiarios de radio comenzaron a llegar a un público más amplio con un mejor enfoque. Los productores de los noticiarios radiofónicos han experimentado en la manera de informar y con el paso del tiempo han aprendido a explotar las ventajas del medio, logrando llevar a la gente toda clase de acontecimientos en un lenguaje radiofónico, que a su vez puede establecer una conversación informativa entre la radio y sus escuchas, pues *“su texto es el resultado de una amalgama de elementos que resulta sumamente apta para activar el imaginario de los oyentes.”*⁷

⁷ Ricardo M Haye, *op. cit.* p. 136.

La radio informativa tiene éxito debido al contexto en que surge, en México a principios de la década de los 40 la mayoría de la población carecía de educación básica y existía un alto nivel de analfabetismo, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el INEGI⁸, los cuales señalan que en los años 40 el 64% de la población mexicana era analfabeta. Sin embargo, al darse la información de manera hablada por medio de la radio, la gente entendió y comenzó a entrar en una realidad de información como lo dice Emilio Prado.

“La importancia de la radio como medio informativo se debe aún a otra característica más: su *capacidad de comunicar* con un público que no necesita una formación específica para descodificar el mensaje.”⁹

Queda claro que surgieron más programas que la gente comenzó a escuchar, por ejemplo; las amas de casa con las radionovelas, los niños con programas infantiles, en los centros de entretenimiento como restaurantes, clubes sociales, entre otros, se escuchaba música grabada, sin embargo en cada una de estas situaciones había un espacio dedicado a la información de noticias, así, el público sólo tenía que escuchar para informarse de los sucesos, véase los programas que distintas estaciones transmitían en los que se encuentran algunos programas con comentaristas, de análisis y de noticias. Fig. 1.2

⁸ www.inegi.org.mx

⁹ Emilio Prado, *op. cit.* p. 24.

Verano de 1943. Cd. De México				
B. Programas de Quince Minútos (Diversas estaciones)				
Lugar	Programa	Estación	Día/Hora	Género
1.	Neutro Fosfato Eskay	XEW	Sa 19:45	Variedad musical
2.	Interpr. Mex. La Guerra	W/Q/FO/DP	Lu a Sa 21:10	Comentarios F. Palavincini
3.	Ritmos Modernos Marvin	XEW	Ju 20:15	Variedad musical
4.	CRI- CRI Grillito Cantor	XEW	Lu a Vi 18:30	Música y canciones infantiles
5.	Tribuna de la Libertad	W/Q/FO/DP	Do 21:10	Discursos comentados por M. Bernal
6.	La Verdad es...	XEW	Lu a Vi 18:15	Comentarios Manuel Bernal
7.	Hora Azul del Recuerdo	XEW	Lu a Vi 18:00	Música, canciones y cartas
8.	Cámaras y Camarazos	XEW	Do 19:30	Chismes de artistas del cine
9.	Programa APSA	XEW	Do 21:20	Música regional con Pépe Guízar
10.	Éxitos Monterrey	XEW	Do 19:10	Variedad musical
11.	El Hombre Azul	XEQ	Lu a Vi 20:15	Serie de aventuras dramatizadas
12.	Habanero Noche Buena	XEQ	Do 21:20	Comentarios Taurinos
13.	Cigarros Elegantes	XEB	Lu a Do 22:15	Noticias nacionales e internacionales
14.	Comentarios Lucha Libre	XEB	Do 19:00	Comentarios Lucha Libre (J. Sotelo)
15.	Estelas Deportivas	XEBOY	Do 19:45	Noticias deportivas internacionales

Fig. 1.2 Barra programática con base en los datos de José Luis Ortiz Garza en su libro *La Guerra de las Ondas*.¹⁰

Esta ventaja de la radio informativa tomó fuerza en países subdesarrollados en los que la gente aprovechaba su tiempo para atender sus actividades diarias, las cuales limitaban la búsqueda de la información, pero con la radio pudo encontrar entretenimiento e información mientras realizaba otras actividades.

La radio informativa cuenta con otras características que es necesario señalar, pues de estas depende que sea un medio eficaz en dar las noticias, se trata de la inmediatez y rapidez, así como la actualidad, como lo destaca José Luis Ortiz Garza (1992).

“...el medio posee características como la *inmediatez*, la *instantaneidad*, la *simultaneidad*, la *rapidez*. Todas ellas contribuyen así a hacer de la radio el mejor y más eficaz medio al servicio de la transmisión de hechos actuales. A la vista de todas ellas, es fácil concluir que la radio es el medio informativo más adecuado.”¹¹

Con dichas características como medio informativo, la radio llevó las noticias en primer lugar a las personas, Emilio Prado se refiere a dichas noticias

¹⁰ José Luis Ortiz Garza, *op. cit.*, p. 254.

¹¹ *Ibidem.* p.14.

como *vehículos de información* ya que comunican e informan a cualquier hora del día sin que el oyente tenga que tener la vista fija.

Al consolidarse la radio informativa como tal, se empieza a requerir el trabajo de periodistas, ya que los programas no pueden esperar a que un periódico haga saber los acontecimientos del día para que sean informados. La radio exige más debido a sus tres características principales: actualidad, inmediatez y rapidez. Por eso se contrató a periodistas para que investigaran, y cubrieran eventos, poco después se crearía una redacción dentro de la emisora para que esta se encargara de realizar una agenda, dar cuerpo a los contenidos y dirigiera a los reporteros.

“En la parte de producción radiofónica, debes de ser más flexible con tus tiempos con tus formas, porque la inmediatez que te da la radio no te lo da la tele, ni otro medio.”¹²

En un principio fue muy difícil pues no se tenía la tecnología que en nuestros días poseemos, la telefonía celular, las grabadoras portátiles, la Internet, etc. Los reporteros acudían al evento con grabadoras estorbosas para poder obtener el sonido de lo comentado en el suceso y regresaban a la estación a redactar su nota para que fuera transmitida.

Según José Luis Ortiz en su libro *La Guerra de las Ondas*, la prensa de esos años discriminaba el trabajo periodístico de la radio, pero poco a poco la situación fue cambiando, debido a la actualidad del medio, a la rapidez con que hacía llegar la información de un hecho el mismo día, cuando entonces la prensa lo publicaba al día siguiente.

Para poder llegar a ser el mejor medio informativo, la radio tuvo que adaptar el trabajo tradicional de redacción del periodista. En la actualidad algunos autores como Emilio Prado describen estos cambios que son aplicables a la mayoría de las producciones radiofónicas. De manera que *“este giro afecta a dos aspectos principales. Uno: la estructura de la información radiofónica tiene poco que ver*

¹² Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

con los medios impresos. Dos: es necesario un cambio de actitud vital ante las noticias."¹³ Esta cita refiere al cambio de estilo en la redacción para ser más descriptivos del suceso y así informar de mejor manera al auditorio.

El periodista hizo conciencia de que hablaría con un público heterogéneo que no iba a leer, sino lo iba a escuchar. Al escribir su nota comenzó a hacerlo de manera que se prestará para ser escuchado, por lo tanto su locución era de mucha importancia, pues al leer de manera académica, doctrinal, aburría y no le daba el sentido que hacía participes a los oyentes. Así se dio el cambio por una locución más natural, con un ritmo mantenido, ágil, se comenzó a platicar los sucesos, a explicar algo a un público que buscaba sentir al informante familiar o amigable. De esta forma los noticiarios radiofónicos obtuvieron su ventaja ante la prensa escrita.

Con el paso del tiempo y los avances tecnológicos, la radio ha logrado una rapidez notable en informar sobre algún evento. La telefonía celular y satelital, ha podido favorecer a los reporteros y corresponsales a dar su nota en el momento del suceso. Si bien se ha convertido en un trabajo más sencillo para ellos por redactar la información de manera breve, también existe la complejidad de estar siempre informado y al tanto de lo que ocurra para saber profundizar en la noticia cuando se requiera. Así *"la radio será, pues, la primera en suministrar la 'primera noticia' de un acontecimiento y ésta es una de las principales características del periodismo radiofónico."*¹⁴

Durante las décadas de los 80 y 90 los espacios para la radio informativa han ido creciendo, los programas noticiosos han aumentado la calidad de sus servicios, ahora no sólo transmiten la información de manera rápida, sino que han ampliado su servicio generando espacios en su programación para la comprensión y análisis de la noticia, donde periodistas junto con especialistas en diversos temas, profundizan, analizan, hacen crítica de diversos eventos y sus actores con el objetivo de ampliar el criterio del radioescucha.

A partir del año 2000 podemos escuchar diversos noticiarios radiofónicos como Fórmula de la Tarde, Detrás de la Noticia, Reporte 98.5, Formato 21, entre otros; los cuales cuentan con programas dedicados a explotar los géneros

¹³ José Luis Ortiz Garza, *op. cit.* p. 7.

¹⁴ *Ibidem.*, p. 23.

periodísticos por radio; la opinión, las notas informativas, los reportajes, la reseña crítica, la editorial, la columna. Dichos programas ofrecen un punto de vista más amplio y analítico a los radioescuchas sobre los sucesos de relevancia.

En el 2006 la radio ha logrado ser escuchada por el 87.3% de los mexicanos según el artículo de Fernando Mejía en la revista digital de Etcétera¹⁵ en Internet, sin embargo con la entradas de las tecnologías como la televisión por cable, y el Internet, que ofrecen programas dedicados a transmitir información durante todo el día, las estaciones de radio tanto de AM como de FM, no se han querido quedar atrás y han comenzado a competir con esta realidad. Aunque también, se han apoyado para que las nuevas tecnologías como una computadora, un celular, una tableta electrónica, puedan recibir la señal de radio y también pueda ser escuchado en línea.

¹⁵ Fernando Mejía Barquera. *Escuchar radio*, [en línea], Etcétera. Para entender los medios; Dirección URL: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php> [consulta: 1 de abril de 2012].

1.2 Proceso de producción de un noticiario en radio

La producción de un noticiario radiofónico es una amalgama del trabajo del personal de producción, operadores, reportero junto con la labor de los periodistas y locutores. Como se menciona anteriormente, la fase de preproducción, siendo el paso número uno es importante para dar pie a la realización del programa, esto lo guía una persona: el productor, que como lo menciona (M. Haye, 1995): “*del otro lado del aparato también hay un hombre que requiere otros elementos que le permitan descifrar un mundo cada día más complejo.*”¹⁶

El productor, en primer caso, debe de plantear junto con el titular del programa, es decir el locutor, ¿cuál será el contenido del noticiario? Si el programa es nuevo, se debe delimitar su contenido y enfocarlo a un objetivo, para ello se recurre a distintos estudios teóricos: encuestas a grupos focales, a qué público se va a dirigir, en qué horario, cuánto tiempo y qué tipo de noticias abordará, pues “*conocer al oyente adquiere una gran importancia a la hora de producir, pues a él va dirigido el mensaje radiofónico ideado por los productores.*”¹⁷

En México las estaciones de radio pertenecen a un determinado grupo industrial de la radio; como Grupo Radio Centro, Grupo Fórmula, Radio Red, entre otras. Estas empresas tienen en común su estilo y línea editorial, por lo que el productor tendrá que apegarse al formato noticioso de la estación donde vaya a tener espacio, tal como lo plantean (Gross y Reese, 1997).

“... debe decidir qué noticias presentar. Por supuesto, probablemente tendrá que seguir el formato noticioso de la estación, pero también deberá tratar de seleccionar aquellos asuntos que sean de mayor interés para su audiencia.”¹⁸

Es necesario que el productor esté en contacto con su equipo, el cual se divide para laborar en las tres fases que hacen posible la realización de un programa: la pre-producción, la producción y la post-producción. Éstas pueden

¹⁶ Ricardo M. Haye, *Hacia una nueva radio*, España, Paidós, 1995, p. 197.

¹⁷ Pilar Victoria, *Producción radiofónica. Técnicas básicas*, México, Trillas, 2001, p. 17.

¹⁸ Gross Lynne, Reese David, *op. cit.* p. 259.

aplicarse a una terminología radiofónica manejada por el autor Cebrián Herreros, donde dichas fases pueden llamarse: la de los planificadores y organizadores de la programación, la de los realizadores y productores técnicos, y la de los responsables inmediatos de las emisiones.

Así, finalmente para iniciar transmisiones, el protocolo del programa radiofónico debe ser valorado por la dirección de la radiodifusora, corroborando que haya cumplido con los requisitos, tales como tener claro a qué público va dirigido, el objetivo al ser transmitido, su delimitación en cuanto al tiempo de duración, el nombre del noticiario, el horario, en qué frecuencia, el formato, el contenido, si tiene o no secciones y el objetivo de cada una. Asimismo se debe contar ya con una lista de patrocinadores para obtener alguna venta o financiamiento a cambio de anunciantes, de esta manera, la radiodifusora obtiene ingresos, y los honorarios y gastos por la elaboración del noticiario están cubiertos por la empresa.

Al iniciar transmisiones, el productor trabajará en darle forma al noticiario, realizando juntas de valoración con frecuencia con el locutor y algún representante de la dirección de la empresa.

En cuanto a la producción del noticiario existen varios detalles de realización, uno de ellos es el sonido, la rúbrica de su programa será la pieza clave para poder identificarlo ante la fuerte competencia entre los medios de comunicación y las modalidades que utilizan para atrapar la atención del público. Si logra un buen sonido y el noticiario es acompañado por una música apropiada que le sea característica, entonces se podrá destacar de los demás noticieros en radio. *“Una buena producción es consecuencia de la programación de una estación, y un productor debe diseñar la producción de manera que refuerce el sonido de la estación.”*¹⁹ Para lograr dicho objetivo, el productor valorará con el musicalizador sobre qué música llevará el noticiario, se toman piezas de la fonoteca o se puede contratar a un compositor para crear la música del programa.

Mientras tanto, en el área de noticias y redacción para el contenido del programa, el jefe de información, selecciona y agenda las notas o eventos que

¹⁹ Carl Hausman, Benoit Philip, *Producción de la Radio Moderna*, s/lugar de edición, Thomson Learning, 2001, p. 17.

habrán de cubrirse y así ir teniendo el contenido de la emisión del día. La redacción contará con un equipo de reporteros, editores de estilo y redactores, quienes trabajarán bajo el objetivo señalado por el productor y el jefe de información, y así obtener la información necesaria o solicitada para el programa. Para poner un ejemplo, se toma el caso de Radio Fórmula, allí la recopilación de las noticias se lleva a cabo desde la cabina y área de redacción como en los reporteros que salen todos los días al lugar de los hechos.

“Todo lo que se arma es; los reporteros básicos para la información, y las entrevistas respectivas del día que es la coyuntura [...] es una secuencia lo que se va a armar, lo que está en el papel no es en sí el noticiero, se va moviendo, se va flexibilizando, entonces más o menos por ahí armamos el noticiero cuando hacemos propiamente radio.”²⁰

La entrada de la tecnología digital, en un principio generó preocupación a los dueños de los medios de comunicación, pues Internet representa una competencia para la radio y la televisión, por su rapidez al informar sobre eventos noticiosos, sin embargo los empresarios de la comunicación e información han sabido hacer uso de estas tecnologías y usarlas en su provecho, de esta manera dichas tecnologías ayudan al área de redacción, pues con las computadoras y los portales informativos en la Web, el trabajo de redacción resulta más ágil y rápido, logrando hacer competente a la radio. Por medio de la Internet, algunas agencias de noticias brindan apoyo a los noticiarios radiofónicos, y ayudan en la manera que mandan cables informativos de los sucesos más relevantes del día, debido a su rapidez, la radio puede estar siempre enterada de los hechos y al momento se puede leer alguna noticia al aire, aunque esta no haya sido incluida en el guión.

Por su parte, los reporteros acuden al lugar de los hechos y se informan de lo ocurrido, es importante mencionar que en el momento no suelen hacer una investigación profunda, por la inmediatez que el medio requiere. De manera que el

²⁰ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

reportero informa lo más sobresaliente del suceso y procurará que sea de manera ágil y breve. En caso de ser un acontecimiento mucho más serio y de importancia, el reportero deberá grabar testimonios y sonidos del lugar para que al regresar a la redacción pueda hacer su nota más completa e insertar los *Bites de Sonido*, es decir, los testimonios de los involucrados, esto apoya la veracidad de la información, los testimonios son más relevantes pues es prioridad escuchar la voz de los protagonistas de la noticia que la lectura del reportero. Es importante tener en claro que la redacción, aunque sea de estilo periodístico, es diferente a la que se realiza en un diario.

“...es importante que un productor de noticias recuerde que lo que se escribe debe sonar bien y escucharse natural cuando se lee en voz alta. Un estilo de redactar rebuscado y complicado no es adecuado para la radio.”²¹

La redacción es una cualidad que no se debe hacer a la ligera, “*se necesita un cambio total de mentalidad para escribir para la radio*”²². Los periodistas y redactores deben tener en cuenta que serán oídos en el momento, por lo tanto su redacción debe ser breve y clara, como son las características esenciales del mensaje radiofónico. La claridad ayudará en la lectura del locutor, pues al no usarse un lenguaje rebuscado no dará problemas al leerse. La nota para radio debe de escribirse en tiempo presente, siempre en voz activa, así será una nota de actualidad para el público, porque una nota en tiempo pasado ya no es noticia en la radio, salvo como contexto o referencia para explicar un hecho.

La puntuación en las notas es de mucha importancia, ya que al ser leída, la buena puntuación le dará sentido y se podrá expresar la idea del reportero. No se usan con frecuencia las abreviaciones ni las siglas, éstas pueden ser desconocidas para el público y el locutor tendrá que desglosarlas en el momento de leer la nota. Sin embargo existen excepciones, sobre todo con siglas que son comunes y usadas frecuentemente, por ejemplo: la SEGOB, el IMSS, PEMEX, ISSSTE, entre otras.

²¹ Carl Hausman, Benoit Philip, *op. cit.* p. 255.

²² Emilio Prado, *op. cit.* p. 27.

Después de la recopilación de noticias y de redactarlas, estas se le entregan al productor, quien se reunirá con el guionista para dar estructura al noticiario. Se visualiza una forma conveniente para el ritmo del programa, dependiendo en que parte del programa se aborda la información más relevante o la que es de más utilidad al auditorio, *“el proceso de armado puede referirse tanto a la selección de las notas como al orden de aparición de éstas”*²³. Luego la idea se materializa armando un guión técnico.

Aunque la bitácora del noticiero se realiza con base en la importancia de los hechos surgidos durante el día, actualmente se han dado cambios en la estructura, pues algunos productores tienen en cuenta que la primicia de la radio es la actualidad y la inmediatez, y suelen modificar el inicio de sus bloques, y en vez de abrir el programa con la nota más importante, utilizan la más reciente, porque si la radio es un medio que puede contar con inmediatez, es necesario tener las últimas noticias, logrando con esto que la radio maneje un contenido fresco y de calidad, como lo comenta el productor Ricardo Muñoz.

*“Para nosotros lo importante es informar, que si va con audio, que si va con reportajes, eso está muy padre, muy bien; que si tenemos las imágenes en ese momento, perfecto, pero para nosotros queremos que la gente escuche, que escuche lo que estamos poniendo, las mesas, las voces, los reporteros, los comentaristas, eso es lo importante.”*²⁴

El guión terminado se llevará al locutor poco antes de la transmisión para que lo lea, solvente dudas, haga alguna propuesta de último momento.

Sobre el trabajo de un locutor, éste debe saber de dicción, técnicas de respiración, contar con una buena modulación y entonación de voz. Estos son requisitos básicos para informar al auditorio. En un programa informativo es necesario tener un ritmo constante en la lectura de noticias, sean cual sean estas, el locutor no debe hacerse el gracioso, puede hacer comentarios de humor, pero

²³ Carl Hausman, Benoit Philip, *op. cit.*, p. 271.

²⁴ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

nunca jugar con las notas. La locución debe ser natural, las notas se platican, no se leen de manera doctrinal, esto puede aburrir al oyente. El locutor deberá tener en cuenta que informa de manera oral, y para ser ameno debe charlar con sus radioescuchas, esto implica que la voz del informador tiene que ser amable, amistosa, y sería en determinados casos.

Por último y teniendo todo lo anterior en claro, al momento de transmitir al aire, el productor se reúne con los operadores e ingenieros de audio, verificará el guión, los sonidos y efectos que ayudarán al impacto de su programa.

Los efectos sonoros son pieza clave para el realismo de las notas, es recomendable que durante la mención de ciertos sucesos, por ejemplo, de la construcción o remodelación de alguna avenida, los encargados del audio inserten de fondo ruido de tránsito vehicular mientras el locutor informa. De esta manera la información es más creíble para los radioescuchas. Sin embargo, es importante no saturar este recurso, el oyente podría sentir el audio sobreactuado y le fastidiaría de la emisión.

El uso de los efectos sonoros junto con el proceso mencionado forma el lenguaje radiofónico, no es meramente la voz del locutor. Si bien en los inicios de la radio los locutores tuvieron que ser de todo: maestros de ceremonias, bufones, cómicos, cantantes, etc. Con el paso del tiempo y el cambio del formato en sus aspectos de producción, el trabajo de locutor es apoyado y complementado con los recursos que tiene la radio como lo dice Emilia Prado.

“El *lenguaje radiofónico* no es el lenguaje oral exclusivamente. La música, el ruido, el silencio y los efectos especiales, son parte consustancial del lenguaje radiofónico, que pierdan su unidad conceptual al fundirse en el sistema de transmisión que es el lenguaje radiofónico.”²⁵

Este concepto actual del lenguaje radiofónico forma parte de las bases sobre la aplicación de los recursos sonoros en los programas de radio, los cuales en la actualidad han sabido aprovechar este lenguaje que se ha convertido en una característica propia de dicho medio.

²⁵ Emilio Prado, *op. cit.* p. 33.

1.3 La televisión informativa

La televisión, tiene su origen en un proceso experimental que fue evolucionando hasta convertirse en un medio de comunicación masiva. Aunque su función es el entretenimiento, existen muchos autores que han escrito sobre este medio, sin embargo la mayoría analiza a la televisión desde el punto de vista psico-social, para demostrar la influencia y manipulación que tiene como medio visual en la sociedad. Algunos otros han realizado propuestas para producir un contenido educativo y explotar así la labor social de la imagen.

En esta investigación se aborda a la radio y la televisión desde su organización interna, su producción de contenido noticioso, y la unión de estos medios en los últimos años. En este apartado se analiza, se describe y se expone un recuento de lo que ha sido y es la televisión informativa.

Por las características del funcionamiento de la televisión, Jorge González Treviño la define como “*el arte de producir instantáneamente a distancia una imagen transitoria visible de una escena real o filmada por medio de un sistema electrónico de telecomunicaciones.*”²⁶

Al comienzo del siglo XIX los principios básicos en los que se basó la televisión es la foteolectricidad, el análisis de cómo transmitir una imagen por medio de la manipulación de los haces de electrones, comenzaron su proceso.

En el año de 1900 varios científicos determinaron llamar ‘televisión’ al experimento que trasmitía imágenes. Véase la Fig. 1.3 Fue hasta octubre de 1925 cuando el británico John Logie Baird logró transmitir la imagen de un muñeco de una habitación a otra.

Posteriormente en febrero de 1928, Baird realizó el primer envío de imágenes de televisión desde Londres a Nueva York. Con este triunfo, Logie Baird puso en marcha la transmisión de su programa en septiembre de 1929 en los estudios BBC de Londres con una duración de media hora. De esta manera se dio la primera transmisión de audio y sonido: Televisión.

²⁶ Jorge Enrique González Treviño, *Televisión y Comunicación. Un enfoque teórico práctico*, s/lugar de edición, Alhambra Mexicana, 1997, p. 17

Después de que Logie innovara el experimento transmitiendo imágenes a una mayor distancia, introdujo la televisión a la industria y mercado de los medios de comunicación.

Con lo anterior, diversos científicos e ingenieros de distintos países comenzaron a trabajar para mejorar la televisión, ésta se expandió por el continente Europeo, llegó a los Estados Unidos de Norteamérica. La cronología detallada de dicho proceso científico y comercial se puede encontrar en la tabla 1.3 realizada con base en los datos expuestos por González Treviño (1997).

Tabla del proceso científico para el logro de la Televisión		
Año	Nombre	Aportación
1817	Jacobo Berzelius	Descubre el Selenio, elemento que crea la fotoelectricidad
1839	Edmond Becquerel	Logró el efecto de la fotoelectricidad
1859	Julius Plücker	Logra un resplandor fluorescente con rayos catódicos
1863	Giovanni Caselli	Inventa el Pantelégrafo, envía imágenes impresas a distancia
1873	Joseph May	Descubre efecto fotoconductor: célula fotosensible
1875	Carey	Transmite imagen con un emisor de 2, 500 células de selenio
1881	Shelford Bidwell	Crea Fototelégrafo Explorador, transmite siluetas
1884	Paul Nipkow	Crea Analizador de imágenes, transmite imágenes con movimiento
1887	Seleng y Carley	Cren la descomposición y composición de la imagen
1905	Lulius y Hans	Desarrollan la velocidad de la célula fotoeléctrica
1908	Campbell Swinton	Propone sistema de televisión con rayos catódicos
1923	Kosma Zworykin	Crea iconoscopio componía una imagen a la velocidad de la luz
1925	John Logie Baird	Logró primera transmisión de imagen en vivo a un receptor
1936	Empresas de EUA	Las empresas logran la transición de la TV mecánica a la electrónica
1939	RCA (EUA)	Generan miles de receptores y comienzan la programación de TV
1940	González Camarena	Iniciador del sistema de televisión cromática o a color

Fig. 1.3 Tabla de datos cronológicos del proceso para la invención de la televisión.

Al consolidarse el invento de la televisión como un medio de comunicación, algunas empresas de electrónica para el hogar, se adjudicaron la producción de receptores televisivos.

En el caso de México, el personaje principal relacionado con los inicios de la televisión es el ingeniero Guillermo González Camarena, nacido en Guadalajara, Jalisco, quien desde la década de los años 30 realizaba experimentos con un equipo de televisión construido por él mismo. De hecho, a González Camarena se le considera como el inventor de la televisión a color, es decir, televisión cromática

basada en los tres colores; rojo, azul y verde. Pero por la falta de apoyo a la ciencia en el país, vende la patente a las empresas Víctor y RCA de los Estados Unidos.

Posteriormente el gobierno de México comenzó a interesarse por el nuevo medio y en mayo 16 de 1935 el Partido Nacional Revolucionario (PNR) reunió a la prensa para presentar el invento, un receptor comprado en Nueva York, y en esa ocasión se realizó la primera transmisión de prueba en el país.

Durante la década de los 40, la influencia de Baird y su transmisión televisiva en la BBC de Londres llega al continente americano. En México dos personajes; Rómulo O'Farril y Emilio Azcárraga, pioneros en el medio, solicitan al gobierno mexicano concesiones para crear y manejar estaciones de televisión comercial. El gobierno aceptó dar las concesiones, pero no de manera inmediata, en septiembre 7 de 1946 se inauguró la estación experimental de televisión con las siglas XHIGC, misma que después se le daría a González Camarena. La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas fue la encargada de dar los permisos en ese entonces, y la responsabilidad técnica de dicha estación fue de González Camarena.

De acuerdo a los datos que maneja González Treviño en su libro *Televisión y Comunicación* la transmisión del Canal 5 se realizaba cada sábado a las 14:30 horas, se trataba de un programa artístico que duró dos años. Pero la televisión mexicana adquiere su estilo después de que el presidente en turno, Miguel Alemán Valdés, mandara una comisión, formada por el escritor Salvador Novo y por González Camarena, a observar el modo de producir de las diversas televisoras del mundo.

A pesar de que el gobierno era el principal interesado en manejar el negocio de la televisión, fue la iniciativa privada quien moldeó la industria. En 1949 se otorgó una concesión a la empresa Televisión de México S.A., propiedad de Rómulo O'Farril, y se le asignaron las siglas XHTV Canal 4, que comienza a realizar pruebas de transmisión en febrero de 1950 para que en agosto del mismo año se inaugurara como la primera estación de televisión de México y de América Latina. La primera transmisión que realizó Televisión de México fue el IV informe presidencial de Miguel Alemán Valdés el primero de septiembre de 1950.

Semanas después, a finales de octubre del mismo año, comenzaron a salir de manera esporádica las transmisiones del Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, mismas que se realizaban desde las instalaciones de la XEW, de manera que las siglas de este canal eran XEW-TV. Al concluir la construcción de las instalaciones de Chapultepec 18, que en un principio eran para Radiópolis, se creó Televisión y el Canal 2, concesionado a Televimex S.A. del señor Azcárraga, y dio inicio a sus transmisiones diarias.

La tercera televisora se le concedió al ingeniero González Camarena en agosto 18 de 1952 con las siglas XHGC Canal 5. Sus instalaciones eran en el Teatro Alameda y fueron proporcionadas por Emilio Azcárraga.

De esta manera comienza la competencia entre estas televisoras, sin embargo, pronto se percataron de que un país con pocos recursos, como México, no cuenta con muchos receptores y por lo tanto no existe una gran demanda.

La relación de Emilio Azcárraga con las empresas NBC y la CBS, fue de relevancia para la unión de las televisoras, ya que por influencia de dichas empresas, Azcárraga decide proponer a Rómulo O'Farril y a González Camarena, la unión de las tres televisoras en una sola empresa y en marzo 26 de 1955 se consolida la empresa Telesistema Mexicano S.A. Esta unión creó una empresa más fuerte y sólida que comenzó a transmitir su señal a provincia.

Al mismo tiempo diversas televisoras locales surgían en distintos puntos de la república, en 1958 se inaugura XHIPN Canal 11, televisora de contenido cultural, perteneciente al Instituto Politécnico Nacional (IPN).

En 1962 nace Televisión Independiente de México (TIM), en el estado de Monterrey, sus transmisiones fueron por Canal 6 local. Posteriormente, esta televisora entra en la Ciudad de México con ayuda de Cablevisión.

Para 1973 Telesistema Mexicano se une con Televisión Independiente y nace Televisa (Televisión Vía Satélite).

Sin embargo, en México no han parado los cambios y fusiones en relación con las televisoras. Los sucesos principales en la vida de la televisión mexicana fueron mencionados con anterioridad con base en el libro *Televisión y Comunicación (1997)*.

La programación también ha sido pieza clave en estas televisoras, el caso a estudiar en esta investigación es la televisión informativa, desgraciadamente los programas televisivos que surgieron en un principio no tenían ninguna relación con el ámbito periodístico y noticioso, pues como se mencionó, la mayor parte del contenido de la televisión en un principio y hasta la década de los 60 fue de entretenimiento, de manera que “*Los noticieros ocupaban apenas un rincón en la pantalla y un rincón en el estudio.*”²⁷

Del mismo modo que la radio, la función periodística de la televisión se dio por la influencia de las empresas extranjeras NBC y la CBS.

Históricamente la CBS fue la primera televisora en transmitir un reporte de un hecho noticioso, pues en diciembre de 1941 cuando aviones japoneses bombardearon Pearl Harbor, esta empresa con la ayuda de algunos periodistas, realizaron una emisión que duró nueve horas en la que se detalló e informó a los estadounidenses del ataque aéreo.

“...apenas habían en la ciudad tres o cuatro mil receptores de TV, pero los pocos individuos que los conectaron presenciaron lo que, sin lugar a dudas, fue el primer reportaje amplio y espectacular que televisaba un acontecimiento trascendental.”²⁸

En el caso de México, debido a que la televisión fungía como medio de entretenimiento, la publicidad se interesó en el nuevo medio que ofrecía una tierra prometida para quien quisiera dar a conocer los servicios o productos de algún negocio, es por esto que la programación era determinada por la publicidad, pues empresarios y comerciantes pagaban los espacios en televisión, por eso Carrandi Ortiz sintetiza: “*El negocio no estaba en las televisoras. El negocio estaba en las agencias de publicidad*”²⁹

Los programas familiares, cómicos y de concursos estaban ya consolidados, en cuanto a los noticieros televisivos es en 1969 cuando adquieren relevancia en México. El primero fue el Noticiero General Motors, conducido por Guillermo Vela

²⁷ Gabino Carrandi Ortiz, *Testimonio de la Televisión Mexicana*, s/lugar de edición, Diana, pp. 81-82.

²⁸ CBS News, *Técnica de las Noticias en Televisión*, México, Trillas, p. 14.

²⁹ Gabino Carrandi Ortiz, *op. cit.* p. 82.

que pasaba diariamente de 19:45 a 20:00 horas en el Canal 4 según datos de Carrandi Ortiz en *Testimonio de la Televisión Mexicana (1986)*.

Con lo descrito en el párrafo anterior se muestra que los dueños de la programación eran las agencias de publicidad, sin embargo, los periódicos de la ciudad se percatan del provecho de la televisión como vehículo de noticias y comienzan a emitir sus noticiarios. En el Canal 2 apareció el Noticiero Excélsior, éste diario crearía la entidad TV-Producciones Excélsior donde día a día transmitía las noticias relevantes, pero cabe destacar que el trabajo de producción era de la forma tradicional que se trabajaba en la redacción de prensa escrita, la labor que se realizaba para la transmisión de un día consistía en que un equipo de periodistas tomaran los cables del día, los ordenaban de acuerdo a como aparecían en el diario, algunos redactores les daban forma y los juntaban, ese era entonces un libreto de noticario por televisión. Más adelante, los periódicos Novedades y El Universal patrocinarían sus propios noticiarios, que eran elaborados del mismo modo.

Con el paso del tiempo se le exigió más a la televisión informativa, ya no bastaba con un locutor a cuadro leyendo las noticias con un fondo neutro, y dado que la televisión ofrece imágenes, se comenzaron a exigir para conocer más detalladamente las noticias.

El primer recurso gráfico fue la fotografía, a éstas se enfocaba con la cámara y se ilustraba la nota con varias imágenes impresas del suceso comentado. Sin embargo esta acción no fue suficiente para un público que requería más, así, los productores estudiaron la situación y decidieron probar con filmes de 16 mm. Con este paso surgen los camarógrafos, hombres que eran enviados al lugar de los hechos a filmar escenas importantes, para que después regresaran a la televisora y editaran la pista de la nota. Así surgen también los editores, quienes tenían la responsabilidad del revelado de la película, cabe destacar que el personal de edición tenía que estar informado al igual que el locutor, pues era necesario que identificaran lugares y personajes en el negativo, así editaban las partes necesarias para ilustrar la nota.

Esta evolución marcó el momento donde el público reconoce a la televisión como medio informativo, y según Carrandi Ortiz con la transmisión del suceso del

hombre en la luna fue el punto de partida de la televisión informativa en México y en el mundo.

“La llegada del hombre a la luna en julio de 1969 parece marcar en la televisión mexicana, el tiempo de antes y el tiempo de después en lo que a la historia de las noticias por televisión se refiere.”³⁰

Al percatarse de esto los empresarios de la televisión mexicana, no tardaron en abarcar esa área de noticias y surge en esa época la Dirección de Noticieros de Telesistema Mexicano.

Para entonces los noticiarios ya contaban con un formato propio, contenían en primera instancia información local, nacional y luego internacional. En cuanto a su estructura de producción se encontraba primeramente el productor, el jefe de información, dos o tres editores, los redactores, camarógrafos, conductor, y el equipo técnico de iluminación, camarógrafos de foro, y sonidistas. Éstos últimos eran de importancia en la producción de un noticiario, pues su labor era poner una música afín a las noticias, mientras hablaba el conductor no había música, a excepción de la rúbrica del noticiario, pero al anunciarse la nota, corría el film con la voz en off del periodista o del conductor y la música acompañaba a la imagen, logrando con esto dramatizar y darle mayor impacto a la noticia. Este elemento dramático se volvió básico en la producción de un noticiario.

Después de la década de los 70 en México, la tecnología aceleró su evolución y se dio la llegada de las cámaras de cinta magnética, la reproducción electrónica en la televisión por medio del videotape, que ya incluía el sonido. Gracias a esta tecnología surgieron las ‘órdenes de camarógrafo’, los jefes de información detectaban el lugar de los hechos y enviaban al camarógrafo a grabar, el término filmar había sido reemplazado por la ventaja del videotape.

Una vez contando con sonido propio, nacieron los reporteros de televisión, esto se debió a que al asistir a un suceso, los reporteros podían describir lo que acontecía o bien escribir una nota informativa y leerla mientras el camarógrafo captaba las imágenes de lo que se informaba.

³⁰ *Ibidem.* p. 85.

La aparición de la tecnología satelital, hizo que los noticiarios extendieran su visión informativa a los rincones del globo, pues esta nueva tecnología les permitió tener reporteros en otra parte del mundo, a estos se les nombró corresponsales. Éstos enviados mandaban su imagen con sonido vía satélite, que era recibida en la televisora para su transmisión. Finalmente es así como la televisión informativa obtiene su estructura, identidad y estilo propio.

En la actualidad los noticiarios siguen conservando la misma estructura, sin embargo, poseen mejor tecnología digital, la cual es un recurso que complementa la información, por ejemplo: los gráficos digitales que ilustran la ruta del vuelo de un avión, que resalta lugares de importancia en algún punto del mundo en conflicto, el lugar de un sismo, o la ruta de una manifestación de personas, etc. De igual forma el sonido se ha digitalizado pero sigue con la función de ser un elemento dramático para el impacto de las noticias.

Con la entrada de las nuevas tecnologías como Internet, en un principio la radio y la televisión se vieron amenazados por sus intereses comerciales y de presencia en la sociedad. Con el objetivo de brindar un mejor servicio al público para subsistir, estos dos medios se han unido, es decir, se produce un programa radiofónico que al momento de estar en vivo en la radio puede ser transmitido simultáneamente por la televisión, o en un sitio Web. De esta manera se ofrece tanto al radioescucha como al televidente o al internauta un programa, en este caso un noticiario que puede oír y ver donde se encuentre. Así varias empresas dedicadas a la radiodifusión y la televisión han puesto en marcha sus transmisiones simultáneas de sus programas más destacados en la sociedad.

1.4. Proceso de producción de un noticiario en televisión

La televisión, como un medio semejante a la radio, la producción de su contenido sigue el mismo modelo teórico de la comunicación donde se encuentran los elementos que hacen posible el acto de comunicación: emisor, mensaje, canal, receptor. Sin embargo, la televisión cuenta con características que requieren mucho más trabajo, principalmente la imagen, ésta lleva consigo varios elementos de trabajo como la iluminación, escenografía, imágenes fijas, sonido, y actualmente gráficos y animaciones digitales. Debido a eso la producción de un noticiario televisivo es mucho más complejo y laborioso comparado con la producción de uno radiofónico.

De igual forma que otros medios, la televisión puede transmitir distintos géneros o tópicos en su programación, el enfoque de esta investigación es el género informativo, en este inciso se describirá la producción de la televisión informativa, sobre esto González Treviño sintetiza: *“el género informativo se sustenta en la narración de hechos y actos lo más cercana posible a la realidad, con la finalidad de que la audiencia sea “testigo” de los acontecimientos.”*³¹

El método y la técnica para la producción de un noticiario los desarrolla el productor con base en la misión y visión de la empresa de televisión. Se hace hincapié en que las políticas de la empresa determinarán qué noticias serán transmitidas y con qué enfoque, esto corre a cargo de la dirección de noticias de dicha empresa.

Con base en una junta entre productor, directivos del área de noticias, conductores y el jefe de información se diseñará un espacio de noticias, es decir se producirá un medio para transmitir las noticias del día que dependiendo de su horario, será determinante para diseñar el equipo de redacción, edición y producción. *“Producir es parte de un proceso y es el todo, es el punto de partida desde la concepción de la idea hasta la realización de un programa.”*³²

³¹ Jorge Enrique González Treviño, *op. cit.*, p. 75.

³² *Ibidem.* p. 46.

En un principio se tendrá que plantear el esquema a seguir por la producción, este dará estructura al programa: planteo, desarrollo y conclusión. Generalmente es una estructura clásica, la más conveniente para los medios informativos, ya que ayudará a la clasificación de las noticias dependiendo del interés o enfoque del programa. Es importante contar con redactores y editores con experiencia para que junto con el conductor den a los espectadores una información clara y entendible.

El productor es la pieza central, coordinará al equipo que llevará a las noticias al público. Se requiere de muchos conocimientos en distintas áreas para poder producir un programa. Enrique Gonzáles describe la labor del productor:

“Su responsabilidad consiste en organizar el proceso completo que lleva a la obtención de la transmisión o grabación de un programa o serie; él planea, ejecuta con el apoyo del *staff* y evalúa los resultados.”³³

Para enterarlo mejor y poder especificarlo se detallará la labor del productor junto con su equipo.

Al ser contratado por la empresa, al productor se le hará saber sobre los recursos humanos, técnicos y administrativos disponibles, así sabrá el potencial y las limitaciones que puedan surgir. Cuando se habla de los conocimientos básicos del productor, es importante mencionar que el principal de estos es la administración, pues la empresa un presupuesto determinado para llevar a cabo la realización del programa. Posteriormente se reúne con su equipo de trabajo para comenzar el desarrollo de la realización.

Es primordial que el equipo de producción esté capacitado en información televisiva, pues generalmente se trabaja al día, los acontecimientos noticiosos de la vida cotidiana determinan el ritmo de trabajo en el noticiario, es decir, los miembros del equipo no pueden preparar la realidad pero si pueden estar prevenidos para la carga de noticias que surjan durante el día, trabajar con noticias requiere concentración, estar actualizado en los sucesos sociales; la carga más fuerte en cuestión de información recae sobre el jefe de redacción, quien debe

³³ *Ibidem.* p. 47.

prevenir cómo estará el día en cuestión de eventos, agenda política y en la manera de cubrirlos. Así lo comenta el productor de televisión Juan Manuel Arozamena:

“Lo más importante en la televisión es estar muy preparado para lo que vas a hacer, sobre todo en un noticiero de televisión tienes que prepararlo desde muy temprano, si tienes el noticiero de la noche como en el Canal 40, tienes que estar preparado por lo que va a pasar, tu sabes que va a ver una conferencia de prensa, pero debes prevenir lo que no sabes que va a pasar, en un noticiero, ves todos los días y a cada rato pasa, balacearon a alguien en algún lugar, o alguien dio una declaración tremenda en algún lado o simplemente cambiaron las cosas radicalmente en lo que se planeó a lo que sucedió durante el día. De manera que la planeación es importantísima.”³⁴

El horario es un condicionante de trabajo, no es lo mismo un programa que se transmita por la mañana que el noticiero estelar, el último cierra el día informando de lo sucedido a lo largo del día, y en este caso, se describirá el modo de producir un noticiero nocturno.

Teniendo conciencia de lo anterior, se comenzará a trabajar en las tres fases definidas en una realización: la preproducción, la producción y la postproducción. Sin embargo, Cebrián Herreros aclara que en el trabajo en una estación de televisión existe un paso más que se refiere a la transmisión de lo producido.

“...es preferible diferenciar cuatro fases desde el punto de vista del proceso informativo global que se concreta posteriormente en otro conjunto de microprocesos: preproducción, producción, postproducción e integración en la emisión.”³⁵

Es importante tener en cuenta que la fase de integración en la emisión es una fase que Cebrián Herreros considera pertinente en la televisión.

³⁴ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor televisivo de los programas; Punto de Partida en Canal 2, y Fórmula de la Tarde en Canal 702 de Cablevisión, el jueves 26 de abril de 2007.

³⁵ Mariano Cebrián Herreros, *Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*, España, Síntesis, p. 77.

Primeramente, el productor acordará el trabajo de cada emisión con base en la estructura de noticias del jefe de información. La producción de un noticiero televisivo es un tanto similar a cómo se hace en la radio, la gran diferencia es la imagen.

La preproducción es la fase donde los periodistas y redactores tienen la mayor responsabilidad, pues mientras el equipo técnico prepara la escenografía, la iluminación y el sonido, el equipo periodístico trabaja en la redacción de notas informativas, reportajes y entrevistas relevantes para el noticiero. El encargado de coordinar la redacción y a los reporteros es el jefe de información, él se enterará por medio de las direcciones de comunicación privadas o gubernamentales de los acontecimientos relevantes que habrán durante el día, existen otros sucesos que surgirán de improviso, en otro estado o país, esto lo cubrirán los corresponsales de la dirección, de lo contrario se recurrirá al servicio de agencias informativas como Notimex, AP, EFE, entre otras.

“El asunto de la planeación es importantísimo porque tu no puedes estar siempre improvisando, tu tienes que planear desde el día anterior a dónde vas a mandar a tus reporteros, qué es lo que quieres de cada uno de los reporteros para poder estructurar tu noticiero, básicamente es eso, la planeación.”³⁶

Tanto el reportero como el corresponsal tendrán que acudir al lugar de los hechos, tomarán nota, entrevistarán a personas partícipes de lo ocurrido, y para complementar la información, investigarán a fondo con autoridades que estuvieron en el lugar. Mientras tanto el camarógrafo se encargará de captar las imágenes que describan por sí solas lo sucedido, escenas que sirvan para ilustrar la nota del reportero. Posteriormente regresarán con el material a la redacción, los reporteros redactarán su nota, los corresponsales una vez hecho su guión lo podrán dictar vía telefónica a un redactor o bien enviarlo por correo electrónico. En el caso

³⁶ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor televisivo de los programas; Punto de Partida en Canal 2, y Fórmula de la Tarde en Canal 702 de Cablevisión, el jueves 26 de abril de 2007.

del camarógrafo, su imagen se ingesta a un servidor de imagen general del canal para ponerlo a disposición del personal de edición de video y audio.

Una vez terminadas las notas, crónicas o reportajes, serán revisadas y autorizadas por el jefe de información. De esta forma el proceso de recolección y tratamiento de las noticias que se transmitirán concluye cuando el jefe de información junto con el productor y el conductor forman el programa organizando los tiempos de duración de cada nota en una escaleta. Esta se envía a los redactores del programa quienes comenzarán a trabajar el guión, y de esta forma comienza la fase de producción de un noticiero por televisión.

Los reporteros se presentarán en las islas de edición, que es donde se realiza el montaje visual de las notas, crónicas o reportajes. Los reporteros calificarán la imagen del camarógrafo, grabarán con voz su guión. En el caso de los corresponsales mandarían sus imágenes junto con su voz vía satélite o correo electrónico, el resto concierne a los editores trabajar esos materiales provenientes del extranjero.

Al igual que la radio, el redactor deberá tener siempre presente el hecho de escribir un guión pensando en imágenes, deberá de dominar el lenguaje televisivo, como lo explica González Treviño: *“Es necesario destacar que las noticias deben ser codificadas en el lenguaje de televisión, en imagen, en movimiento y sonido.”*³⁷

El redactor trabajará en coordinación con el coordinador de producción, quien se encarga de supervisar la edición del material audiovisual del contenido del noticiero, cuida las imágenes, la calidad de edición y que no haya errores conforme la información y la imagen porque el fin de un noticiero es dar a conocer los acontecimientos lo más apegados a la realidad, se busca ser lo más objetivo posible.

Es importante decir que el guión no es rígido en su totalidad, la mayoría de las veces se le hacen modificaciones durante la transmisión, ya que puede presentarse cualquier circunstancia que lleve a dar más tiempo a alguna noticia, entrevista en vivo o por teléfono, como lo comenta Isaías Robles, jefe de

³⁷ Jorge Enrique González Treviño, *op. cit.* p. 65.

información del noticiario El Empujón, transmitido de lunes a viernes a las 6:25 horas por Proyecto 40:

“Yo siempre le comento al productor y coordinador de producción al momento de estar al aire, hay que estar preparados por si cae una entrevista que no esté confirmada, pues enriquece más el tema que estamos tratando y podemos flotar algunas notas que no sean del todo relevantes, así ajustamos los tiempos del programa..”³⁸

A media hora de la transmisión al aire del noticiario, los asistentes de producción deberán entregar las escaletas y el guión impreso; una copia de la escaleta para el floor mánager, para el switcher, el conductor, el productor, al jefe de información y al área de maquillaje. Así preverán los movimientos de cámara, el sonido, entre otras cosas.

El conductor revisará en presencia del productor el guión del programa, en determinado caso él podrá hacer modificaciones de última hora, dará su punto de vista, al final siempre deberá repasar el guión para estar informado y consciente del contenido que tratará.

La mayoría de las veces el conductor no tiene problemas con el guión porque en el caso de un noticiero no será necesario que siempre salga a cuadro, generalmente el conductor sólo se dedica a dar lectura a las notas, sin embargo su tarea principal es contar con una buena dicción y tener un buen ritmo al informar, de igual manera si tiene conocimiento específico de alguna nota él podrá abundar y hacer un análisis, esto ayudará a lograr su objetivo que es el conducir al televidente por los sucesos y se cree un criterio propio con base en lo informado. En algunas ocasiones, el noticiero contará con la presencia de figuras públicas como políticos, especialistas en algún tema, comentaristas, celebridades, entre otras, en esta situación el conductor se hará cargo de la entrevista que realizará, tratando de respetar el tiempo asignado a la entrevista.

³⁸ Entrevista con Manuel Isaías Robles, jefe de información de los programas; El Empujón en Proyecto 40, y La Chuleta de Grupo Fórmula, el 23 de agosto de 2011

Es necesario mencionar que si el programa tiene avances informativos, que son pequeños cortes grabado informando el contenido noticiosos del programa, el conductor tendrá que grabar la voz de los adelantos, éstos se transmitirán de forma previa al noticiario con el fin de captar la atención de los televidentes. Para esto se toman imágenes ya editadas de los hechos que serán informados. De cierta forma la producción va de la mano con la postproducción.

Llegada la hora de la transmisión, pues la mayoría de los noticiarios son en vivo, el productor deberá verificar que cada uno de los elementos del staff se encuentren en su puesto. Primeramente asistirá al foro para observar la escenografía, y la iluminación, cuestiones que verificará con el floor manager o jefe de piso quien *“es la autoridad inmediata sobre todos los elementos que se encuentran en el “piso” (locación o estudio) durante la transmisión o grabación de cualquier programa.”*³⁹

Como Enrique González lo describe, el jefe de piso es la persona responsable de guiar y verificar el orden dentro del foro, las personas a su cargo son los camarógrafos de estudio. Su labor será guiar a los camarógrafos, al conductor, al resto del *staff* marcando las entradas y salidas del aire, deberá cuidar que nada entorpezca la realización del programa, de existir algún tropiezo en las labores de grabación él se encargará de resolverlo, deberá de ser los *ojos, oídos y voz* del productor dentro del estudio. En resumen el trabajo del *floor manager* será cuidar el servicio, el orden dentro del estudio antes, durante y después de la grabación.

Después de verificar y dar algunas indicaciones en el foro, el productor se presentará en la cabina del estudio para laborar en conjunto con el coordinador de producción y el jefe de información. En la cabina también se encuentra al *switcher*, es la persona encargada de manejar la consola de imagen, esta sirve para visualizar los tiros de cámara en pequeños monitores, en una pantalla a parte se verá la imagen transmitida al aire.

También se encuentra el sonidista, o ingeniero de audio, y sus asistentes, quienes son responsables de operar la consola de audio, donde se registra la voz del conductor, el sonido de las notas informativas ya editadas, la línea para dar

³⁹ *Ibidem.* p. 52.

audio a la línea telefónica en cabina y en un canal alterno, que no interfiere en la transmisión, se está en contacto con el *floor manager*.

De igual forma se halla el iluminador, esto aunque parezca extraño se debe a que las luces en un foro pequeño de noticias, incluso un estudio grande, la iluminación actual es manejada por medio de un control remoto que sube y baja la intensidad, puede dirigir la luz de manera automática.

Hay otra persona que coordina el trabajo en la cabina, es el director de cámaras, su labor será dirigir los tiros y movimientos de cámara, de indicarle al *switcher* qué toma, de las disponibles, debe utilizar para la transmisión, “*el director deberá conocer a la perfección el equipo técnico con que trabaja para así poder explotar al máximo sus posibilidades.*”⁴⁰

Es muy importante que el director de cámara sea uno de los primeros en verificar la escaleta del programa, de esta manera sabrá prever cada acción, movimiento y situación durante la transmisión donde trabajará conjuntamente con el productor, para cumplir el objetivo original y no surjan ideas encontradas.

La fase de postproducción se realiza casi al mismo tiempo de la transmisión, en la actualidad la tecnología ha hecho más rápida esta etapa, como lo menciona Cebrián Herreros: “*La innovación técnica encamina sus pasos hacia la digitalización total del proceso de producción y postproducción.*”⁴¹

Como fase de postproducción, está el trabajo de los responsables de correr o insertar las animaciones, plecas y gráfico mientras corre el noticiero al aire, por ejemplo el nombre de un entrevistado, una fotografía de algún suceso no cubierto pero fue tomada del servicio de las agencias de noticias, animaciones o recreaciones de un viaje, asalto, accidente, entre otros. Los encargados de gráficos, scrolls, cintillos, saben el tiempo y la manera en deben insertarlos.

Al concluir con estas fases de producción se concluye la realización del noticiero transmitido en vivo.

Pero recordemos que Cebrián Herreros describe una cuarta etapa en el proceso de la información televisiva a la que llama Proceso de Integración en las emisoras, es la acción de ubicar dentro de la programación que la televisora tiene

⁴⁰ *Ibidem.*, p. 50.

⁴¹ Mariano Cebrián Herreros, *op. cit.*, p. 91.

para todo el día, y hacer la transmisión cuando llegue el horario designado para el noticiario, en caso de ser grabado o de tener una repetición durante la madrugada, como el Informativo Noche con Hannia Novell, que en vivo sale de lunes a viernes a las 20 horas por la señal de proyecto 40, y su repetición de realiza de lunes a viernes a las 24 horas.

Esta etapa, sirve a la dirección del canal principalmente pues “*es una fase de gran trascendencia para analizar el funcionamiento de la programación.*”⁴²

Aunque también esta fase se refiere que mientras el programa va quedando grabado digitalmente en una memoria del canal, y posteriormente será almacenado en un CD, el noticiero se está transmitiendo al mismo tiempo de manera simultánea.

Una vez que ha concluido la emisión del día, termina la labor de realización de ese día. Posteriormente el equipo de producción seguirá el mismo modo de trabajar pero con distinto contenido, y conforme pase el tiempo se le podrá ir haciendo modificaciones al formato del programa, de esta manera termina la descripción de cómo se produce en la actualidad un noticiario televisivo tradicional. Cabe destacar que este apartado se realizó con base en la experiencia de trabajar como redactor durante poco más de dos años nueve meses en el noticiero El Empujón transmitido de lunes a viernes por la señal de Proyecto 40, canal perteneciente a Grupo Salinas.

⁴² *Ibidem*, p. 93.

1.5 Cambios en los medios informativos

En la actualidad, los medios de comunicación masiva viven una competencia en cuanto a su servicio e inmediatez. Internet y las nuevas tecnologías permitieron que el trabajo de cada medio por informar se vuelva más flexible, con más opciones para transmitir la información y la manera de hacerlo. Pero se mencionará con base en sucesos pasados los cambios que han tenido dichos medios como la radio y la televisión.

En las últimas dos décadas, la banda FM logró mayor aceptación entre la población por sus estaciones dedicadas a transmitir programas comerciales con el fin brindar entretenimiento a los oyentes, principalmente a la gente de entre 15 y 40 años. Esto ocasionó la falta de ingresos en las estaciones de AM, provocando que a principios de los 90 los dueños de dichas estaciones pidieran a la Secretaría de Gobernación junto con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (STC), la concesión de un paquete llamado *Radio Combo*, que consistía en tener una estación en AM, que fuera transmitida por FM y a su vez por televisión.

A las estaciones que se les concede dicho paquete, comenzaron a introducir cámaras de televisión en las cabinas de radio para poder transmitir el noticiario por televisión de paga. De esta manera la radio busca y encuentra su nuevo camino para llegar a un público más amplio y poder ofrecer un servicio mucho más completo de información, aunque el punto de interés es considerar si esta modalidad resulta beneficiosa para toda la sociedad o sólo a las personas con recursos que pueden pagar la televisión de paga.

A esta realidad actual de la radio se le conoce como *Transmisión simultánea*, no todas las estaciones tienen la concesión, sólo los noticiarios más destacados del medio. Este suceso trae consigo nuevos cambios en la manera de producir un noticiario radiofónico que será transmitido a su vez por televisión.

CAPÍTULO 2. Evolución y convergencia de medios audiovisuales

2.1 Las nuevas tecnologías y la Sociedad de la Información y el conocimiento

Vistas por algunos teóricos de la comunicación de una manera apocalíptica a finales del siglo XX, causantes de modificar la cultura, la educación y generar un distanciamiento entre sociedades con distintos recursos económicos, las tecnologías de la información y comunicación (TIC), ya se han consolidado en todo el mundo, trayendo consigo nuevas formas de trabajo, de organización, de educación, comunicación e información.

Para explicar y describir como se han dado los cambios en los medios de comunicación, se retomarán datos del surgimiento de las nuevas tecnologías, pues *“las referencias históricas pueden utilizarse para investigar interrogantes sobre algún acontecimiento.”*⁴³

2.1.1 La tecnología en la historia

Es importante decir que estas tecnologías no son cosa de hace 30 años, su origen lo tienen en las llamadas revoluciones industriales en donde el uso de los avances tecnomecánicos modificó los modos de producción y con ello la cultura como lo menciona M^a Amor Pérez: *“La invención de la imprenta por Gutenberg en 1445 fue la primera gran revolución de la época moderna que generó una cultura escrita de carácter universal.”*⁴⁴

La imprenta generó el cambio a una sociedad con cultura escrita, poco a poco las élites sociales encontraron en la prensa un medio de comunicación e

⁴³ Roger D. Wimmer; Dominick, Joseph. *Introducción a la investigación en medios masivos de comunicación*. México, Internacional Thomson, p. 22.

⁴⁴ M^a Amor Pérez Rodríguez, *Los nuevos lenguajes de la comunicación*, España, Paidós, p. 23.

información, por lo tanto el conocimiento estuvo en poder de las clases burguesas, ya que contaban con los recursos económicos para pagar la educación de los miembros de la familia. Así, el conocimiento sólo estuvo en manos de ese sector como se menciona en el primer capítulo.

Es importante decir que este trabajo, por comunicación se entiende al “*acto a través de cual dos o más seres o grupos se relacionan para evocar en común el significado o sentido de las cosas.*”⁴⁵ En tanto por información se entiende que “*es un conjunto de mecanismos que nos permiten retomar los datos del ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de tal forma que sirvan para guiar nuestra acción.*”⁴⁶

Tiempo después con el surgimiento de la radio en la década de los 20 inició una cultura auditiva que en cuestión de comunicación e información fue un cambio ventajoso que ayudó a la mayoría de la población en México. Como ya se decía, la prensa era el medio informativo de la clase burguesa, sin embargo la radio se consolidó como el medio preferido de la gente porque sólo bastaba escuchar para entretenerse, para divertirse o informarse, de ahí el slogan de un programa informativo de la radio actual: *Entérese sin tener la vista fija.*

Aunque la radio desarrolló sus servicios en todo sentido, comercial, educativo e informativo, la llegada de la televisión al final de la década de los 40 cambió el paradigma que hasta el momento se tenía. Si bien a la radio se le conoce como la segunda revolución, a la televisión se le refiere como la tercera revolución en cuestión tecnológica de medios de comunicación masiva. Se aclara que como medio de comunicación masiva o *mass media* se refiere a “*todo sistema de comunicación que alcanza amplios sectores sociales, penetrando prácticamente en toda la población urbana, y buena parte de la población rural.*”⁴⁷

La televisión generó una nueva visión social por usar la imagen como canal para informar a las personas, desde su aparición la gente ha necesitado ver, observar la noticia grabada o en vivo a través de su receptor para afirmar su

⁴⁵ Coordinadora Rosa M^a Pineda Barragán, *Comunicación e información. ¿Procesos distintos?* México, UNAM, FCPyS, SUA. p. 120

⁴⁶ Guadalupe Medina Ortiz; Coord. Rosa M^a Pineda B, *Comunicación e información. ¿Procesos distintos?* México, UNAM, FCPyS, SUA. p. 18

⁴⁷ Guadalupe Medina Ortiz, *op. cit.* p. 27.

credibilidad de los acontecimientos, no bastó con escuchar, el público conciente de lo que la televisión podía ofrecer, exigió más y la sociedad auditiva evolucionó a la audiovisual.

Con la llegada de los satélites y la televisión por cable, las empresas privadas de televisión y radio dieron el primer paso para unir a los medios de comunicación de manera experimental y lograr con ello un mejor servicio al público, es cual se refiere a *“las comunidades públicas que se hayan organizadas de modo que cualquier opinión manifestada en el público puede ser comentada o contestada de manera inmediata y eficaz.”*⁴⁸

Este es un indicio de lo que después traería la cuarta revolución, donde surge la necesidad de converger a los medios de comunicación con el fin de ofrecer servicios más completos para todo tipo de audiencia; así lo describe Roberto Reboloso (2001).

“Lo que ha cambiado son las herramientas, ya que hemos pasado de un nivel mecánico a un nivel electrónico, que comprende el uso de computadoras, robots y equipo de oficina, fenómeno que estos autores han llamado ‘convergencia de la tecnología de la información’.”⁴⁹

Cabe resaltar que la tecnología siempre ha estado presente en la historia del hombre, la única diferencia es el contexto en el que se desarrolla, por ejemplo, la imprenta, la máquina de vapor, los textiles, la electricidad, entre otros, son parte de una tecnología mecánica. En las últimas tres décadas se ha hablado de una revolución tecnológica por medio de las computadoras y la redes cibernéticas, por lo tanto en este caso, la tecnología se dio en el ámbito digital del uso de computadoras y posteriormente con la aparición de Internet.

⁴⁸ *Ibidem.* p. 26.

⁴⁹ Roberto Reboloso Gallardo, *La globalización y las nuevas tecnologías de la información*, México, Trillas, 2001, p. 30.

2.1.2 Internet, red de redes

La historia del Internet comienza cuando en 1969 los Estados Unidos contaba con una red de nombre ARPA (Agencia de Proyectos Avanzados de Investigación del Departamento de Defensa de Estados Unidos) ésta red era de uso militar y con ella la Unión Americana se mantenía alerta por la supuesta amenaza de un bombardeo. Años después, en 1980, diversas redes de telecomunicación se conectaron a la ARPA, que había cambiado su nombre por el de ARPANET. Sin embargo la red trascendental fue Milnet que continuó perteneciendo al ámbito militar, pero debido a la conexión de cientos de redes experimentales en Milnet, fue como surgió Internet en la década de los 80.

Las redes dejaron de ser sólo para asuntos militares, pronto la ciencia y la investigación serían sus principales usuarios. De esta manera, la ciencia estadounidense creó redes como UNIX y USENET exclusivamente para brindar apoyo a las universidades, y para 1986 aparece la NSFNET (Red de Fundación Científica Nacional) ésta sirvió de plataforma para que Internet se expandiera por todo el planeta conectando a las principales instancias educativas de América, Europa y años después Asia. Así, *“el uso masivo de los ordenadores puede considerarse la cuarta revolución. A partir de los ochenta y hasta prácticamente nuestros días vivimos la revolución de los multimedia.”*⁵⁰

Después de que el uso de la *red de redes* estuviera en manos de la educación e investigación, las empresas más poderosas del globo hicieron uso de las computadoras para actualizar su organización y agilizar su modo de producción. Dichas terminales contaron con redes internas y externas para el flujo de información necesaria para la empresa. Poco a poco la tecnología digital entró en los diferentes campos de la sociedad; lo laboral, financiero, social, comercio, ocio, entre otros.

*“Quienes más han aprovechado la supercarretera de la información han sido los que buscan nuevos caminos para la venta de sus productos.”*⁵¹ Tal como menciona Roberto Reboloso, a la sociedad occidental capitalista le ha importado

⁵⁰ M^a Amor Pérez Rodríguez, *op. cit.* p. 24.

⁵¹ Roberto Reboloso Gallardo, *op. cit.* p. 54.

mucho la demanda de sus productos o servicios, por eso han encontrado en el Internet un medio eficiente, complementario para sus ventas y ganancias. Por lo tanto, gran parte de las empresas, negocios e instancias, anuncian sus servicios en sus propios sitios en la red, *“un tema que está transformando profundamente el modo en que nos relacionamos en todos los campos del desarrollo humano, con nuestro ambiente y con los demás.”*⁵²

En conclusión, la sociedad con sus diversos ámbitos como la educación, ciencia, política, comercio, medios de comunicación masiva, entre otros, han entrado a la modernidad de la era digital y redes de información con la expectativa de hacer llegar más lejos sus servicios. *“Esta es una era de cambios tan grandes que la necesidad de configurar y comprender el nuevo mundo de la comunicación es decisiva.”*⁵³ No obstante esta nueva realidad ha cambiado por completo el paradigma y la cultura de la sociedad, para algunos de manera ventajosa para otros de una forma desigual debido a los recursos.

2.1.3 Las tecnologías, una nueva sociedad

Lo mencionado en los párrafos anteriores conforman las llamadas Tecnologías de la información, éstas abarcan desde el equipo de cómputo ordinario, el uso de satélites, la televisión por cable, el Internet, redes privadas, la tecnología en cuestión de maquinaria y la biotecnología. Es necesario mencionar la ausencia de una definición estricta o específica de estas herramientas, sin embargo, teniendo claro el objetivo de esta investigación se utilizará la definición hecha por el PNUD en el informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela, donde se refieren a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) del siguiente modo:

“Las TIC se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) - constituidas principalmente por la radio, la televisión y la

⁵² Arturo Montagu, Diego Pimentel, Martín Groisman, *Cultura Digital. Comunicación y sociedad*, México, Paidós, 2004, p. 9.

⁵³ Dennis Everette; Michael D; B. Díaz; R. Nozick; A. Smith, *La Sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*. España, 1996, Edit. Complutense. p. 25.

telefonía convencional - y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfases).”⁵⁴

El impacto generado por estas tecnologías ha provocado un cambio en la sociedad; *“las consecuencias de la sociedad mundial de la información para los seres humanos se hallan estrechamente vinculadas al aspecto económico, la reglamentación, la tecnología y el contenido.”*⁵⁵ Ahora la mayoría de las industrias han digitalizado sus modos de producción e información, de hecho, se encuentran todas dentro de una misma Red. Esta acción, generada por el modo de producción de los negocios estadounidenses, salvará a las corporaciones de la quiebra o perder mercado, pues *“las organizaciones que pretenden mantenerse a la vanguardia en el próximo milenio necesitan salir del modelo tradicional de organización en incorporar estas tecnologías a las nuevas formas de trabajo.”*⁵⁶

De manera, las personas con acceso a Internet en todo el mundo pueden buscar cualquier servicio necesario y satisfacerlo de una manera rápida. Estos servicios digitales son parte del proceso de globalización, Arturo F. Montagu expone cuatro parámetros característicos de las nuevas tecnologías: *“Para comprender a los procesos de globalización en los que estamos inmersos proponemos cuatro parámetros: interdisciplina, variedad, diversidad y multiculturalidad.”*⁵⁷

La interdisciplina es el concepto que se ha dado a la integración de materias básicas como arquitectura, comunicación, publicidad, diseño, ingeniería, entre otras, con la tecnología. Esta realidad tuvo lugar cuando la educación universitaria usó la red como apoyo en investigaciones y estudios simultáneos con las demás universidades conectadas. Desde entonces las disciplinas se adaptaron y fueron compartidas en la red. En cuestión de medios, la radio, la televisión, la prensa escrita, han sabido aprovechar el cambio tecnológico, creando una herramienta

⁵⁴ s/a, *La sociedad de la información*, [en línea], Venezuela, Cumbre mundial de sobre la sociedad de la información, s/n. de edición, Dirección URL: <http://www.itu.int/wsis/index-es.html>, [consulta: 16 de abril de 2007].

⁵⁵ Dennis Everette; Michael D; B. Díaz; R. Nozick; A. Smith, *op. cit.* p. 25.

⁵⁶ Roberto Reboloso Gallardo, *op. cit.* p. 43.

⁵⁷ Arturo Montagu, *et. alt., op. cit.* p. 112.

ventajosa para ampliar su servicio informativo, esta acción propició cambios en las redacciones y en el formato que cada medio usa para la emisión de noticias.

Las empresas, instancias gubernamentales y educativas, cada uno de los medios de comunicación masiva han adaptado sus servicios a las nuevas tecnologías, un ejemplo de esto son todos los sitios en Internet en donde anuncian y ofrecen los productos, servicios, ocio, entretenimiento e información de las organizaciones mencionadas. Con lo anterior se podrá constatar que existe una diversidad muy amplia de ofertas en cuanto a los servicios para toda clase de intereses, sean estos de públicos o privados.

Los servicios modernos como periódicos, revistas y demás publicaciones digitales, educación en línea, bancos y tiendas digitales, son causa de un cambio el cual sumerge cada día a la sociedad en una saturación de información, motivo que ha llevado a algunos teóricos como Daniel Bell, Yoneji Masuda, Manuel Castells, Ian Miles, entre otros, ha analizar sobre la reacción del contexto social ante esta evolución a la Sociedad de la información y el conocimiento.

Las revoluciones sociales han estado acompañadas por teorías que analizan, describen y exponen el comportamiento social ocasionado por algún cambio tecnológico. Este “*análisis de la culturización es un intento muy prometedor por dar respuesta a la vieja pregunta de cómo adquirimos conocimiento y cómo éste sirve para guiar nuestra conducta.*”⁵⁸

Las primeras teorías referentes a los cambios sociales fueron *La Sociedad Industrial* referente a la primera revolución de la industria. Consecuentemente vino *La Sociedad Post-industrial* donde Daniel Bell planteaba los cambios ocasionados por la tecnología, decía que la fuerza laboral de la industria estaba en la demanda de servicios y no en la agricultura, esto hizo que el mercado necesitara un mayor número de empleados capacitados en materias como ingeniería, comunicación, en diversas ciencias aplicadas a esa realidad post-industrial, entre otras, pues el modo de producción capitalista había pasado de lo agrario, y mecánico a lo electrónico. Reboloso Gallardo toma como un exponente de la *Sociedad de la Información* a Bell, y sintetiza su aportación: “*El conocimiento*

⁵⁸ Melvin Lawrence; Sandra J. Ball, *Teorías de la comunicación de masas*. Nueva York 1983, reimpresión 1999, Paidós México. p. 341.

*teórico de la ciencia y la tecnología es la base del poder económico y la política social, aparentemente en el desarrollo de la alta tecnología.”*⁵⁹

Por la necesidad del mercado por profesionales capacitados en las nuevas materias es que surge el concepto de *Sociedad de la información y el conocimiento*, sucedió cuando el sociólogo japonés Yoneji Masuda empleó este término teórico en su obra *La Sociedad Informatizada como Sociedad Post-industrial* (1981) aunque su traducción se hizo tres años después en Madrid.

Con base en lo planteado por Daniel Bell sobre el cambio social generado por las tecnologías, que eran usadas más por las empresas y corporativos en comparación al uso dado por las universidades, con el término usado por Masuda para referirse a la nueva materia prima de una nueva sociedad, Manuel Castells estudia y teoriza sobre la Sociedad de la información y el conocimiento.

“...ante la indudable revolución de la tecnología y los medios debe asumir una postura clara en la que situé lo tecnológico en su sitio, el de medio para la interacción, información y educación.”⁶⁰

Se entenderá por Sociedad de la Información como la evolución de la sociedad industrial, donde el progreso financiero y comercial recae en el uso, manipulación y venta de información. Por información, dentro de esta realidad de la sociedad digitalizada, se entenderá a la cantidad de datos procesados por las computadoras, por los medios impresos, auditivos, visuales y por medio del Internet, datos de todo tópico; financiero, comercial, educativo, noticioso, comunicación, ocio, etc. La definición se realizó con base en Castells.

Las consecuencias que ocasiona un cambio comenzaron a hacerse notar, el mercado inició la demanda de empleados estudiados en informática, ingeniería, comunicación, biotecnología, entre otras. La Dra. Delia Covi explica la globalidad de escenarios que esta sociedad trae consigo: “*Los antecedentes y características de la SIC** pueden buscarse en varios escenarios que lejos de actuar de manera

⁵⁹ Roberto Reboloso Gallardo, *op. cit.* p. 34.

⁶⁰ M^a Amor Pérez Rodríguez, *op. cit.* p. 28.

* **SIC** (Sociedad de la Información y Comunicación) término utilizado por la Dra. Delia Covi para referirse de una manera específica a una etapa de la sociedad de la información.

*independiente, se interrelacionan. Entre ellos destacan: el histórico, el político-económico, el tecnológico y el social.”*⁶¹

Debido a la globalidad de esta sociedad, el poder económico se ha centrado en el procesamiento de información y conocimiento como base de una economía global. Reboloso Gallardo cita a Castells para explicar el concepto de economía global: “*una economía en la que el flujo del capital, mercado de trabajo, proceso de producción, la organización, la información y la tecnología operan simultáneamente a nivel mundial.*”⁶²

La economía global se logra, según Castells, por el uso de las tecnologías de la información, éstas hacen que el mundo se encuentre interconectado por medio de la red, de la radio y la televisión, con estos vehículos se da el flujo de conocimiento e información. Así, estas tecnologías se han vuelto herramienta básica para el desarrollo de los países.

Debido a lo anterior, el mercado laboral continúa demandando, aunque en un nivel más bajo, empleados capacitados y actualizados en materias relacionadas con estas tecnologías. Por lo tanto en la educación se ha dado una evolución al incluirse en los planes de estudio carreras y materias actuales que sirven para satisfacer dentro de lo posible esa demanda laboral.

Así, desde la década de los 70 los jóvenes, han estudiado, relacionándose y actualizándose en nuevas materias, como las ya mencionadas, para poder integrarse ha este cambio social. Para Castells, la acción de estudiar y capacitarse en esas materias, requiere también uso de la información, de manera que teniendo presente esta característica de la información, la cual es ‘omnipresente’ en cada aspecto de la vida social es como crea la teoría de la Sociedad de la información y el conocimiento. “*Paralelamente, el mercado laboral y el educativo orillan a la población a sumarse al uso de las TIC** para no quedar fuera y ser parte del cambio.”⁶³

⁶¹ Delia Covi Druetta, *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, Buenos Aires, La Crujía, 2004, p. 21.

⁶² Roberto Reboloso Gallardo, *op. cit.* p. 9.

* **TIC** (Tecnologías de la información y comunicación) término empleado por la Dra. Delia Covi para referirse a las nuevas tecnologías.

⁶³ Delia Covi Druetta, *op. cit.* p. 37.

Es importante decir que con el paso de los años, el término teórico de Sociedad de la Información evolucionó al de la Sociedad del Conocimiento. Se debe principalmente a lo dicho por Peter Drucker, quien desde la década de los 90 ha teorizado sobre la transformación que tienen los empleados de la era digital, pues de ser campesinos antes de la Segunda Guerra Mundial, con el advenimiento de las tecnologías poco a poco se han convertido en tecnólogos, para de esta forma ser partícipes del rol económico de la sociedad.

“La idea de que por primera vez es posible aplicar conocimiento al conocimiento con el propósito de llegar a uno superior; mayor, fue planteada por Peter Drucker a principios de los 90. Fue él quien introduce así la noción de Sociedad del conocimiento, que permite una rápida adaptación a los cambios y representa una vía de solución a los problemas económicos. Es en esta reflexión que se advierte la misión de motor de desarrollo o disparador económico que se atribuye a la circulación del conocimiento. La noción de conocimiento se une así a la de información.”⁶⁴

Este concepto de Sociedad del Conocimiento se aplica a nuestros días, en donde miles de estudiantes egresan del nivel superior con un dominio en las nuevas tecnologías de la información y comunicación. De cierto modo es propio llamar a así a la teoría. No obstante algunos autores especializados en comunicación como la Dra. Delia Covi propone el término de Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) para hacer una referencia actual e integradora de este fenómeno socio-cultural; *“los cambios que ha experimentado la comunicación a partir de la llamada, primero, sociedad de la información y, luego, sociedad del conocimiento, o en una visión más integradora de ambos conceptos: Sociedad de la Información y el Conocimiento.”*⁶⁵

No obstante, la tecnología sigue avanzando y cambiando constantemente, cada año se tienen herramientas más modernas para cada ámbito laboral. Esto ocasiona que las empresas se vean casi obligadas a modernizar su equipo de trabajo, lo cual trae consigo ventajas y flexibilidad para fusionarse con otras herramientas y lograr así una fusión de medios en el ámbito laboral.

⁶⁴ *Ibidem.* p. 41.

⁶⁵ *Ídem.* p. 20.

2.2 Las nuevas tecnologías en los medios de comunicación en México

Habiendo descrito la historia de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), y describiendo los términos teóricos más relevantes de esta realidad, ahora en este apartado se busca describir y exponer el caso de México ante las TIC. Es importante precisar que dicho cambio tecnológico ha impactado de manera distinta cada país, pues no es el mismo contexto en los países donde ha surgido este cambio, a los países que se ven obligados a actualizarse de manera desigual. Esta realidad es la contra parte de los beneficios mencionados en el inciso anterior, ya que el referirse a México la condición de su evolución tecnológica no ha sido del todo pareja, pues “*las nuevas tecnologías también actúan como agentes creadores y amplificadores de desigualdades.*”⁶⁶

En el caso de México, la tecnología en los medios de comunicación o tecnología mediática se ha venido importando de los países número uno en tecnología como Estados Unidos, Japón y de naciones de Europa. Así, la modernidad tecnológica en el ámbito laboral se ha dado de una forma dispareja, pues sólo el sector privado tiene la capacidad de importar de manera frecuente la tecnología y mejorar su equipo de trabajo, mientras que los medios independientes o gubernamentales no cuentan con los suficientes recursos tecnológicos para ser una opción de calidad para el público, el caso muy claro de las estaciones de radio de la banda AM.

Cabe destacar que no sólo en cuestión de medios de comunicación se observa la desigualdad tecnológica, pues esto es notable en cada aspecto social del país.

“Sin duda el escenario social es el más complejo, porque la sociedad de la información afecta a todas sus áreas, pero también, porque se ha tratado de imponer como un nuevo paradigma, lo cual coloca a este escenario en la base misma de las acciones de la vida cotidiana.”⁶⁷

⁶⁶ Mauro Wolf, *Los efectos sociales de los media*. España 1994, Paidós. p. 82

⁶⁷ Delia Crovi Druetta, *op. cit.* p. 38.

En México, la sociedad de la información y el conocimiento ha ido consolidándose poco a poco, cuando los empresarios desarrollaron la comunicación radiofónica y posteriormente invirtieron en el avance de la industria televisiva.

Más adelante con el surgimiento de la tecnología satelital y la televisión por cable en países europeos, sobre todo en los Estados Unidos, comienza la influencia para que los empresarios de los medios mexicanos adopten esta tecnología. No obstante, el acceso por parte del público se ha dado muy lentamente, primeramente porque los dueños de los medios han desarrollado los servicios tecnológicos de forma privada, y las personas deben pagar por los servicios novedosos y ágiles, por consecuencia no todas las personas han tenido los recursos económicos para costear esta tecnología. Esto pasa en cuestión de medios, cabe mencionar que es el mismo caso en cada uno de los ámbitos sociales como el laboral, la medicina, los alimentos, entre otros, donde los del sector público, que son gratuitos o de bajo costo, compiten con la tecnología de punta del privado que tienen un alto costo.

“La brecha que se establece entre empresas multinacionales y locales se marca también en el acceso a la tecnología de punta que tienen las primeras frente a la imposibilidad de contar con esas innovaciones tecnológicas entre las segundas.”⁶⁸

La cita de la Dra. Delia Crovi, hace referencia a la realidad de México en este tipo de sociedad, que para explicarla se retomará la incursión de las tecnologías en el país, principalmente Internet.

2.2.1 Internet en México

Debido a la expansión de los usuarios de la red de seguridad e investigación de los Estados Unidos a partir de la década de los 80, instancias gubernamentales, militares, educativas y de investigación se unieron, de manera que en poco tiempo

⁶⁸ *Ibidem.* p. 26.

las instituciones educativas de México se sumaron a la red con el objetivo de progresar y crecer, logrando con esta acción nuestro inicio en el acceso a la *ciber carretera*, como lo describe la siguiente cita.

“En México, los primeros antecedentes significativos de Internet parten del año de 1989. Entonces, el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey se enlazó a la gran red mundial de la información a través de la Universidad de Texas en San Antonio. Inmediatamente después del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, se enlazaron a Internet las siguientes instituciones: Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad de las Américas.”⁶⁹

Independientemente que las instituciones ya mencionadas tuvieran acceso a Internet, no fue sino hasta 3 años después que comenzaría a tomar fuerza la red en México, prueba de ello es la gran cantidad de sitios en Internet que han ido surgiendo desde la década de los 90. “*La existencia de la red en México es muy reciente, casi todos los portales aparecen en 1992 y comienzan a crecer hacia 1994.*”⁷⁰

A finales de la década de los 90 el aumento de sitios Web fue desproporcionado, todo negocio, empresa, instancias privadas o de gobierno comenzaron a adquirir sus sitios en la red, la mayoría por publicidad otros por brindar información, para ofrecer servicios, entre otras cosas. Esta realidad comercial dejó atrás al ámbito estudiantil, es decir, el número de portales relacionadas al comercio y venta de servicios fue mayor. “*Si bien en México las instituciones educativas siguen siendo los principales proveedores de acceso a Internet, las entidades comerciales ya han rebasado en número a las instituciones educativas y de investigación.*”⁷¹

⁶⁹ s/a, “Nuevas Tecnologías”, [en línea], México, *La revista electrónica en América Latina especializada en comunicación*, año 1, núm., 3, mayo-junio 1996, Dirección URL: www.razonypalabra.org.mx/antiores/n3/anio.html, [consulta: 21 de marzo de 2007].

⁷⁰ Delia Covi Druetta, *Coord., op. cit.*, Florence Toussaint Alcaraz, “Los medios mexicanos en la red digital”, p. 351.

⁷¹ Fernando Gutiérrez, Octavio Islas, “El año de Internet”, [en línea], México, *La revista electrónica en América Latina especializada en comunicación*, año 1, núm., 3, mayo-junio 1996, Dirección URL: www.razonypalabra.org.mx/antiores/n3/anio.html, [consulta: 21 de marzo de 2007].

Aunque el aumento de portales en Internet fue significativo, desafortunadamente en nuestro país la realidad económica no era muy óptima después de la devaluación de 1994, esto limitó el acceso de las personas a Internet de manera frecuente, como sucedía en Europa o Estados Unidos, pocas familias podían contar con una computadora en casa.

La situación descrita en el párrafo anterior se describe en un término que ha surgido de manera casi paralela con las nuevas tecnologías, la llamada *brecha digital*.

2.2.2 La brecha digital

Debido a que el acceso a las nuevas tecnologías de la información y comunicación requiere de inversión en infraestructura, en equipo sofisticado, la población, en este caso de México, no tiene la facilidad de acceder a los beneficios las TIC, por otro lado hay quienes tienen la solvencia económica para pagar por esas ventajas. A esta situación, no sólo de carácter nacional sino mundial, se le ha denominado: brecha digital. La revista electrónica Razón y Palabra la define del siguiente modo.

“...la *brecha digital* es uno de los principales obstáculos en este modelo de desarrollo en cuanto a las tecnologías digitales se refiere. Específicamente este fenómeno se refiere a todos aquellos sectores sociales que permanecen por muy diversas razones, al margen de los beneficios y ventajas asociados a las TIC.”⁷²

Existen diversos autores, entre ellos los estudiosos de la comunicación como Dra. Delia Covi Druetta, Mtra. María de Jesús Origel, Dra. Florence Toussaint, de la Universidad Nacional Autónoma de México, Mauro Wolf, M^a Amor Pérez, Roberto Reboloso, de España, entre otros, describen de manera similar las características de la brecha digital, donde a parte del poder adquisitivo, de los bienes materiales, ahora se suma el acceso desigual a las tecnologías de la

⁷² s/a, *La sociedad de la información*, [en línea], Venezuela, Cumbre mundial de sobre la sociedad de la información, s/n. de edición, Dirección URL: <http://www.itu.int/wsis/index-es.html>, [consulta: 16 de abril de 2007].

información, comunicación, conocimiento y entretenimiento, por una lado el sector social que puede pagar por ello, por el otro está la mayoría de la gente que no tiene los recursos ni los conocimientos adecuados para tener acceso.

“...la propia estructura de la red que sigue los patrones definidos por el mercado: existe infraestructura ahí en donde hay mayor densidad poblacional, económica y de telecomunicaciones. Es decir, las grandes ciudades se ven beneficiadas por las nuevas tecnologías, mientras que los poblados que no están dentro del circuito del desarrollo vuelven a permanecer en el aislamiento.”⁷³

Desafortunadamente la solución a esta realidad social esta en los recursos económicos de cada país, con la ayuda de las políticas públicas se pueden tomar decisiones y legislar adecuadamente en la inversión para el desarrollo tecnológico en cada ámbito de la sociedad que necesite apoyo, como la educación, las instancias gubernamentales que dan servicio al público, el transporte público, en medios audiovisuales y en seguridad, tal como lo plantea la Dra. Delia Crovi.

“...la solución al problema de la brecha digital hasta ahora se ha plasmado en propuestas que ponen el acento en resolver carencias de infraestructura tecnológica, sin duda importantes pero carenciales, porque colocan en un nivel subalterno la necesidad de dotar a las personas de las capacidades cognitivas para seleccionar, jerarquizar, interpretar y hacer uso de la información con el propósito de mejorar su calidad de vida.”⁷⁴

Sin embargo, el gobierno de México ha dejado de lado esta situación por estar inmerso en una ‘*politiquería*’* entre partidos políticos y sus reformas e iniciativas, o en destinar mayor presupuesto a la lucha contra el crimen organizado como en los últimos 6 años. Esta situación ocasiona que las empresas privadas sean las que formen fundaciones en apoyo a la sociedad, apoyo condicionado por si se consume, se participa o se está atento a los servicios y productos que los privados ofrecen.

⁷³ Delia Crovi Druetta, *Coord; op. cit.* Florence Toussaint Alcaraz, “Los medios mexicanos en la red digital”, p. 352.

⁷⁴ Delia Crovi Druetta, *op. cit.* p. 18.

* **Politiquería**, término utilizado por algunos líderes de opinión para hacer referencia al los conflictos y escándalos entre los políticos de México.

De manera que al no solucionar eficientemente la brecha digital, los catedráticos, los teóricos y estudiosos de las ciencias sociales, de las políticas públicas y de los medios de comunicación son quienes han propuesto en sus críticas, artículos, proyectos de investigación entre otros, la manera en que México puede hacerle frente a esta nueva sociedad. Ejemplo específico de estas propuestas es el proyecto de investigación ‘México ante la SIC’ que comenzó en el 2001 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS), del cual la Dra. Delia Covi es responsable; es *“un proyecto de investigación mayor titulado ‘México ante la Sociedad de la Información y el Conocimiento’ cuyo objetivo central es reflexionar acerca de la existencia de este tipo de sociedad así como de las características específicas que adquiere su construcción en un país como México, con acceso desigual y limitado a las nuevas tecnologías de información (TIC).”*⁷⁵

Relevantes son este tipo de proyectos de investigación y que de estos surgen publicaciones reflexivas, expositoras de propuestas coherentes que se aplican a nuestro contexto social actual, y al incluirse en la docencia resultan provecho aplicar en nuestra vida laboral los conocimientos surgidos de dichos materiales.

2.2.3 El futuro de la sociedad mexicana en la SIC

Aunque en México, diversas instancias gubernamentales han lanzado programas de apoyo para reducir la brecha digital, es necesario seguir recalando la necesidad de inversión en infraestructura tecnológica y educativa para poder modificar las discrepancias sociales existentes, por consiguiente, los maestros en materias relacionadas con las TIC tendrán que tomar conciencia para actualizar los planes de estudio como lo plantea M^a Amor Pérez.

“...la necesidad de la alfabetización audiovisual es parte de la competencia comunicativa que hemos definido como mediática y que nos parece una finalidad indiscutible en los planteamientos para la enseñanza y aprendizaje de las lenguas y de la comunicación,

⁷⁵ *Ibidem.* p. 17

por lo que los docentes implicados en esos ámbitos tienen mucho que aportar, aunque no sea una tarea exclusiva de ellos.”⁷⁶

Lo más importante en la actualidad no es negar, rechazar de una manera globalifóbica el cambio social que las tecnologías han provocado, sino hacerle frente a la discrepancia de la sociedad en el acceso a los beneficios tecnológicos, y varios autores ya mencionados concuerdan con esta propuesta de alfabetización, de inversión en infraestructura tecnológica para así aumentar el porcentaje de la sociedad que entiende, comprende, administra y tiene acceso a esta realidad, como retomar la investigación de la Dra. Delia Covi.

“México ante la sociedad de la información y el conocimiento’ acepta la existencia de este tipo de sociedad, no porque constituya una realidad concreta y unívoca, sino porque ha sido impuesta por los discursos hegemónicos como un ideal de desarrollo, que orienta las acciones que planean y realizan los estados para alcanzar esa meta. En este contexto, más que negarla, nos parece fundamental delimitar las condiciones específicas en que la SIC se ha ido estableciendo tanto en el país como en otras naciones.”⁷⁷

De manera específica la Dra. Florence Toussaint, profesora de la Facultad de Ciencia Políticas y Sociales (FCPyS) de la UNAM, describe las necesidades actuales que la propia red genera, y que es primordial tomar en cuenta.

“La red requiere unas habilidades que van más allá de la simple posibilidad de leer y escribir. Hay desempeños técnicos, un nuevo lenguaje que no se adquiere fácilmente si no se tienen al menos las bases que proporciona el haber aprendido a pensar y a estudiar cosas nuevas.”⁷⁸

Este tipo de reflexiones y propuestas para la inversión en la tecnología han llegado hasta el ámbito político, desgraciadamente se actúa de manera lenta debido a las diferencias entre los partidos políticos y las prioridades de sus agendas legislativas. Existen propuestas, proyectos para apoyar a la educación en esta nueva

⁷⁶ M^a Amor Pérez Rodríguez, *op. cit.* pp.251-252.

⁷⁷ Delia Covi Druetta, *op. cit.* pp.18-19.

⁷⁸ Delia Covi Druetta, *Coord.; op. cit.* Florence Toussaint Alcaraz, “Los medios mexicanos en la red digital”, p.352.

sociedad, sin embargo, no se aplican de la manera correcta y terminan sólo por enseñar a las personas a acceder a la educación digital sólo para “chatear”, enviar correos e intercambiar mensaje, fotos y videos por medio de las redes sociales, así lo explica Javier Corral en su artículo Brecha digital y educación en México; “*se advierte, por expertos en la materia, un fracaso del programa Habilidades Digitales para Todos (HDT) de la SEP-SNTE, con el que se buscaba abatir estas brechas educativas y tecnológicas. Y el programa Vasconcelos 2.0 de la SCT, que se propuso la creación de clubes digitales en México, con la finalidad de incluir a la población en el uso de las nuevas tecnologías.*”⁷⁹

Por su parte, los medios mexicanos sufren su propia brecha digital, pues hay estaciones de radio, producciones televisivas con un contenido diferente y provechoso para el público, pero desafortunadamente no cuentan con el presupuesto adecuado para tener una mejor producción, difundirse con mejor calidad y competir con las grandes industrias de la televisión y la radio del país, por el contrario, éstas últimas han sabido aprovechar sus recursos, han modernizado y mejorado sus servicios informativos y de entretenimiento. Esto último resulta beneficioso dentro de lo que cabe, pues relevante es que exista la variedad de oferta en los medios audiovisuales, ya que el público al contar con más opciones en los contenidos puede ampliar su conocimiento y generar un criterio más amplio de su entorno, pues debido a la influencia de las tecnologías se “*denominan grupos ricos de la información, exigen contenidos más específicos que sólo las nuevas tecnologías pueden dar [...] los pobres se quedan con el bombardeo de las principales empresas.*”⁸⁰

Para avanzar en el abanico de opciones en cuestión de contenidos, tratamientos y producciones audiovisuales, los directivos de los medios han sabido ‘echar mano’ de las tecnologías de la información y comunicación, en un principio se le auguraba a Internet ser el medio más eficaz y prospero para la modernización de los medios.

⁷⁹ Javier Corral Jurado, *Brecha digital y educación en México*, [en línea], México, Diario de Chihuahua, Sección Mediatelecom y Desarrollo, Dirección URL: <http://www.mediatelecom.com.mx>, [consulta: 10 de marzo de 2012].

⁸⁰ Mauro Wolf, *Los efectos sociales de los media*. España, 1994, Paidós. p. 82.

“Un inteligente sistema integrado de información, comunicaciones y entretenimiento vía Internet, se perfila decisivamente para desarrollar en un futuro próximo, lo que hoy en día hacen por separado los medios de comunicación masiva convencionales.”⁸¹

Efectivamente las TIC tienen la flexibilidad para fusionar texto, video y audio, tienen la capacidad de conectar a los demás medios de comunicación en un solo vehículo de información, debido a esto surgen la prensa por Internet, los blogs, las redes sociales, los portales de videos y los sitios de cada empresa radiofónica y televisiva. “*La red digital vino a constituirse como una extensión de la industria informativa.*”⁸²

Cabe destacar la existencia de dos instituciones importantes sobre la tecnología en México; la Dirección General de Servicios de Computo Académico de la UNAM, y la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). La primera es una entidad universitaria que se encarga de estudiar y capacitar a los usuarios de la red mexicanos, se empeña en actualizar los conocimientos sobre las tecnologías de la información.

“Creemos en los estándares y la interoperabilidad de las tecnologías y sistemas en que se basa nuestra actividad. Impulsamos los usos de las tecnologías de la información que permiten más eficazmente la comunicación e interacción entre personas y organizaciones, así como entre sistemas [...] Nuestros cursos, diplomados, programas de becas, y nuestras colaboraciones interinstitucionales tienen como objeto la educación de las personas en tecnologías de información, en su uso óptimo, y en su integración a las tareas de las organizaciones modernas. Un diseño educativo optimizado se acompaña de una capacitación práctica continua, basada en las necesidades reales y actuales de todos los sectores.”⁸³

⁸¹ Alicia Ramírez Presburger, Octavio Islas, “Internet frente a los medios de comunicación masiva”, [en línea], México, *La revista electrónica en América Latina especializada en comunicación*, año 1, núm., 3 mayo-junio 1996, Dirección URL: www.razonypalabra.org.mx/antiores/n3/anio.html, [consulta: 21 de marzo de 2007].

⁸² Delia Covi Druetta, *Coord. op. cit.* Florence Toussaint Alcaraz, “Los medios mexicanos en la red digital”, p. 363.

⁸³ s/a, *La Dirección General de Servicios de Cómputo Académico de la UNAM*, [en línea], México, s/fechas de edición, Dirección URL: <http://www.dgsca.unam.mx> [consulta: 18 de abril de 2008].

Es importante contar con un apoyo como el que brinda esta entidad, la cual ayuda a integrar poco a poco al sector estudiantil y empresarial al uso óptimo, responsable y productivo de las nuevas tecnologías. Todo esto genera un cambio para los comunicólogos, para los estudiantes y egresados de ciencias de la comunicación, ya que deben actualizarse y saber resolver las necesidades de las nuevas propuestas.

Para concluir este inciso, la Asociación Mexicana de Internet, que integra a las empresas e instituciones que son influyentes en el uso y desarrollo de este medio, estudia la situación de la sociedad mexicana en relación al uso de las TIC, la AMIPCI publica un estudio de campo en su página web de la cual se obtienen los siguientes datos. Véase la tabla 2.2

Hogares con acceso a las TIC en México 2010	29 %
Número de usuarios de Internet en México 2010	34.9 millones
Computadoras con acceso a Internet, México 2010	48 %
Usuarios que se conectan en sitios públicos, México 2010	39 %
Usuarios de Internet en el Distrito Federal, México 2010	11.8 %
Del total de usuarios, el porcentaje que usa Internet sólo por las redes sociales, México 2010	61 %

Fig. 2.2 Tabla elaborada con base en los datos publicados en el 7mo. Estudio sobre hábitos de internáutas en México 2011. De la página de la AMIPICI.⁸⁴

⁸⁴ AMIPCI, *7mo. Estudio sobre hábitos de internáutas en México 2011*, [en línea], México, s/fecha de edición, Dirección URL: <http://www.amipci.org.mx/prensa/historico> [consulta: 20 de marzo de 2012].

La tabla refleja la creciente actividad del cibernauta en México, aunque cabe destacar que a pesar del lanzamiento del programa *Compuapoyo* del gobierno del Presidente Felipe Calderón a principios de 2012, en el cual se hizo una donación de computadoras a escuelas necesitadas, la mayor parte de los usuarios activos en Internet se concentra en las ciudades con más de cien mil habitantes, esto según el último estudio de la AMIPCI. Sin embargo, pocos son los usuarios de las TIC que las aprovechan para desarrollar su conocimiento y herramientas de trabajo, pues de acuerdo al estudio el 61% de los internáutas sólo usa Internet para acceder a las redes sociales, mandar mensajes y descargar música, videos y fotos. De manera que en México, fuera de los usuarios, las empresas privadas, universidades y medios de comunicación masiva son quienes se están volviendo más competitivos en estas tecnologías, de aplicar cada vez más las TIC a los medios tradicionales de comunicación, generando con esto nuevas modalidades de trabajo y por consiguiente más retos en la educación, como la situación que se aborda en el próximo capítulo, la transmisión simultanea de programas radiofónicos de noticias.

CAPÍTULO 3. La transmisión simultánea y su producción

En los últimos 10 años, la red se perfila como el medio de comunicación más eficiente e integrador de medios audiovisuales. Sin embargo, se ha dado un avance, una innovación dentro de la radio y la televisión informativos, pues a partir de la mitad de la década de los 90 se dio una fusión interesante de estos medios en el ámbito informativo. MVS Comunicaciones, empresa privada de radio y televisión fue la primera en transmitir el noticiario radiofónico *Para Empezar* conducido por Pedro Ferriz de Con, a través de un canal de televisión de la misma empresa. Posteriormente otras radiodifusoras siguieron el ejemplo, innovando en la forma de realizar la transmisión simultánea de algunos noticiarios.

Así se crea esta modalidad de la producción audiovisual: Transmisión simultánea, donde se produce un programa de radio y se transmite al mismo tiempo por un canal televisivo. Esta fusión surge gracias a la televisión vía satélite, vía televisión de paga, con el objetivo de que la programación de algunas estaciones de radio también lleguen al público por televisión.

3.1 Origen de la transmisión simultánea en México

En México pocas veces el gobierno impulsa proyectos relacionados con el avance tecnológico en los medios de comunicación, comúnmente es la iniciativa privada la que innova en recursos técnicos, administrativos, modos de producción, entre otras cuestiones.

Sobre el origen de la transmisión simultánea, es importante mencionar la escasez bibliográfica sobre el tema, pues sólo algunas tesis lo abordan de manera muy monográfica y en ocasiones pareciera que el objetivo es hacer publicidad de ciertas empresas o de la banda FM de radio. Sin embargo, dentro de este número limitado de investigaciones se pueden obtener datos duros en relación de la transmisión simultánea en México.

Los primeros indicios de esta fusión de medios, se dan con el noticiero 24 Horas conducido por Jacobo Zabludovsky, este programa se transmitía por el canal 2 de Televisa y siendo el estelar de la empresa, esto llevó a los directivos a tomar la iniciativa de transmitir el noticiario por la radio a través de la XEW y la XEQ. Cabe destacar que este caso fue al revés, el noticiario era producido para la televisión, y solamente se mandó el audio a las estaciones de radio mencionadas.

“...el primero en aparecer en México fue 24 Horas, un noticiario de Televisa producido para la televisión y que tenía como una salida extra la radio. [...] Muy pocos la seguían y, sin embargo, se continuaba transmitiendo dado que no representaba costo alguno para la empresa.”⁸⁵

Este primer intento de parte de Televisa no dio el resultado esperado, no representaba muchas ganancias para la empresa, no era algo innovador puesto que los radioescuchas no entendían en su mayoría el noticiario debido a que la manera de informar del conductor se basaba en la imagen vista por televisión, y no era descriptivo para los radioescuchas.

La televisión abierta en nuestro país tiene una trayectoria rica en sus inicios, sin embargo, a finales de la década de los 70 pequeñas empresas privadas que tenían alguna radiodifusora o productora en el interior de la república, y que contaban con tecnología para dedicarse a la postproducción de videos, ya sean musicales o de contenido empresarial, estas empresas comenzaron a entrar al ámbito de los medios de comunicación con una tecnología en producción y postproducción más avanzada.

El mejor ejemplo es el caso de la empresa MVS, quien en sus inicios se trataba de una estación de radio, poco después se creó MVS Telerey, compañía de producción televisiva, posteriormente con la llegada de las tecnologías MVS supo aprovecharlas y surgió MVS ADNET.

⁸⁵ Paola Rojas Hinojosa, Transmisión simultánea de un noticiario por radio y televisión *el caso Detrás de la Noticia*, Tesis de Licenciatura. México, UNAM/FCPyS, 2002, p. 75.

“MVS Radio fue fundada por Don Joaquín Vargas Gómez [...] siendo el 15 de abril de 1967, cuando en nuestro país, en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, apareció la primera estación de la FM...”⁸⁶

Tomando importancia por usar la reciente banda de FM por vez primera, MVS ha tenido una trayectoria relevante para el tema de esta investigación, pues al ser pionera de la frecuencia modulada en el país posteriormente creó sus instalaciones de producción y postproducción televisiva en la Ciudad de México.

“MVS Comunicaciones surge como una opción cuando la televisión abierta y la radio sufren una crisis de programación, era ya común encontrar entre el teleauditorio la frase “no hay nada en la televisión”, programas repetidos que ya habían probado su éxito, telenovelas siempre con la misma historia y noticiarios ‘vendidos’ provocaron que la gente, con poder adquisitivo, incursionara en otra televisión, naciente por cierto, la de paga o por cable.”⁸⁷

Los antecedentes de MVS Televisión se remontan, según datos del tesista citado García Sarubbi, al año de 1977 con el inicio de actividades de la empresa Telerey propiedad del empresario Joaquín Vargas Gómez. Telerey se dedicaba a la producción de programas de capacitación para otras empresas. Poco a poco las capacidades en cuestión de producción y postproducción de Telerey se hicieron notar, pues en los años 80 ya había realizado transmisiones en vivo de algunos eventos deportivos y de beneficencia pública como el sorteo de la Lotería Nacional.

“Al ver el éxito que tenía [...] con la experiencia de haber transmitido en vivo algunos programas y haber sido soporte en todo el mundo, Joaquín Vargas Gómez recibe en noviembre de 1988, la concesión para instalar, operar y explotar un sistema de servicio restringido de señales de televisión en la Ciudad de México y su Área Metropolitana: creando así MVS Multivisión.”⁸⁸

El paso estratégico de esta empresa fue usar a las TIC, pues con los satélites y el Internet logra hacer un servicio digital novedoso; televisión vía satélite, radio a

⁸⁶ Alberto García Sarubbi, MVS Comunicaciones: El reportero de radio y televisión para un mismo medio, Tesis de Licenciatura, México, UNAM/FCPyS, 1999, p. 42.

⁸⁷ *Ibidem.* p. 37.

⁸⁸ *Ibidem.* p. 40.

través de Internet, y es con esta tecnología que MVS experimenta la transmisión simultánea.

Con la intención de ampliar el servicio informativo de MVS, la compañía toma en cuenta la flexibilidad que tienen estas tecnologías para transmitir un programa por cualquiera de los tres medios de comunicación con los que contaba: la radio, la televisión y el Internet, y de esta manera es como surge la transmisión simultánea en México.

MVS comenzó a fijarse en sus programas con mayor audiencia para poder ofrecerlos a su sector televidente, y para el tema manejado en esta investigación el programa de importancia es el noticiario *Para Empezar* conducido por Pedro Ferriz de Con, ya más adelante también por Carmen Aristegui. De una forma simple se introdujeron cámaras a la cabina de radio y comenzó a transmitirse por la televisión a mediados de la década de los 90. Así, "*Pedro Ferriz inició transmisiones simultáneas en el mes de septiembre de 1995, mientras que Carmen Aristegui lo hizo en febrero de 1996.*"⁸⁹

A pesar de esto, la transmisión simultánea no era vista de una manera estratégica entre el buen servicio informativo y las ganancias que se podían obtener por medio de ella. Pero "*se llegó a la simultaneidad de manera casual, ampliando la señal a un segundo medio como resultado del éxito del primero.*"⁹⁰

Pasando ya la mitad de la década de los 90, y con el ejemplo de los noticiarios *24 Horas* y *Para Empezar*, otros noticiarios de importancia en la Ciudad de México comenzaron a invertir en equipo para su transmisión simultánea, uno de ellos fue *Monitor*, que actualmente ya no se encuentra al aire debido al termino de su contrato con Grupo Radio Centro. *Monitor* era conducido por el reconocido periodista José Gutiérrez Vivó.

Posteriormente, Grupo Radio Fórmula y W Radio, invirtieron en su infraestructura para contar con transmisiones simultáneas, aunque se destaca que estos últimos casos se han dado con una mejor planeación, previendo cada detalle como infraestructura de las cabinas de radio, el espacio para la producción y

⁸⁹ *Ibidem.* p. 45.

⁹⁰ Paola Rojas Hinojosa, *op. cit.* p. 76.

postproducción televisiva, los recursos humanos para contar con las imágenes necesarias, y con el aspecto administrativo en cuestión de publicidad.

Una cuestión importante para que las radiodifusoras puedan llevar a cabo este servicio, es el apoyo brindado por PCTV, Productora y Comercializadora de Televisión S.A. de C.V., una compañía dedicada a la distribución de señales televisivas por cable a lo largo de la República mexicana, esta empresa también hace negociaciones para importar material de televisoras extranjeras.

“PCTV agrupa desde hace diez años al 98 por ciento de los sistemas de cable de nuestro país y tiene la mayor oferta de televisión por cable en toda Latinoamérica con 36 canales que transmiten las 24 horas todos los días del año a más de 400 estados en toda la república mexicana. Esta agrupación tiene más de 1, 450, 000 suscriptores, lo que da una idea de su penetración e importancia.”⁹¹

Con estos datos, Paola Rojas nos da un claro ejemplo de la magnitud de PCTV para la distribución de señales de televisión. Esta compañía es la encargada de distribuir la señal de Grupo Radio Fórmula, en el interior del país.

Con la unión y el apoyo de los partícipes como; los empresarios, los conductores, las producciones, los patrocinadores, las empresas distribuidoras, la tecnología, es como surge y se mantiene el modo simultáneo de transmitir programas de radio por televisión, y de generar una manera novedosa de trabajar.

⁹¹ *Ibidem.* p. 54.

3.2 La transmisión simultánea y su aspecto jurídico

En México las leyes reguladoras de las TIC no se han actualizado del todo para abarcar el ámbito digital en la actualidad. Desde su aparición, las nuevas tecnologías fueron más importantes para los gobiernos que dejaron de lado las leyes para regularlas, a partir de la década de los 60 y 70, cuando las tecnologías digitales comenzaron a crecer, el discurso de los gobiernos y empresarios era: *“el nuevo modelo político económico promueve y fortalece la industria de la cultura y las telecomunicaciones, que se convierte en un sector sustantivo de las economías nacionales.”*⁹²

Así, a partir de la década de los 80, y con la masificación de Internet, se inició el fenómeno de la globalización. De manera que todos los ámbitos sociales y las políticas públicas comenzaron a llevarse a cabo de una manera global. Esta realidad no tardó en hacerse notar en los medios de comunicación, que son exponentes de esta nueva sociedad. Para delimitar dicho acontecimiento, se citará a la Dra. Florence Toussaint, quien hace referencia y delimita sobre la globalización de medios de comunicación masiva.

“Tanto los portales que han surgido como una extensión de los medios: prensa, radio, televisión, como aquellos que se han constituido como organizaciones independientes que ofrecen tanto a otras empresas como al gran público servicios y contenidos, operan en un contexto en el cual dominan aquellas que adoptan las pautas que marcan lo que ha sido denominado como la ‘globalización’.”⁹³

Los países con un modelo económico capitalista, se vieron obligados a usar e importar los avances tecnológicos que pocos países producen, cambiando con esto sus modos de producción, su administración y sus necesidades, pues los avances tecnológicos están en constante renovación y siempre habrá que actualizar el equipo de trabajo. Esta realidad en los países subdesarrollados ha dado pie a la

⁹² Delia Covi Druetta, *Coord; op. cit.* p. 29.

⁹³ Delia Covi Druetta, *Coord; op. cit.* Florence Toussaint Alcaraz, ‘Los medios mexicanos en la red digital’, p. 349.

brecha digital, que ya se ha abordado con anterioridad. Asimismo, la velocidad con que evoluciona la tecnología genera el crecimiento atrabancado de la SIC, pero no de sus políticas reguladoras de esta situación, por eso “*resulta preciso también una adecuada regulación de los medios electrónicos implementados en la actividad de las administraciones públicas por virtud de su interacción con los usuarios.*”⁹⁴

La situación de las empresas mediáticas ya no es la misma que la de hace 50 años, como ya se ha mencionado, se sumaron la tecnología satelital, la de cable, la digital y el Internet. En cambio, la política reguladora ha cambiado poco, en algunos casos resulta obsoleta para controlar las extensiones de los medios de comunicación.

“El creciente poderío de los medios puede comprenderse en gran medida a través del seguimiento de una espiral expansiva, anclada en un marco regulador sumamente deficiente desde los orígenes de la industria, que propició el incremento sostenido del poderío económico de sus beneficiarios.”⁹⁵

Como lo menciona Roberto Gutiérrez, el marco jurídico para la regulación de los medios de comunicación no contempló la capacidad expansiva que los medios llevan consigo. De esta manera algunas empresas de radio y televisión han tomado mayor peso en el país creando monopolios que implica tener más del 50 por ciento de espacio para la difusión de sus productos, como el caso de Televisa, empresa que maneja servicio en televisión, radio e Internet; o en su caso Grupo Salinas con Televisión Azteca y Proyecto 40. Por este motivo el resto de las empresas mediáticas hacen lo posible para invertir en su infraestructura y ampliar sus canales de emisión, por ejemplo, las radiodifusoras con recursos como MVS Radio, W Radio, Radio Formula; o el caso de Grupo Imagen Multimedia, que cuenta con el canal de televisión abierta Cadena 3, el periódico El Excélsior, y en radio cuenta con Imagen 90.5 FM y Reporte 98.5 FM.

⁹⁴ Aristeo García González, Los retos de la nueva administración pública en el ejercicio del derecho de acceso a la información. p.11 [en línea], México, 2011, Dirección URL: <http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/pdf> [consulta: 23 de marzo de 2012].

⁹⁵ Roberto Gutiérrez López, *Información y Democracia. Los medios de Comunicación Social y su influencia sobre la política. El caso de México*, s/lugar de edición, Pomares, 2005, p. 122.

Sin embargo, Grupo Fórmula, Televisa, entre otras, visualizaron la posibilidad de obtener más público, abarcar más territorio y duplicar sus ganancias por medio de la transmisión simultánea, ya que no es la misma publicidad que se pasa por la radio que la que se transmite por televisión.

“Este asunto de la transmisión simultánea fue experimental en un principio, a mediados de los noventa, pero ahora es una estrategia que ayuda a las ganancias de la empresa, lo que pasa es que se duplica la publicidad, por radio se venden los tiempos al aire y por televisión se pasan otros comerciales diferentes, entonces por los dos lados se cobra de manera diferente, esto ayuda mucho a las ganancias obtenidas por la publicidad, y con ello se pagan los pocos gastos para transmitir por televisión.”⁹⁶

Por su parte, la administración pública tuvo que ponerse al corriente como los medios privados en cuanto a las TIC, comenzó la digitalización de su información, para poder informar a los ciudadanos sobre sus derechos, sobre los servicios de cada dependencia de gobierno; en salud, seguridad, bienestar, economía, derecho, entre otros rubros. El principal reto de la administración pública actual es: *“no se trata de impedir el proceso electrónico de las informaciones personales sino de asegurar el uso democrático y el ejercicio social de la Tecnología de la Información y Comunicación.”⁹⁷*

Por ley, el gobierno mexicano debe asegurarse que los ciudadanos reciban la capacitación y los recursos que generen el conocimiento para acceder a las tecnologías de la información como se menciona en el artículo 73 de la Constitución Mexicana. Aunque en los últimos sexenios, los presidentes de México sólo han impulsado programas de ayuda, en los cuales la mayoría de las veces, sólo se dona equipo de computo pero no se invierte en la educación de los docentes para que impartan de manera adecuada la educación en las nuevas tecnologías; y

⁹⁶ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde 103.3 FM, 970am el lunes 11 de junio de 2007.

⁹⁷ Aristeo García González, Los retos de la nueva administración pública en el ejercicio del derecho de acceso a la información. p. 5 [en línea], México, 2011, Dirección URL: <http://biblio.juridicas.unam.mx/revista/pdf> [consulta: 23 de marzo de 2012].

principalmente, la realidad económica de México no permite que las familias con bajos recursos tengan acceso a televisión de paga, e Internet. Es por eso que algunos candidatos a cargos públicos hablan de que México no entiendo a tiempo que debía invertir en la sociedad del conocimiento, por lo que ahora, es importante que el acceso a Internet y banda ancha sea visto como un derecho social del siglo XXI, de acuerdo al político del partido Nueva Alianza Gabriel Quadri.

Sin embargo, la realidad es otra y debido a los políticos, en específico los legisladores y senadores, esto al no permitir que la competencia justa entre medios de comunicación. En varias ocasiones se frenaron modificaciones a la Ley Federal de Telecomunicaciones y a la Ley Federal de Radio y Televisión; en 1980 se quiso actualizar las leyes pero no se tuvo éxito. Para 1997, el Congreso de México propuso una Ley de Comunicación social, que no fue aprobada. Sin embargo con el aumento de las Tecnologías de la información, en 2004, durante el gobierno del Presidente Vicente Fox, se realizaron foros y consultas para actualizar la regulación de las telecomunicaciones y concesiones para radio y televisión. Pues *“el viejo concepto del espectro radial o televisivo ya no corresponde hoy con la convergencia tecnológica de redes que brindan servicios por un único medio: Internet, televisión y telefonía, etc. que están al alcance de un usuario de manera simultánea.”*⁹⁸ El proyecto de modificación planteaba que la radio y la televisión tenían prioridad como medios de comunicación, información y expresión, pero también se abarcaba el impulso a las nuevas tecnologías. Se buscaba evitar los monopolios con la desaparición de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, COFETEL, y de la Comisión Federal de Competencia, COFECO, esto para dar pie a la creación de un Consejo Nacional de Telecomunicaciones. Sin embargo, luego de foros, mesas de propuestas, etc. de manera inusual los legisladores mexicanos aprobaron leyes que siguen beneficiando al monopolio televisivo, como la llamada *Ley Televisa*.

La *Ley Televisa* se le llamó a una serie de reformas a las leyes federales de Telecomunicaciones y Radio y Televisión, aprobadas por la Cámara de diputados el 1 de diciembre de 2005, y que ratificó el Senado el 21 de marzo de 2006. Éstas

⁹⁸ Felipe Gaytán Alcalá. La ley Televisa de México. [en línea], México Dirección URL: <http://www.monografias.com/trabajos908/> [consulta: 20 de abril de 2012].

favorecían a las principales empresas de radiodifusión para que pudieran usar más bandas de radiodifusión de manera casi gratuita, pues las concesiones extras se darían desde ese momento con base en las necesidades y recursos de dichas empresas, y “*a los medios de carácter estatal o social se les marginaba al no reconocer sus necesidades y condiciones específicas, así como al impedirles que pudieran aprovechar sus frecuencias de radiodifusión para conducir otros servicios en telecomunicaciones.*”⁹⁹

De hecho se habla de que leyes similares como la *Ley Televisa* siguen en pie, como la que busca que los medios de comunicaciones no sigan las normativas del Instituto Federal Electoral conforme a los spots de campaña de los candidatos a la Presidencia de la República y otros cargos en la administración pública, como “*la propuesta de reforma que los liberaría de la obligación de transmitir en todas sus repetidoras los spots contratados por el IFE y les abría la posibilidad de comercializarlos, no está desechado.*”¹⁰⁰

Para ilustrar mejor esta influencia que suelen tener los *mass media* en las Cámaras de Diputados y de Senadores, como en los foros y sesiones donde se discuten modificaciones a las leyes, se cita lo siguiente.

“Los medios de comunicación han impulsado su dinámica expansiva en dos premisas fundamentales: la centralidad de su carácter mercantil, con todo lo que ello implica en cuanto a su manejo como empresa, y su adaptación constante a los requerimientos que desde su perspectiva se desprenden de las características del entorno sociopolítico en el que actúan.”¹⁰¹

Esta expansión de los medios que menciona Roberto Gutiérrez se ha dado en diversos países, pero en México las políticas no están actualizadas para regularizar estos medios y ahora el Internet; y aunque poco a poco se vayan haciendo propuestas por parte de los funcionarios públicos, la característica globalizadora de los *mass media* está ya consolidada.

⁹⁹ Óscar Antonio Jiménez Morales, *La ley Televisa*. [en línea], México 2012, Dirección URL: <http://www.eumed.net/tesis/2012/oajm/> [consulta: 28 de abril de 2012].

¹⁰⁰ Desusa Cervantes, *La “Ley Televisa II” sigue viva*. [en línea], México 2012, Dirección URL: <http://hemeroteca.proceso.com.mx> [consulta: 29 de abril de 2012].

¹⁰¹ Roberto Gutiérrez López, *op. cit.* p. 123.

“En casi todos los países los cambios introducidos al marco legal han sido difíciles y controvertidos debido a que se trata de modificar una base jurídica que en ocasiones es añeja e incomparable con el proceso de desarrollo tecnológico actual y su marco político-económico.”¹⁰²

A pesar de la dificultad para lograr actualizar las políticas en cuestión de medios, es importante decir que es una necesidad urgente en la sociedad de la información y el conocimiento. Esta urgencia se debe a las características que los medios han adquirido en los últimos 15 años con la globalización, pues se han venido convirtiendo en escuelas de todo tipo, culturales, de moda, de comportamiento social, de entretenimiento, de información, de criterios, entre otros. Esta influencia social no puede pasar de largo, el Dr. Raúl Trejo Delarbre, investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) menciona lo importante que esto.

“Legislar para los medios de comunicación significa reconocer la enorme e insoslayable importancia que han alcanzado en la vida pública contemporánea. En todo el mundo hay reglas para el desempeño de los medios. Se les considera, en los marcos jurídicos, como industrias con funciones específicas en la economía, como actores de la vida pública con influencia y responsabilidades peculiares y como espacios en la creación y difuminación de consensos políticos.”¹⁰³

Precisamente, los medios de comunicación influyen de manera importante en casi todos los ámbitos de un país y sociedad, desde el aspecto económico y político, como el social, generando modos de conducta y pensamiento crítico, dependiendo de los contenidos. Así, en el siguiente inciso se abordará la función social de la transmisión simultánea, y si representa una ventaja para el público.

¹⁰² Delia Covi Druetta, *coord., op. cit.* p. 28.

¹⁰³ Raúl Trejo Delarbre, “Legislar para los medios”, [en línea], México, Revista digital Nexos, s/fecha de edición, Dirección URL: www.nexos.com.mx/articulos. [consulta: 17 de abril de 2007].

3.3 La transmisión simultánea y su labor social

Ya habiendo conocido el origen de la transmisión simultánea y la influencia de las nuevas tecnologías, este inciso será un espacio para reconocer el aspecto social que la tecnología en los medios de comunicación puede traer consigo, para eso se ha entrevistado a varios productores de radio y televisión, quienes en su trabajo diario han convivido, conocido y visto de cerca el comportamiento de este contexto tecnológico.

Si bien es cierto que el manejo de los medios y sus recursos tecnológicos siguen siendo dirigidos por empresarios, inversionistas, entre otros, el servicio que dan los medios de comunicación se han extendido por todo el país, por regiones donde nunca se había contado con servicio de radio, televisión de paga, o Internet, y esto sólo se logró por la inversión en tecnología. No obstante, existen aún comunidades con un nivel muy bajo de recursos como para contar con aparatos receptores, esto se menciona con el fin de no generalizar el alcance tecnológico en el interior de la República mexicana.

Como se ha explicado anteriormente, los dueños de los *mass media*, han sabido invertir en recursos tecnológicos, en los últimos 10 años, la fusión de medios ha sido conveniente para que las empresas mediáticas ofrezcan un servicio a un sector más amplio de la población.

Sin embargo, ¿qué gana el público?, ¿tiene algún interés social la transmisión simultánea?

Conforme a la Ley Federal de Radio y Televisión, algunos artículos como el 4º. 5º. Y 6º. se refieren a las emisiones de radio y televisión como acciones de interés público, por lo tanto las transmisiones de dichos medios deben tener, en cierto nivel, un interés para el bien social.

“Artículo 4º.- La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.”

“Artículo 5º.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II.- Evitar influencias nocivas y perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana;

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.”

“Artículo 6º.- En relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.”

Parecería que algunas líneas de los artículos citados son obsoletas puesto que hay más libertad para expresarse en los medios en la actualidad, y hacer uso de un lenguaje más coloquial que en los inicios de la radio. No obstante, lineamientos como promover el bien social, cultural y de integración nacional se siguen de cerca por instancias gubernamentales con el fin de que los medios y los contenidos en su programación cumplan con estas acciones.

En el caso de los noticieros, su bien social es el de informar a la población de los acontecimientos relevantes ocurridos en cada aspecto, social, político, económico, internacional, de salud, tecnológico, entre otros, y con la transmisión simultánea la información encuentra más vehículos para llegar a un nivel más alto de receptores, cumpliendo así la integración nacional por medio de la información, y orientación social. Por ello *“los media pueden construir las definiciones sociales*

de los contextos de significados más amplios que enmarcan el plano de la experiencia en el ámbito de la vida cotidiana.”¹⁰⁴

Entrevistando a algunos productores de programas noticiosos de radio y televisión se pudo confirmar algunas situaciones provechosas de la transmisión simultánea.

“Es aprovechar la inversión que hacen en su gente, en su equipo, en sus instalaciones, es aprovecharla y al parecer, hasta donde tengo entendido por lo que es Tele Fórmula, con buenos resultados. Sin duda son herramientas que nos hacen llegar más lejos, este es un resultado con ventaja social.”¹⁰⁵

Con base en el testimonio del periodista **Ciro Gómez Leyva**, se puede adelantar que los beneficios son notables tanto en el ámbito laboral de los medios como en el público que cuenta con el servicio, esto se puede reafirmar con lo dicho por el productor **Ricardo Muñoz**.

“...eso de la transmisión de radio por tele son canales para oírse, es para cuando uno va en el coche y se está interesado con una entrevista, llegas a tu casa y le pones en el canal para ver en qué acaba. [...] de manera que como te decía, sirve como herramienta para llegar a lugares donde antes no llegabas.”¹⁰⁶

Se puede observar que los testimonios citados resaltan la capacidad de cobertura con que cuentan los programas, es cierto que resulta ventajoso ser escuchados y vistos en la mayoría de los estados mexicanos, como lo menciona **Manuel Feregrino**.

¹⁰⁴ Mauro Wolf, *op. cit.* p. 114

¹⁰⁵ Entrevista con el periodista **Ciro Gómez Leyva**, conductor de *Fórmula de la Tarde*, 103.3 FM, 970am y Canal 702 de Cablevisión, el miércoles 20 de junio de 2007.

¹⁰⁶ Entrevista con **Ricardo Muñoz**, productor del noticiero radiofónico de **José Cárdenas**, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

“La cadena nacional de Radio Fórmula es muy impresionante porque tiene capacidad para llegar a todos los estados de la República mexicana, y en algunos llegar doble, uno por radio y otro por televisión, de manera que va dirigido a dos auditorios distintos.”¹⁰⁷

Contar con una cobertura así, resulta benéfico para la gente que ve cubierta una demanda con más opciones en servicios informativos, es decir, contar con una variedad más amplia de programas que pueden ofrecer un punto de vista distinto; un análisis político-social, o en otro ámbito, los cuales enriquecen el criterio e información del auditorio. Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la tarde se refiere a esto:

“Yo creo que es un beneficio el tener, aunque sea en espacios cerrados como es televisión por cable por donde salimos nosotros, siempre es una ventaja tener otros espacios, que la audiencia tenga la posibilidad de decir: ‘Le paso al 176 de cablevisión digital y puedo ver a Ciro Gómez Leyva en televisión’. Yo creo que eso es un beneficio.”¹⁰⁸

Con lo anterior se puede hablar de un beneficio, el cual consiste en lo siguiente: al invertir en tecnología los dueños de los medios de comunicación, aunque sea medios cerrados o de paga, generan más empleos para los comunicólogos, quienes trabajan en conjunto con dichas producciones simultáneas, se emplean a técnicos e ingenieros para mantener en estado óptimo el equipo, crece el equipo de trabajo de un noticiario con esta modalidad para poder satisfacer de imágenes, información y publicidad, que necesitan la radio y la televisión. Indudablemente la oferta de servicio crece por parte de la empresa, de esta manera el público se beneficiará con la variedad en programación que se ofrece.

¹⁰⁷ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹⁰⁸ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el Jueves 26 de abril de 2007.

Lo más ventajoso para el público son los contenidos, los cuales son más sustanciosos que los tratados en medios abiertos, tienen más calidad en contenido y análisis.

No obstante, es un desacierto que el mejor contenido se dé por medios privados que por los abiertos, pues estos últimos son con los que cuenta la mayor parte de la población en nuestro país, y aunque las políticas públicas estén discutiendo la opción de abrir estos espacios, es ya una ganancia que en la mayor parte de la república mexicana se cuente con este abanico de programas con mayor calidad para el público televidente y radio escucha.

3.4 La transmisión simultánea: sus efectos en la producción actual

Se ha comprendido en los capítulos anteriores las modificaciones que han tenido los medios de comunicación debido a la evolución de las tecnologías, en el caso específico: la transmisión simultánea. En el segundo capítulo se abordaron los antecedentes, las teorías que han ido explicando el comportamiento de la sociedad de la información hasta la actualidad. No obstante, para delimitar el amplio contexto social de los cambios tecnológicos, en este tercer capítulo se expondrá la producción de la transmisión simultánea en los medios de comunicación masiva en la ciudad de México, sus innovaciones y cambios en la estructura laboral de los comunicólogos.

“A la transmisión simultánea la entiendo como la transmisión de un mismo producto electrónico a través de dos vías, que para nosotros, son la radio y la televisión tratando de respetar siempre y privilegiar las virtudes y características de la radio, y aprovechar que las cámaras no nos exigen demasiado, son cámaras fijas con un equipo de producción reducido.”¹⁰⁹

De acuerdo con el productor Manuel Feregrino, la transmisión simultánea es el acto de transmitir un mismo producto por radio y televisión, teniendo prioridad por la radio. Por lo general dicha transmisión se lleva a cabo en empresas radiofónicas como; W Radio, MVS Comunicaciones, Radio Fórmula, entre otras. Es necesario destacar que esta modalidad ha cambiado la forma de producir un programa radiofónico.

Los cambios en las producciones son notables, aunque depende mucho del productor, pues él es quien otorga importancia a esas modificaciones. Para tener un panorama actual en este sentido y teniendo en cuenta la falta de bibliografía

¹⁰⁹ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el viernes 7 de diciembre de 2007.

sobre esta situación, se hicieron entrevistas a varios productores de radio y televisión que trabajan con esta forma de producción.

3.4.1 Hablan los partícipes

Cuando se menciona que el productor es quien da la importancia a los cambios en la manera de producir, esto se basa en los testimonios obtenidos en las entrevistas, hay productores preocupados por dar un buen servicio informativo en ambos medios, enfrentan esa situación, se unen los dos equipos de producción y es necesario un productor para la televisión. Sin embargo, hay productores de radio que no se preocupan por el área de tele, un caso específico es el de Ricardo Muñoz, productor del noticiario de José (Pepe) Cárdenas en Radio Fórmula, él opina lo siguiente:

“No debemos de perder de vista que somos un programa de radio pasado por tele, entonces no tiene que cambiar mucho porque sigue siendo nuestra prioridad la radio, aquel que nos escucha en su coche, nosotros no tratamos de hacer tele.”¹¹⁰

Como lo comenta Ricardo, los productores de los noticiarios radiofónicos han dejado en claro el deseo de conservar la esencia de radio en sus programas, no obstante la mayoría se ha preparado, han tomado en cuenta la integración de su programa a la televisión como en el caso de Fórmula de la Tarde y su productor Manuel Feregrino, quien dice:

“Lo que hicimos fue la revisión de la pauta cuando se incorpora la televisión, fue tratar de jerarquizar, de pensar como un programa de

¹¹⁰ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

tele y verlo de forma global, es decir, de tres y media a cuatro vamos a tener regularmente las noticias más frescas.”¹¹¹

Independientemente de la importancia que los productores otorguen a la nueva modalidad, los cambios se han dado, y dichas modificaciones se aplican a la producción radiofónica, ya que al unirse la producción televisiva, ésta sólo puede dedicarse al ‘*vestido del programa*’, es decir a la imagen del noticiero, por lo tanto, la estructura de radio se modifica para darle participación, elementos y espacio a la televisión, tal y como lo comentan los productores en sus testimonios anteriormente citados. En un principio, mientras los productores revisaban, modificaban sus escaletas y guiones, la empresa radiofónica inició los cambios técnicos.

“Los estudios tuvieron una inicial escenografía bastante mala, debo decirlo, la corrigieron antes de seis ocho meses, cambiaron totalmente, y las escenografías que tenemos, tampoco son maravillosas, pero son bastante mejores a las que teníamos, se adaptaron de mejor manera los estudios, más amplios porque las cabinas de radio, aquí en avenida Universidad son muy amplias pero en Polanco eran absolutamente pequeñas, nada más cabía la mesa dos personas, tres personas y se acabó y estabas ahogándote de calor. Entonces aquí eran los antiguos estudios de Orfeón donde se grababa música, eso te permite tener estudios de ocho, diez metros de profundidad por unos seis metros de ancho, así aprovechamos mejor, estamos más amplios, más separados, tenemos una mesa más grande, tenemos más lugar para trabajar, nos permite tener la computadora y todo eso va vistiendo curiosamente la televisión, todo lo que vas utilizando para radio lo va vistiendo.”¹¹²

¹¹¹ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹¹² Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

Los cambios básicos habían quedado resueltos con el tratamiento de la bitácora y el montaje de las escenografías dentro de las cabinas de radio, pero lo más importante y complicado fue cuando la producción televisiva comenzó a trabajar junto con la producción radiofónica. Se presentó un cambio muy grande cuando los productores de radio y televisión iniciaron sus labores conjuntas.

“Ciro me dijo: ponte de acuerdo con el productor, que en su momento no existía, me refiero al productor interno de Tele Fórmula. Ponte de acuerdo pues con la gente de Tele Fórmula, con los productores, con los asistentes para que vayan ilustrando un poco la imagen. Sí era un poquito complicado porque eran chavos los que fundamentalmente se habían preparado aquí mismo en las instalaciones de Tele Fórmula, la cual al ser una empresa naciente la verdad es que no les daba mayores elementos para competir, para solucionar problemas más que otra cosa, entonces cuando tú llegabas con tu lista de cosas al cinco para las cuatro, como es en todos los medios de comunicación al cinco para la hora, pues resulta que a veces daban las cuatro y media y simple y sencillamente no había nada de imagen.”¹¹³

En la experiencia que el productor Manuel Feregrino comparte, se puede notar la ausencia del productor de televisión, de hecho aclara que al principio no estaba dicha persona. Sin embargo, al nombrar a Juan Manuel Arozamena productor del área de televisión en Fórmula de la Tarde los obstáculos comenzaron a librarse poco a poco, él comenzó a resolver las necesidades que se requerían.

“Es un poco difícil el haber entrado aquí porque no tenemos los recursos de una televisora grande, aquí lo único bueno es por ejemplo, las notas internacionales si tengo con que ilustrar el día porque nos llegan imágenes por medio de agencias Reuters, APTN, tenemos varias. Pero las imágenes de lo nuestro, de aquí de México,

¹¹³ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

si es un poco más difícil sin embargo como te dije pues es más fácil el tema con Ciro porque es un programa de análisis, por supuesto que se tuvo que pensar en una cortinilla, en un vestido de pantalla, como le llamamos aquí, para ilustrar la entrada y salida del programa.”¹¹⁴

Al contar con un productor que se hiciera cargo de la imagen, el productor de radio se enfoca a la información que se abordará, no obstante, comenzaron a trabajar en conjunto. Conforme la marcha ambos tendrán que resolver cualquier problema, mismo que ayudará a la adaptación en este modo de producir. Sin embargo, la existencia de un cambio pequeño pero muy constante, se da en el momento que el conductor, comentaristas, en su caso el productor, entre otras personas, tengan en cuenta que están siendo observados por miles de televidentes y que han dejado de ser sólo locutores de radio.

“Es profundamente incomodo al principio negociar con las cámaras, adentro no hay camarógrafos, no hay personas, no hay hombres, no hay mujeres que estén moviendo las cámaras, son robóticas, son fijas. Los muchachos llegan antes del programa o los cortes y las acomodan o las redirigen como ellos estén pensando sus tiros, lo más incomodo es eso, acordarte que estás conviviendo con cámaras, que puedes adoptar de repente posiciones de descanso prolongadas, y no se te puede olvidar que hay una cámara que te está vigilando independientemente de lo que tu estás haciendo; haciendo una pregunta a algún entrevistado, haciendo un análisis sobre algún tema, estás leyendo un cable, es importante siempre que recuerdes porque es algo que a mi en lo personal me dicen mucho, quienes me llegan a ver me dicen: es que tu no volteas a la cámara, y me lo dicen constantemente. No sabes en que momento estás al aire y en que no, esa fue otra discusión hasta que por fin prendieron los famosos foquitos rojos, para que tu pudieras ver, así, ese detallito nos ayudó

¹¹⁴ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el Jueves 26 de abril de 2007.

muchísimo, entonces ves el foco que está prendido entonces le haces caso a la cámara, el foco se apaga y eres libre de hacer lo que quieras.”¹¹⁵

Estos han sido las principales modificaciones y obstáculos por los que han pasado los productores junto con sus respectivos equipos de producción. Para ejemplificar y aplicar estas situaciones de un nuevo ambiente laboral en los medios de comunicación masiva a causa de las tecnologías, en el siguiente inciso se describirá el proceso de producción y emisión de un programa con esta nueva forma de trabajar.

¹¹⁵ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

3.5 Cómo se produce en la transmisión simultánea

Tomando en cuenta los testimonios de los entrevistados, surge la polémica entre si es necesario ambos productores para llevar a cabo la emisión del programa o sólo uno puede hacerse cargo de todo, y por consiguiente, cuál de las dos situaciones es más ventajosa. Para comprender lo anterior, se describirá el proceso de producción de un programa noticioso en transmisión simultánea con uno y dos productores.

En primer lugar, el equipo de redacción hace los preparativos de la preproducción, mandará a sus reporteros a determinadas fuentes para cubrir las notas del día y lo que vaya saliendo. El jefe de información junto con el productor hacen la escaleta con el contenido del programa, con base en la bitácora se solicita a los editores, tanto de audio para de radio, como de imagen para televisión, preparen el material para la emisión. Véase la Fig. 3.1

“Yo lo que hago es una lista de lo que va a tratar el noticiero, normalmente son cuatro puntos, no hay más temas, no son exagerados los temas que vamos a tratar, normalmente si tu escuchas o ves un noticiero son cuatro temas, cinco temas, no son 10 ni 15, sobre de eso hago una lista de imágenes.”¹¹⁶

Al ir formando la escaleta del programa, el productor irá informando de manera constante al conductor sobre los temas a tratar. Los editores para radio, editan el audio y efectos para las notas, se preparará el audio de las cortinillas que el programa pueda tener, las básicas son la de entrada y salida del aire. Véase la Fig. 3.1

“La bitácora se va trabajando de la siguiente forma; durante toda la mañana, hay una revisión de propuestas que se forman a través de la revisión de periódicos, del monitoreo de radio, del monitoreo de

¹¹⁶ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

*televisión, pero la verdad es que la televisión no ayuda mucho porque son resúmenes del día anterior. La radio cumple hasta ahorita un paso adelante de la televisión en ese sentido, es mucho más fácil que vayan tocando notas en la radio, entonces es el monitoreo de radio, es la revisión de periódicos, es la lectura viable del Internet, el Internet tienes que estarlo modificando literal, tienes que estar checando las páginas de periódicos mexicanos: El Reforma, El Universal, Crónica, Notimex, El Excelsior, Milenio, la que quieras, entre más monitorees más informado vas a estar. Al filo del mediodía hay un corte de caja y una charla con **Ciro Gómez Leyva**, una charla telefónica, y entonces ahí le planteó los dos, los tres, los cinco, los diez o los quince temas que haya podido captar, que yo considero son temas del día o van a ser temas del día, te estoy hablando de que yo también tengo que estarme enterando no nada más de lo que está pasando y de lo que pasó sino de lo que viene a medio día, de lo que viene por la tarde, de la continuación del pleito, etc. para poder dar un panorama en general y decirle para las cuatro de la tarde la cosa va estar así.”¹¹⁷*

Se puede confirmar estos comentarios con la siguiente bitácora, la cual se escaneó, y es original de **Fórmula de la Tarde** para poder ejemplificar los testimonios, de manera que al ser original vienen los apuntes, taches y observaciones del productor. Véase la Fig. 3.1

¹¹⁷ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de **Fórmula de la Tarde**, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

Bitácora Fórmula de la Tarde
Con Ciro Gómez Leyva

Viernes 07 de diciembre del 2007

Co Conductor: Patricia Sotelo
Programa: 1759

15:30 Inicio de programa
15:32 Saludos y comentarios...
15:38 Actualización informativa en la mesa

15:42 Corte Comercial
15:46 Comentarios en la mesa
15:47 Colaboración de **Roberta Garza**, Directora de Milenio de Monterrey... Tema: Mañana termina el Forum Universal de las Culturas...

15:56 Corte Comercial
16:00 Inicio en Tele Fórmula. Saludos, comentarios. Resumen
16:05 Colaboración de **Raúl Trejo**. Balance sobre la reforma electoral y el COFIPE y la discusión del PRD sobre unir al Frente Amplio progresista...

16:42 Corte Comercial
16:17 Comentarios en la mesa
16:18 Entrevista a **Gabriel Cuevas**, Jefa Delegación en Miguel Hidalgo... Tema: Respuesta a Joel Ortega, Secretario de Seguridad Pública de la Ciudad de México sobre los recursos para salarios a policías...

16:26 Corte Comercial
16:31 Entrevista a **Armando Quintero**, Secretario de Transporte y Vialidad del Gobierno de la Ciudad de México... Tema: A partir del 2 de enero comenzara la sustitución de tarjetas de circulación en el DF... Enlace en la oficina de Ileana Martínez

16:42 Corte Comercial
16:46 En el estudio. Colaboración de **Enrique Burak**
16:53 Enlace a la redacción con **Roberto Velázquez** y **Roberto López**
16:56 Salida del programa

Tele Fórmula:
KENIA LÓPEZ-Diputada ALDF- (Luz verde a iniciativa de manifestaciones públicas del DF). "En vista que la iniciativa popular para crear la ley de manifestaciones públicas no se contraponen con lo establecido en la fracción cuarta del artículo 46 del estatuto de gobierno, ni con el artículo 35 de la ley de participación ciudadana, la comisión determina que no hay impedimento para que la iniciativa popular sea materia de estudio"
SALVADOR VEGA CASILLAS- Secretario de la Función Pública. (No habrá carpetazo en el caso Fox). "De ninguna se pretende dar carpetazo a nada. La instrucción del presidente Calderón ha sido muy clara, cumplir con la ley y ayudar en todo lo posible en las investigaciones. Nos estamos sujetando a cumplir con la ley, pero también quiero evitar cuidadosamente hacer un linchamiento de nadie, queremos cumplir con la ley sin hacer escarnio de alguien que todavía tiene, además, métodos de defensa".
GERMÁN MARTÍNEZ CAZARES-Próximo presidente nacional del PAN. (Planteó cinco ejes estratégicos). 1).-Una coordinación responsable y respetuosa con los gobiernos panistas. 2).- Una cercanía con la sociedad y la promoción de la participación ciudadana. 3).- renovación de los cuadros, dirigentes desde una apuesta firme por un diálogo generacional, una apuesta por los jóvenes. 4).- Reestructurar la acción electoral del partido a partir de mayor coordinación, mejor información, más apertura a la ciudadanía y con candidatos honestos e íntegros. 5).- Organizar al partido de manera eficiente, dinámica y sobre todo sin conflictos".
FELIPE CALDERÓN "El encono y la semilla de animadversión en algunos casos hasta de odio y discriminación se está sembrando ya no solo en contra de los migrantes, sino a veces en contra de los mexicanos en general. El peor error que podemos cometer tanto Estados Unidos como México es hacer sentir a nuestros respectivos pueblos que el pueblo de la otra nación es el enemigo".

Handwritten notes:
Guillermo Rosendo
Mesa de discusión de Participación Ciudadana
Comunidad Político
CCE
CONSEJO IFE
PAN
Viernes 07 de diciembre del 2007
LOPEZ GUSTAVO
Audio JOEL ORTEGA 1:30
961
AUDIOS

Fig. 3.1 Bitácora de una transmisión de Fórmula de la Tarde realizada por el productor Manuel Feregrino, 7 de diciembre, 2007

Aunque se tiene presente a la televisión, el medio imperante es la radio, cuando el productor de radio es quien se encarga de atender también la producción televisiva, se preocupa más por su medio original que en cuestión de imágenes, de esta manera la guía para el programa de radio queda con la misma espontaneidad de la noticia que el programa maneja.

“Entonces lo que hago es adornar un programa que puede ir cambiando minuto a minuto sin ningún problema, con una llamada telefónica te puedes enlazar a donde tú quieras, y llevar la información que tú quieras. Entonces en base en eso, en el noticiero siempre hemos tratado de hacer de una forma, si con una base, si con un scrip pero siempre más en la improvisación al sentido de la nota, en el momento de dar una información se nos ocurre hacer una entrevista se marca en ese momento aunque no lo hayamos contemplado.”¹¹⁸

La diferencia en esta modalidad la pone el productor de radio, pues en caso de trabajar con un productor de televisión busca la manera de estar en contacto con él para enterarlo del contenido de la escaleta, la cual se ha formado pensando también en la imagen que la televisión va a requerir.

“Definitivamente yo tengo que hablar con Manuel Feregrino sobre todo cuando tenemos algo en especial, algo que es muy especial, él me habla o nos hablamos temprano en la mañana y nos ponemos de acuerdo, me dice “oye necesitamos el spot que salió anoche en contra del aborto o a favor del aborto”, entonces ya se solicita, se ve la manera de conseguirlo, lo que te dijo, siempre hay que tener esa capacidad y la creatividad de con quién se consiguen las cosas porque no siempre tienes una cámara en donde pasan las cosas,

¹¹⁸ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

entonces hay que ver, buscar quién tiene la imagen y ver qué puedes hacer para tenerla en tu programa.”¹¹⁹

En contraste, el productor encargado de radio y la televisión necesita terminar la bitácora y posteriormente solicitar las imágenes correspondientes para ilustrar el contenido de la emisión. Cabe resaltar que se lleva más tiempo en realizar ese proceso que trabajando en conjunto con alguien más.

“Tenemos un lista de veinte imágenes y de personajes, de eventos donde se saca y se lleva a la cabina, y hago una especie de, decimos mapa del noticiero donde el primer bloque es el aborto, el segundo bloque es de basura, el tercer bloque es de delincuencia y así sucesivamente.”¹²⁰

Cuando existen dos productores, el de radio se preocupa de los contenidos en el programa, de localizar a los posibles entrevistados, reporteros o figuras públicas involucrados en las noticias más relevantes del día, ya que esto complementará la coyuntura del programa y lo enriquecerá. Mientras tanto, el productor de televisión se encarga de vestir el programa, es decir tener la imagen necesaria, logrando así una amalgama sólida para llevar a cabo la emisión del día y atender todas las necesidades que surjan.

“Yo ya sé una hora, una hora y media antes cuales son los temas que vamos a llevar y qué es lo que tengo que ilustrar, entonces por allí ya tengo una idea de qué imágenes necesito y qué es lo que tengo que hacer, entonces vengo a la videoteca, pido esas imágenes, o solicito alguna edición de repente, qué necesito hacer algo específicamente sobre algún tema que quieran llevar con más

¹¹⁹ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el Jueves 26 de abril de 2007.

¹²⁰ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

*profundidad pues ya solicito específicamente ciertas imágenes, sino con que tenga las imágenes del tema con eso nos vamos.*¹²¹

Al comenzar la transmisión el productor que trabaja solo está al pendiente de los contenidos de su programa y en sus respectivas imágenes, sin embargo, al surgir un cambio o presentarse una nota en el momento, el productor debe estar al pendiente de lo que se requiera; un enlace telefónico, una entrevista, pero no debe perder de vista que el cambio también conlleva una imagen, por lo que deberá solicitarla para poder cubrir las necesidades en la transmisión por televisión, esto genera distracción a lo que en radio se está haciendo. Por el contrario, al haber dos productores la responsabilidad se divide y cada uno atiende a su medio para no dar un servicio informativo atrabancado o austero.

“Juan Manuel Arozamena llegará a las tres de la tarde, ya muy próximo el inicio del programa, a esa hora se le informa los temas, cómo están a esa hora, porque pueden cambiar, de repente sale un buen tema, entra un buen personaje y sustituye un bloque, y allí pasa a radio y deja de ser tele o etc. Esto se le informa a Juan Manuel en ese momento, qué personaje va a ser y sobre qué tema, en el bloque uno, dos, tres o cuatro, para que él no tenga pretexto de que “no, a mi no me dijeron”, si sale algo en caliente en ese momento, si el Internet nos avisa que hay algo urgente, que hay un reportero que habla y dice tengo esta nota, entonces, en ese momento él ya no tiene que estar esperando a que le digamos qué tiene que hacer, él tiene que estar viendo el programa y decir “sabes qué, en este momento necesito imagen de Castro pues se acaba de morir”. Entonces es cruzar el pasillo, sacar imagen de Castro en lo que nosotros hacemos un enlace a Cuba y tenemos un reporte, pero digamos que ya sobre la marcha es responsabilidad de Juan Manuel, antes de entrar al aire si tenemos mucho contacto incluso en cambios

¹²¹ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el Jueves 26 de abril de 2007.

*de tema, lo ando buscando para decirle “oye cambiamos este tema por este”.*¹²²

Lo anterior es la descripción de un día normal, sin contratiempos, de la transmisión de un programa de noticias y análisis. Sin embargo, no se deja de lado la situación ‘oscura’ de la que los entrevistados hablan, se refieren a cuando no se tienen temas definidos y se lleva a cabo el programa con la escaleta casi en blanco debido a que los temas del día no fueron relevantes al punto de vista del conductor y jefe de información. En este caso y con los siguientes testimonios se podrá constatar que la prioridad sigue siendo la radio, pero cabe destacar que baja más la calidad del servicio informativo al tratarse de un solo productor, pues éste tendrá que enfocarse a un medio y sobrellevar otro.

*“Entonces no nos agobiamos por la tele, no pasa eso de “no podemos hacer esto porque no tenemos imagen”, no, no, no ahí hay que sacar la creatividad, por medio de fotos, video de Internet, donde tú puedas decirles a los de la tele que tienes una cierta imagen pero el valor que ellos tienen es lo que escuchan, el valor del noticiero es lo que escuchan, no lo que ven.”*¹²³

El televidente suele no comprender que tenga más valor lo que escucha que lo que ve, por eso se ha suscrito a televisión de paga, para observar, y aunque la forma de actuar del productor de radio que se citó arriba, puede salvar la emisión, no es lo mismo que las responsabilidades se compartan en equipo.

*“Es cuando se vuelve un juez muy duro la televisión, hay un monitor en la parte del estudio donde nosotros podemos estarnos viendo todo el tiempo, entonces lo dices bien, si no hay tema no hay imagen y si no hay imagen lo único que hay eres tú o tu jefe u otro compañero, han habido ocasiones en el que estamos sólo **Ciro Gómez Leyva** y yo*

¹²² Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹²³ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

*solos, así en esas circunstancias, y la verdad es muy duro porque entonces el rostro se te empieza a poner duro, y eso se nota al aire entonces sucede uno o dos bloques tú te llegas a dar cuenta de que no estás dando una buena imagen y procuras relajarte y decir: 'OK cedo ante mi exigencia y demanda de cosas y vamos a pedirle imagen de todo lo que platicamos, entonces hay que trabajar a contra tiempo en ese momento hacer un enlace urgente con el entrevistado o pedirle algún reportero que nos dé un preámbulo o a un colaborador que nos dé un análisis sobre lo que finalmente ya había. Entonces a nivel televisión yo creo que no lo resuelves, yo creo que perdemos ahí.'*¹²⁴

Aunque sea batalla perdida, el esfuerzo de ambos productores saca a flote el servicio informativo, al menos por la parte de radio queda cubierta, pues su productor está al pendiente y tiene todo el tiempo para solucionar los problemas surgidos, mientras el productor de televisión puede resolver las necesidades de imagen para ir ilustrando los contenidos que van surgiendo.

*"De esa forma hemos ido llevando, digamos, las dos banderas, respetando los contenidos radiofónicos y ayudando un poco al auditorio de televisión con todo esto que te platico y además en ocasiones invitando a los entrevistados a que vengan al estudio, o sea, yo no creo que podamos hacer mucho más para poder vestir, para poder darle vida a un programa de televisión."*¹²⁵

Aunque no se pueda hacer mucho por la televisión debido al presupuesto de la empresa, el programa, con todo lo comentado por el productor Manuel Feregrino, va adquiriendo versatilidad y dinamismo, esto se va confirmando con la manera en que es transmitido el contenido del programa ya que la información es reciente, ilustrada con las imágenes adecuadas conforme al tema, entrevistas en vivo con los partícipes de los acontecimientos.

¹²⁴ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹²⁵ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

Esta es la visión de un trabajo eficaz en radio y lo que concierne a la televisión, que cada público tenga las ventajas de cada medio, los de radio contarán con buen contenido en audio y los televidentes tendrán las imágenes que les informes. Esto depende de que haya un productor para cada medio, pues no resulta igual cuando trabaja solo uno.

En el siguiente inciso se aclararán las ventajas y desventajas de este modo de producción, de igual manera se definirá la necesidad de dos productores para la emisión de un programa en transmisión simultánea.

3.6 Ventajas y desventajas de la transmisión simultánea

En todo ámbito laboral existen riesgos al momento de idealizar o trabajar con un nuevo servicio o producto. Al transmitir un programa radiofónico de manera simultánea por radio y televisión, se debe tener en cuenta las necesidades que dicha acción genera para un resultado óptimo.

Conociendo los cambios y la forma de trabajar en esta nueva producción conjunta, planteados en los incisos anteriores dentro de este capítulo, se podrán exponer las ventajas y desventajas de esta modalidad de producción por medio de los testimonios dados por los productores de radio y televisión entrevistados.

Para empezar, la modalidad de transmitir por ambos medios surgió en distintas radiodifusoras como: MVS Comunicaciones, Radio Fórmula, W Radio, Monitor, por lo tanto los recursos no son comparables con la gama de recursos visuales con los que cuentan las empresas televisoras más grandes del país: Televisa y TV Azteca. Independientemente que W Radio y Radio Fórmula pertenezcan a los Azcárraga, los espacios y recursos son meramente para radio.

El espacio e infraestructura de las radiodifusoras son más limitados; en cuanto espacio, no se construyeron foros en vez de eso se montó una escenografía dentro de cada cabina de locución, pero el espacio es el mismo. Se crearon pequeñas cabinas para manejar, controlar los tiros de las cámaras robóticas instaladas en distintos puntos de la cabina del conductor. A continuación se presentan los esquemas de las cabinas de radio, la primera correspondiente a los estudios en Polanco donde sólo era radio y la segunda en avenida Universidad donde entra la televisión. Véanse las Figs. 3.1 y 3.2

Cabina de Polanco

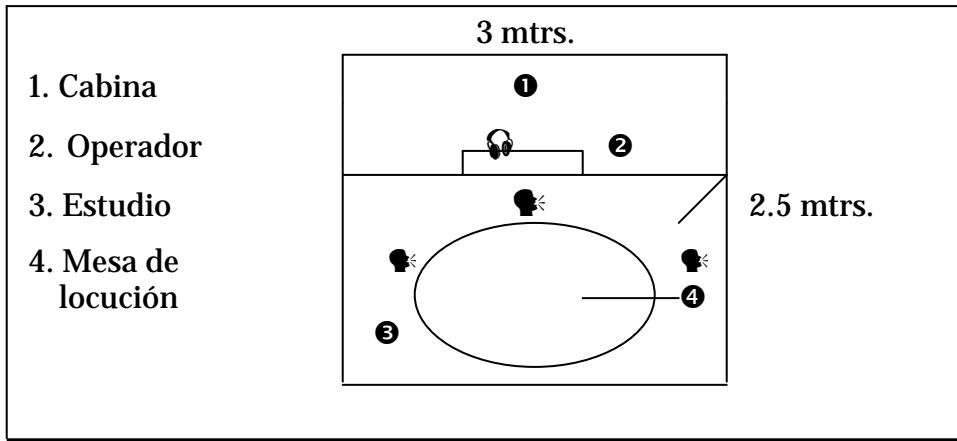


Fig. 3.1 Cabina de radio en Polanco

Cabina de Av. Universidad

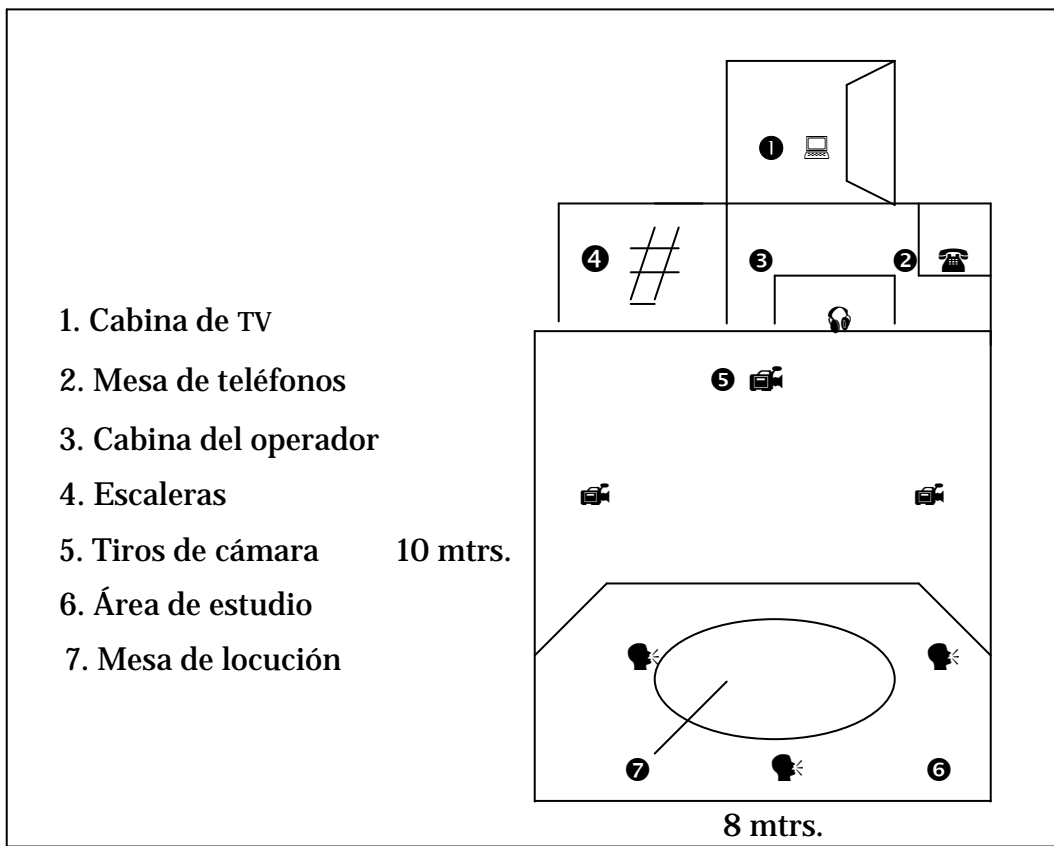


Fig. 3.2 Cabina de radio y televisión en avenida Universidad

A pesar de lo poco que pudieron dar las radiodifusoras para transmitir sus programas por televisión, hay productores que no ven viable esta producción.

“Siempre he creído que un programa de tele en radio no funciona, no puede haber, no puede existir, pero un programa de radio pasado con cámaras es diferente, si nosotros nos dedicáramos hacer televisión no funcionaría, nuestro poder es la radio, somos Radio Fórmula, se integra Tele Fórmula, somos Radio Fórmula y el poder de Radio Fórmula no lo tiene Tele Fórmula.”¹²⁶

Fuera del escepticismo, las tecnologías se han vuelto necesarias para los medios de comunicación, sin embargo no todas las empresas mediáticas cuentan con los recursos financieros que estas tecnologías demandan, esta es una de las desventajas de la transmisión simultánea.

“Sí es muy distinto, cuando uno hace radio en televisión, aquí primordialmente, es la falta de recursos, la televisión, aunque se puede hacer con pocos recursos, creatividad, conexiones, y negociaciones para tener imágenes, también se requiere mucho dinero, entonces en el caso de Tele Fórmula creo y mi única crítica es que les ha faltado invertir un poco más, creo que lo están empezando hacer, han entendido que tienen que meterle un poco de dinero, pero cuando empezamos era un poco difícil este asunto de las imágenes.”¹²⁷

Efectivamente, el manejo de imágenes implica contar con más recursos y personal, pero viéndolo desde el punto de vista del área de producción en un programa de noticias por televisión su principal elemento es la imagen de todos los sucesos mencionados, la televisión maneja los géneros informativos de manera

¹²⁶ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

¹²⁷ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 176 de Cablevisión, el Jueves 26 de abril de 2007.

breve para no aburrir al televidente con mucho tiempo de locución. Por el contrario, la radio es un medio auditivo que puede dar mayor duración a sus programas, extender las conversaciones, los comentarios, los conductores de programas noticiosos pueden hacer por un largo tiempo un análisis de alguna noticia. Sin embargo, en televisión para ilustrar ese análisis se haría repetitiva la imagen y eso fastidiaría al televidente.

“No podemos hacer, dos horas, no lo podríamos hacer, si tú quisieras hacer un noticiero como el de López Dóriga en la noche, o como el que tuvo algún día Ciro en el Canal 40, o Javier en el Trece, no puedes, es imposible dos horas, imagínate las notas que tendrías que meter en dos horas. Entonces como tú dices es ilustrar de lo que tu estás hablando, está bien, el que voltee a ver la pantalla y dice “están hablando del aborto”, está viendo mujeres embarazadas, el contexto, pero en verdad lo que está oyendo es lo que debe interesarle.”¹²⁸

En la televisión, aunque sea un programa de radio, al pasarlo por tele la imagen adquiere un papel importante, de hecho el conductor y los que lo acompañen tienen que cuidar su imagen y su postura ante las cámaras.

“Creo que si le quita emoción ponerle cámaras a un noticiero, es el primer defecto que yo le veo, hacer close up, porque le quita emoción al conductor, cuando tu estás en radio manoteas, brincas, pegas, no pasa nada, aquí no lo puedes hacer, si te faltó una imagen como es parte de esta empresa, no tenemos los camarógrafos que deben de ser, no tenemos la infraestructura que debe tener un canal de televisión, porque pasa mucho eso porque puedes estar a cuadro, en este caso José, pierde emoción en este sentido.”¹²⁹

¹²⁸ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

¹²⁹ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

Dentro de la imagen del conductor está la de su comportamiento al dar las noticias o hacer comentarios sobre las mismas, de cómo se sienta y de qué manera actúa. Por tal motivo algunos productores, como el caso de Ricardo Muñoz, se han quejado de la pérdida de la emoción del locutor al conducir un programa ante las cámaras.

“Es imposible, esas son las grandes desventajas que puede tener un programa de radio pasado por tele, encueran al cuate que estaba antes en un micrófono, lo encueran. Se pierde el encanto, ya no hay emoción, ante una cámara tu debes de cambiar de actitud, a una más seria, sentado, etcétera.”¹³⁰

A pesar de las desventajas que tiene esta modalidad el paso para aplicarla a las principales radiodifusoras ya se dio, de manera que los equipos de producción contratados tienen que poner su mejor esfuerzo en llevar a cabo dicha transmisión para brindar un mejor servicio al público.

Cabe destacar que la opinión de algunos productores en cuestión de la existencia de un productor de televisión, resuelve la polémica sobre el empleo del mismo. En entrevista, el productor Ricardo Muñoz mencionó ser el único productor en el noticiero de José Cárdenas, dijo atender casi al mismo tiempo ambas producciones y comentó:

“Es una gran desventaja tratar de hacer las dos cosas juntas, porque si te preocupas por tele dejas de hacer radio, y se te preocupas por radio dejas de hacer tele.”¹³¹

Con base en su comentario, se cuestionó a otros productores sobre el trabajo conjunto entre dos productores, uno para cada medio, y en contraste con lo anterior ellos explicaron el por qué de la necesidad de contar con dos personas.

¹³⁰ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

¹³¹ Entrevista con Ricardo Muñoz, productor del noticiero radiofónico de José Cárdenas, 103.3 FM, el viernes 27 de abril de 2007.

“Yo cuando empecé a hacerlo le eche todas las ganas del mundo pero la verdad es que no tenía tiempo, regreso a lo mismo y no justifico porque no es la idea, en el naciente sistema de producción de Tele Fórmula no había las condiciones para recargarte en ellos, el negocio de los medios, es permanentemente descanso entre compañeros, sobre todo en televisión, en la televisión a veces uno dice “y por qué son 20 en ese equipo”, pues porque los 20 tienen actividades, claro falta uno, faltan dos, faltan cinco y habrá quien los cubra, pero es un permanente negocio de apoyo, de complemento.”¹³²

Juan Manuel Arozamena, productor de televisión en Fórmula de la Tarde, ha trabajado en conjunto con el productor Manuel Feregrino, en entrevista Juan Manuel expuso la realidad del contexto laboral entre Feregrino y él.

“El productor de radio está mucho más enfocado a los contenidos del programa, y digamos, de la forma de transmitirlos en radio, entonces es muy complementario digamos, no se sustituyen uno al otro sino que son muy complementarios, el trabajo del productor dentro de la televisión siempre es la forma en cómo se plantean los contenidos y los contenidos los lleva otra persona, es como si hubiera un jefe de información que es el que pide y dice “yo necesito tener tal y tal y tal nota”, y ya la producción es la que se encarga de darle una interpretación televisiva a esa nota.”¹³³

De la misma forma, Manuel Feregrino, expone su situación laboral y el por qué fue necesario contar con Arozamena en la producción televisiva.

“Es necesario tener dos equipos, es muy conveniente concentrarse, la gente de radio en radio y pensar para radio, y es muy conveniente

¹³² Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula, de la Tarde 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹³³ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el Jueves 26 de abril de 2007.

que el equipo de televisión esté pensando en televisión. A las problemáticas de un tipo que está pensando en radio, que es: primero, atinarle al personaje propuesto para obtener un testimonio; segundo, conseguir la entrevista, que Ciro lo entrevistó; tercero, que tenga la flexibilidad de horario porque Fórmula de la Tarde tiene un horario medio complicado, que son comidas y los políticos, los funcionarios, que tienen comidas a esa hora ese es el principal pero, “es que está en una comida”, “es que lo tengo que sacar de una comida” y tienes que negociar; cuarto, que tengas el teléfono adecuado; y quinto, que el señor te cumpla. Esas son tus negociaciones y preocupaciones como productor de radio, imagínate sumarle a todo eso la imagen, el vestido del programa, no sé, que suba y que baje, la escenografía, las cámaras y todo eso, es demasiado distractor.”¹³⁴

Como se menciona en el testimonio anterior, estando el productor de radio solo, se enfrenta a múltiples problemas a la hora de llevar a cabo el programa, en un comentario Feregrino expuso errores que se puede tener por dedicarse sólo a radio y desatender la televisión.

“De repente puedes tener imágenes muy viejas y si te descuidas hasta personajes que no trabajan en el gobierno federal, en los gobiernos de los estados, hay que estar muy atentos para que la imagen que presentes de la LX Legislatura, por lo menos sea de la LX, porque todavía, te lo puedo decir, la semana pasada en el programa de la tarde de ‘Pepe’ Cárdenas pusieron imágenes de la pasada Legislatura, y ese tipo de errores no pueden suceder.”¹³⁵

Esto se aplica a la realidad del productor Ricardo Muñoz, quien realiza el noticiario de Pepe Cárdenas, y considera que no debe tener a un productor de

¹³⁴ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹³⁵ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, el miércoles 26 de diciembre de 2006.

televisión porque el programa debe enfocarse a radio, y el televidente debe entender que el valor de la información está en lo que escucha y no en lo que ve. El error en la imagen es una muestra de la necesidad de una persona que dirija el área de televisión.

Con base en los testimonios y ejemplos de errores y ventajas, se concluye que es necesaria la presencia de ambos productores, uno para cada medio, en un programa de radio transmitido a su vez por televisión, así, el programa ofrecerá un buen servicio informativo para cada público ya sean radioescuchas o televidentes, ya que estos últimos no van a pagar televisión de paga por hacerla pasar por radio.

Dejando en claro este punto, se menciona las ventajas de esta modalidad, una de ellas es que la transmisión simultánea sirve como herramienta de las nuevas tecnologías para poder llegar a una mayor cantidad de personas y de regiones, como se mencionó en el último inciso del capítulo anterior. Aunque desafortunadamente la información es vendida por medio de la televisión por cable, no deja de ser una opción diferente a la programación repetitiva de Televisa y TV Azteca, empresas líderes de la televisión abierta.

“Nosotros seríamos una alternativa dentro del espectro informativo que hay en los medios sin ni siquiera tener la pretensión de competir pero sabiendo que podemos hacer mejor las cosas, en el sentido de tener mejores contenidos, de tener como más apertura a decir las cosas que normalmente no se dicen en los medios abiertos, y que nosotros tenemos que aprovechar eso, que nos permiten hablar de cosas que quizá no se digan o no se vean en la televisión abierta.”¹³⁶

Después de exponer los cambios, la producción, las polémicas, las ventajas y desventajas de la transmisión simultánea y concluir mencionando los elementos básicos para satisfacer las necesidades de la modalidad en cuestión de producción, se describirá y expondrá el modo de trabajar en el programa Fórmula de la Tarde, esto ante las nuevas tecnologías y en especial con esta nueva forma de transmisión.

¹³⁶ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el Jueves 26 de abril de 2007.

CAPÍTULO 4. Fórmula de la Tarde; la transmisión simultánea de un programa radiofónico.

Dentro de la barra de programación que ofrecen las radiodifusoras, Grupo Radio Fórmula cuenta con una amplia variedad de espacios que son transmitidos simultáneamente por radio y televisión tales como los noticiarios de José Cárdenas, el de Denise Maerker, entre otros. Sin embargo uno de los programas más frescos en relación al tratamiento del contenido es Fórmula de la Tarde, un programa que alterna entre noticiario, análisis de noticia y de revista.

En este capítulo se expondrá el caso y contexto del programa Fórmula de la Tarde, hablando primeramente de sus antecedentes como programa radiofónico, de su producción ante las nuevas tecnologías y los cambios ocasionados en la transmisión a televisión.

4.1 Antecedentes de Fórmula de la Tarde

Es importante destacar que los empresarios dueños de los medios de comunicación buscan una persona destacada en el medio para ponerlo a la cabeza de algún programa. El periodista Ciro Gómez Leyva estaba al frente de CNI noticias, cuando la señal de Canal 40 estaba bajo la dirección de Javier Moreno Valle y Televisora del Valle de México, esto antes de febrero de 2006 cuando por un problema legal, la señal de Canal 40 pasaría a ser operado por Grupo Salinas, Televisión Azteca.

Gracias a la trayectoria periodística de Ciro Gómez Leyva, los directivos de Radio Fórmula invitaron a Ciro para que hiciera un programa libre en radio para esta empresa, esto según los datos obtenidos en la entrevista con Ciro Gómez Leyva.

“El programa surge por una invitación que me hacen los directivos de Radio Fórmula, me la hacen a principios del 2001, les gustaba lo que estábamos haciendo en CNI noticias en Canal 40, y me invitan hacer

*un programa libre, fuera noticiero, un programa de revista, de comentarios para un horario difícil, el horario de la tarde, así surge, tan sencillo como eso. Me invitaron yo acepte de inmediato.*¹³⁷

Al haber aceptado realizar el programa propuesto por Radio Fórmula, **Ciro** comienza a formar la estructura temática de su programa, pues al ser de tema libre, lo conceptualizó como un programa alterno entre noticiario, de análisis y de revista, con un toque musical y pequeñas capsulas de comentarios deportivos y culturales.

*“Ciro Gómez Leyva me invita a trabajar en un proyecto de radio, en Radio Fórmula. Un proyecto como una especie de noticiero y revista informativa, un programa de análisis, un programa de entrevistas, un programa que más bien él conceptualizó y tuvo cuidado de no revelar los detalles hasta que estuvimos prácticamente al aire. [...]esto era difícil como productor porque no sabes a dónde vas, me encargue de hacer el vestido, me encargue de hacer la preproducción, las grabaciones, los locutores, y teníamos todo listo, para que el 12 de mayo del 2001 el programa empezará e irle empezando a entender, editorialmente hablando, a qué quería **Ciro**.”*¹³⁸

De acuerdo con los datos proporcionados por Manuel Feregrino, Fórmula de la Tarde comienza a transmitirse por radio en mayo 12 de 2001 con una duración de una hora y media, en las instalaciones de Radio Fórmula ubicadas en Privada de Horacio, en la colonia Polanco.

En ese entonces, bastaban 5 personas en la producción para sacar adelante el programa. Sin embargo, debido al abandono de las instalaciones de Polanco comenzaron los tropiezos por la infraestructura, ya que las inversiones de Grupo

¹³⁷ Entrevista con el periodista **Ciro Gómez Leyva** conductor de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am, Canal 702 de Cablevisión el miércoles 20 de junio de 2007.

¹³⁸ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

Fórmula eran destinadas a las en ese entonces recientes instalaciones ubicadas en avenida Universidad.

“Duramos año y medio en Polanco. Estas instalaciones de Universidad son las antiguas instalaciones de Orfeón, los estudios son mucho más grandes que un estudio convencional de radio, de hecho los estudios de Polanco estaban en destrucción, o sea, eran estudios a los que no se les daba mantenimiento [...] las cabinas no tenían protecciones en las paredes, las puertas de madera se atoraban o no cerraban, se filtraban los ruidos, no estaban selladas, los micrófonos se caían, en fin un desastre. Eso era porque mucho de los recursos se estaban invirtiendo aquí, en Universidad, para remodelar unas instalaciones bastante aceptables, son dos edificios; uno de oficinas con una parte baja de estudios y otro prácticamente dedicado a estudios.”¹³⁹

El interés de Grupo Radio Fórmula era economizar los gastos de las producciones pasando todos sus programas a las instalaciones de avenida Universidad, cosa que funcionó con la mayoría de los programas mismos que son transmitidos por televisión. No obstante, Grupo Fórmula cuenta con periodistas y figuras públicas que debido a su contrato con la empresa Televisa no pueden salir en televisión como es el caso de Denise Maerker, Carlos Loret o Joaquín López Dóriga, y ellos optaron por permanecer en Polanco transmitiendo sus programas por radio.

“Nos pasamos para acá porque el objetivo inicial de la empresa, de Grupo Fórmula, era que todos lo programas transmiéramos desde aquí en Universidad y reducir gastos, objetivo que no se logró porque Joaquín López Dóriga no transmite por televisión y además le conviene estar allá porque él va hacia avenida Chapultepec y por allá se mueve. Carlos Loret en el caso de ahora es lo mismo, Paola Rojas es lo mismo, Ruiz Gili es lo mismo, Óscar Mario Beteta es lo mismo.

¹³⁹ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el viernes 7 de diciembre de 2007.

*Entonces por ahí hubo una propuesta de parte de ellos, para poder quedarse en Polanco.*¹⁴⁰

El programa de Fórmula de la Tarde fue ubicado en las entonces nuevas instalaciones de Avenida Universidad. Posteriormente para aprovechar el espacio de los estudios y la inversión que se había realizado, la gente de Fórmula comenzó a maquilar la idea de contar con un canal de televisión, de manera que después de concretar la idea y llevarla a cabo, la producción y realidad del programa se fue modificando.

¹⁴⁰ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el viernes 7 de diciembre de 2007.

4.2 Su producción tradicional por radio

Para comprender y exponer mejor los cambios ocasionados por la unión de la radio y la televisión, se describirán los procesos de producción en dos partes; la primera será una producción meramente radiofónica, como al principio del programa. Posteriormente, se tomará en cuenta la entrada de la televisión y con base en esta realidad se describirá un día de producción del programa para los dos medios de comunicación, y el actuar del equipo de producción ante los nuevos retos.

Dado a las características y ventajas de la radio, las producciones cuentan con una gran flexibilidad en la organización de una bitácora o guión, pues al no manejar imagen el contenido está sujeto a cambios sin previo aviso y el equipo de producción está pendiente con los audios para cuando se tenga que improvisar al aire. Ésta una de las características importantes y de la cual se derivan otras peculiaridades relevantes como la inmediatez, el uso del lenguaje descriptivo, la emotividad por parte de los participantes, entre otras mencionadas en el primer capítulo.

Con base en esta realidad de producción radiofónica, Fórmula de la Tarde no contaba con tantas exigencias a nivel de producción cuando se dedicaba únicamente a la radio, el equipo de trabajo era muy reducido.

“Al principio éramos un conductor titular, un co-conductor que rotaba uno el lunes, uno el martes, y uno así hasta el viernes, no repetían conductores, había un tercer personaje en mesa, no era yo, era Javier Corona, quien era responsable de buscar las entrevistas, una persona que hace los enlaces telefónicos: Patricia Santana, un responsable de todo lo que es grabación, audios, etc. que es Julio Hernández y yo digamos como coordinación de producción, como cabeza de equipo.”¹⁴¹

¹⁴¹ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

Para una producción radiofónica este número de personas eran suficientes para sacar adelante el programa. Su producción por radio era ágil, por la mañana Manuel Feregrino se encargaba de realizar un monitoreo de periódicos y medios electrónicos, poco después de medio día le informaba a Ciro Gómez Leyva sobre los posibles temas a discutir en el programa, al calificar el recuento de notas realizado por Manuel, Ciro designaba cada nota a los bloques del programa.

“Puntualizaría, mi labor como productor es un poco más amplia, pues soy jefe de información del programa, responsable de todo lo que se maneja, y tengo por obligación diaria una actividad semanal y mensual de seguir los eventos importantes que al programa, desde el punto de vista editorial, importa. Entonces tengo una agenda de actividades, sigo los temas que se van desarrollando al día, cómo se van explotando, los personajes que van interviniendo en las declaraciones o en los hechos informativos, y a partir de eso se hacen las propuestas de entrevistas o de comentarios para el programa, o de reporteros también. Ciro es el que determina finalmente, él es filtro de todas estas propuestas y a partir de esto se trabaja.”¹⁴²

Tanto Ciro como Manuel intervienen para calificar la importancia de la información, así, entre la una y dos de la tarde se sabe que nota va ir en cada bloque. Estos bloques están jerarquizados y cuentan con un determinado tiempo, Manuel explica el modo de trabajar conforme a los bloques.

“El primer bloque es de unos seis, siete minutos, entonces es casi siempre resumen charlado a menos de que algo se esté generando en ese momento en un punto, si es así, vámonos derechos sin mayor preámbulo con ese reportero o con ese corresponsal. Cuando no se presenta un suceso relevante en esos momentos, pues se tienen ya previstos seis bloques donde jerarquizamos los temas. El segundo bloque dura unos siete minutos ocho minutos, allí es donde

¹⁴² Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el viernes 7 de diciembre de 2007.

aprovechamos en meter todo nuestro primer contenido; el reportero con la nota más relevante o los audios con los declarantes del día, la entrevista o el análisis con el colaborador y entonces volvemos empezar a las cuatro, digamos que abrimos y cerramos un programa que va de las tres y media a las cuatro, luego volvemos a abrir, damos la bienvenida a Tele Fórmula y damos la primer nota importante a través de una entrevista.”¹⁴³

Con lo anterior se cubre una gran parte de la producción radiofónica, pues al ya contar con la bitácora con los temas a tratar se tiene claro el rumbo que el programa llevará y sus posibles variantes de lo que pueda suceder. De allí en fuera sólo hacen falta los audios indispensables para apoyar las notas, esta responsabilidad recae de igual manera en el productor.

“La producción que es cuando ya estamos al aire, para entonces se tendrán preparados los audios y las entrevistas vía teléfono que con anterioridad solicite al equipo de producción. La postproducción, pues bueno difícilmente la hacemos nosotros porque no tenemos que dejar ni audios ni entrevistas al resto de los programas, porque esto ya sería parte de la preproducción, por decirlo, de Pepe Cárdenas que retoma una entrevista, o Carlos Loret que retoma un audio, vienen posteriormente y entonces mi postproducción sería su preproducción.”¹⁴⁴

Con estos testimonios de Manuel Feregrino se destaca que la producción radiofónica del programa resulta más ágil que cuando se suma al sistema de Tele Fórmula, donde se ven obligados a contar con una ilustración para cada tema abordado y por consiguiente se ven afectados los tiempos de cada bloque, no

¹⁴³ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹⁴⁴ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el viernes 7 de diciembre de 2007.

obstante el siguiente inciso se abordará esta situación y la manera en que la producción actuó para hacerle frente a una función mediática de dos medios. Así, se dejara claro si el equipo piensa en la realización de dos producciones o se enfoca a una sola.

4.3 Fórmula de la Tarde, su producción frente a las nuevas tecnologías y a la transmisión simultánea

Las llamadas nuevas tecnologías tuvieron su aparición en México a principios de la década de los 90, Fórmula de la Tarde no inició sus transmisiones en esta fecha, sin embargo a mitad de dicha década la tecnología comenzó a hacerse notar en los medios de comunicación masiva, así, los empresarios de la radio y la televisión tomaron en cuenta la inversión en recursos tecnológicos para el lanzamiento de algún programa, para así tener un impacto novedoso y de calidad en el público.

En México, a principios del año 2000 el Internet, la modernización o digitalización de los medios de comunicación, principalmente la banda radiofónica FM, tomó fuerza en diversos aspectos pero principalmente en el ámbito laboral, el caso específico de los medios de comunicación, éstos se digitalizaron junto con sus redacciones, sus herramientas, las consolas de audio en las radiodifusoras, las herramientas de trabajo en los canales de televisión. Por lo consiguiente, al surgir Fórmula de la Tarde, el contexto de los medios audiovisuales en el país estaba ya inmerso en esta realidad tecnológica.

4.3.1 Frente a las nuevas tecnologías

Si bien Fórmula de la Tarde no surgió en el contexto en que las tecnologías se aplicaban a los medios de comunicación, la gente que trabaja en la producción de dicho programa vivió los cambios durante su carrera laboral en los medios.

La tecnología satelital fue el primer avance tecnológico, como se abordó en el capítulo dos, la transmisión vía satélite surgió como una herramienta de mayor calidad capaz de hacer llegar la frecuencia de una emisora a lugares jamás contemplados. Esta realidad no provocó un cambio en sí dentro de las producciones, a excepción de las herramientas para la postproducción las cuales tuvieron que modernizarse, y no todas las radiodifusoras pudieron hacerlo de manera inmediata, sólo pudieron las estaciones que contaban con una buena

inversión, como fue el caso de Multivisión, primera empresa que inició transmisiones vía satélite y fue pionera, como ya se mencionó en el capítulo anterior, de la transmisión simultánea de radio y televisión.

El Internet representó un cambio mayor, dado que aceleró el proceso de digitalización de las herramientas para los modos de producción. El primer cambio se dio en la actualización de los instrumentos para la producción en los medios de comunicación, con el Internet y la masificación de las computadoras se aceleró la actualización del equipo, los modos de trabajar en las redacciones se volvió más ágil, como lo comenta Manuel Feregrino cuando responde a la cuestión sobre si las nuevas tecnologías de la información fueron ventajosas para los medios de comunicación.

“Te voy a decir dos cosas, son herramienta y se afectó a las redacciones. Experiencia vivida, cuando el Internet comienza a aparecer en mi vida profesional, yo creo que es hacia finales de los 90, en Monitor, cuando estábamos allí, había una sola computadora con acceso a Internet, entonces grupo Monitor hizo gala muchos años de su autosuficiencia por ser una agencia informativa, a través de 30 reporteros generales, 20 reporteros viales, más su red de corresponsales en cada uno de los estados y representantes en diversos países, entonces había como 85 o 90 personajes por lo menos que estaban alimentando de forma directa a la redacción, y todas las agencias informativas, Notimex, AP, Reuters, y alguna otra, entonces no teníamos pretexto, teníamos todas las agencias y por ahí nos nutríamos.

Cuando el Internet se va sumando, la verdad es que lo veíamos con mucho desden porque no veíamos mucha colaboración, Reforma abre su página, creo que fue el primero que la abrió, pues era la página que revisaba estando en cabina, por una parte tenía una computadora con Internet y otra para las agencias informativas, y poco a poco el Internet le fue dando la vuelta a las agencias por economía, no por calidad de información, porque hay que ser honestos luego el Internet nos engaña porque nos va dosificando la información, cuando se publica en

Internet no significa que la nota acabe de pasar, no, hay un proceso de redacción, de confrontación de datos y eso en radio es notorio. [...]Entonces, por economía en muchas redacciones, lo viví en Canal 40, ya era el caso opuesto, si la nota que traía tu reportero no venía como la del Reforma o como El Universal “no me interesa”, decía el jefe de redacción, cosa que me parecía insultante y me sigue pareciendo para cualquier redacción, pero me platican amigos de Televisa que es exactamente lo mismo, y me platican amigos de otras empresas de radio que es lo mismo, si el Reforma dice algo y El Universal dice algo y a ti se te ocurre que la nota está por otro lado, estás perdido porque simplemente tu jefe no te cree. [...]Entonces, sí ha aportado mucho, a agilizar los procesos económicos de acceso a la información.”¹⁴⁵

De esta forma se comprueba los cambios ocasionados por las tecnologías en el ámbito laboral de los periodistas, redactores y editores de radio y televisión. En cuanto a los medios tecnológicos del resto de la producción, éstos sólo se modernizaron y se capacitó a los operadores para que pudieran asimilar el modo de manejar las herramientas actuales, de esto se encargaron las mismas compañías proveedoras de tales aparatos. Por lo demás ya no se presentaron mayores problemas en la relación del equipo de producción y las tecnologías, de hecho, **Ciro Gómez Leyva** expone la ideología de su equipo de producción.

“La tecnología no tiene porque lastimarte, primero la tienes que comprender, después asimilar y más adelante aprovechar. Eso está pasando con Internet, eso pasará con todos los nuevos sistemas que están surgiendo y que surgirán, vamos a comprenderlos, vamos asimilarlos y vamos aprovecharlos, nosotros no tenemos la menor resistencia al cambio tecnológico, al contrario nos da un poco de ansiedad saber que hay una serie de cosas que podrían hacer mejor nuestro trabajo, que nos permitan llegar a más gente, que nos

¹⁴⁵ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

*permitirían producir mejor y a las que todavía no tenemos acceso. Nosotros somos de los que corremos al revés, por ejemplo, hay gente que corre cuando ven la tecnología y nosotros corremos para alcanzarla lo más pronto que se pueda.*¹⁴⁶

Ciro describe puntualmente y de una manera concreta la relación de su producción para con las innovaciones tecnológicas en los medios de comunicación, en unas cuantas líneas deja en claro que él y su equipo de trabajo están al pendiente de actualizarse lo más rápido posible para lograr una mejor producción.

4.3.2 ...a transmitir por dos medios.

Como se menciona en el capítulo anterior, las empresas mediáticas buscan ampliar sus servicios informativos, de entretenimiento y ocio, y como consecuencia de la evolución de esta sociedad de la información, las empresas invierten en su infraestructura, logran un despliegue de recursos tecnológicos y unen la radio con la televisión con el objetivo de llegar a más lugares y subir los niveles de rating. Esta realidad ha generado un nuevo concepto para las empresas mediáticas el cual se refiere a su dominio en diversos medios, es el término *empresa multimedios*.

En un comienzo, Multivisión y Televisa, empresas pioneras en la transmisión simultánea, experimentaron con esta modalidad con sus programas informativos más populares, sin embargo no tuvieron una planeación adecuada para hacer durar esa innovación. El caso de Radio Fórmula se dio a partir del año 2000 a raíz de instalarse en avenida Universidad en lo que originalmente eran los Estudios Orfeón, donde gracias a la distribución de los estudios, éstos se pudieron acondicionar como cabinas radiofónicas bastante amplias, realidad que dio paso para realizar foros para un canal de televisión y experimentar con la transmisión simultánea de los programas con más éxito de Grupo Fórmula dentro de los que se encuentran el de Maxine Woodside, los informativos de Denise Maerker, José

¹⁴⁶ Entrevista con el periodista Ciro Gómez Leyva conductor de Fórmula de la Tarde, 103.3fm, 970am, Canal 702 de Cablevisión el miércoles 20 de junio de 2007.

Cárdenas, entre otros. A partir del 2002 el programa de Ciro fue invitado a formar parte de la programación de Tele Fórmula y describe brevemente cómo sucedió.

“Entra primero una fase muy experimental simplemente poniendo cámaras, el concepto de Tele Fórmula va creciendo, va avanzando, y un día nos dicen que tenemos que hacer algo parecido a una producción de televisión.”¹⁴⁷

Por consiguiente, Ciro debió conceptualizar su programa junto con la producción, y ser conciente en los modos de llevarlo a cabo con base en esta nueva modalidad a la que se unía.

“Es una diferencia total, yo te puedo decir que hemos hecho televisión en Canal 40, radio en Radio Fórmula, y tele en Tele Fórmula, pero no son compatibles los lenguajes de la radio y la televisión. En el Canal 40 nosotros poníamos un cuidado especial en las ediciones, jugábamos mucho con la música, con los silencios, con las disolvencias, con las cámaras lentas, producíamos, de hecho, hoy que veo algunos programas como noticieros en la televisión mucha gente tomó esos recursos, que no eran muy de uso en los noticieros mexicanos. Eso no lo podemos hacer aquí, imagínate que metamos un puente musical de dos minutos como los metíamos en Canal 40 que eran además muy emotivos porque eran las imágenes, y repito aquí no lo podemos hacer. Entonces nosotros hacemos un programa de radio y tratamos de ilustrarlo de la manera más correcta que se pueda, eso es lo que hacemos.”¹⁴⁸

Al incorporarse Fórmula de la Tarde al sistema de Tele Fórmula, la producción seguía contando con el mismo número de personas, y no había nadie que se encargará de la producción televisiva, en un principio Manuel Feregrino

¹⁴⁷ Entrevista con el periodista Ciro Gómez Leyva conductor de Fórmula de la Tarde, 103.3fm, 970am, Canal 702 de Cablevisión el miércoles 20 de junio de 2007.

¹⁴⁸ Entrevista con el periodista Ciro Gómez Leyva conductor de Fórmula de la Tarde, 103.3fm, 970am, Canal 702 de Cablevisión el miércoles 20 de junio de 2007.

estaba al frente del área de televisión con asistencia de técnicos propuestos por la misma empresa, personal que no tenía experiencia en tele. Esto ocasionó muchos conflictos, pues en televisión lo más importante es la imagen, y precisamente no había imágenes adecuadas para los contenidos en radio, así, el programa tenía tropiezos por la mala ilustración en televisión. De manera que **Ciro Gómez Leyva** y **Manuel Feregrino** informaron de sus problemas a la empresa y constantemente se estuvo solicitando ayuda para poder trabajar adecuadamente.

*“Tiempo después de reclamos a directivos de la empresa en el sentido de que el programa de radio, no sé en cuantos más pero en el de **Ciro**, teníamos problemas con la vestidura de la imagen porque no nos estaba ayudando la gente de aquí, era nuestro problema, nuestra necesidad, pero simple y sencillamente no nos respondían, no nos podían dar la imagen que necesitábamos porque no la tenían. Así, se hizo un convenio con Canal 40 para un intercambio de imagen que funcionó en un principio, y ese convenio se saturó pronto porque tampoco los canales de televisión chicos como Canal 40 en cuanto a videoteca y en cuanto a imagen, no contaban con mucho, por lo menos útil para los programas de **Fórmula**, pero con esa acción se cumplió una parte.”¹⁴⁹*

A pesar de contar con la imagen que proporcionaba Canal 40, el problema de la ilustración comenzó a hacerse frecuente de nueva cuenta debido a la inexperiencia del personal que se encargaba del área de televisión, a lo que **Feregrino** se anticipó y continuó solicitando ayuda a los directivos de **Radio Fórmula**.

*“Después de seis u ocho meses de estar reclamando a la empresa para que el conductor y el productor pudiéramos estar contentos trabajando, se incorporó posteriormente a **Juan Manuel Arozamena**,*

¹⁴⁹ Entrevista con **Manuel Feregrino Posadas**, productor de radio de **Fórmula de la Tarde**, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

productor de televisión con experiencia a esta labor, y él pasó por la misma ruta crítica que nosotros, la de no tener imagen suficiente.”¹⁵⁰

Con este hecho se comprueba la necesidad de dos productores, uno para cada área, pues Manuel Feregrino como productor del programa en radio no podía atender de una manera eficiente la edición y los gráficos que el programa requiere para televisión. La incorporación de Juan Manuel Arozamena como productor del área de tele, fue ventajoso pues ya hay alguien atendiendo cada vehículo que Fórmula de la Tarde tiene para su transmisión. Asimismo se cumple con la función de trabajar de manera alterna entre ambas producciones, Arozamena lo explica de la siguiente forma.

“El trabajo con Manuel es muy cercano, nos ponemos de acuerdo sobre qué es lo que necesitan, sobre todo en casos que son muy especiales, por ejemplo, ‘necesitamos el spot de Paulina, la chica de Tijuana, que no la dejaron abortar hace 7 años y que ahora hace un spot a favor de que se despenalice el aborto porque vamos a hablar con ella’, entonces es importante tenerlo, se consigue, se pasa al formato que trabajamos aquí y se transmite. De manera que es muy cercana la relación con Manuel.”¹⁵¹

Así, trabajando alternadamente pero con puntos de encuentro es como la producción original de radio vive la experiencia de trabajar en conjunto con la producción de televisión recién formada, pues los técnicos que manejaban la imagen para Tele Fórmula quedan bajo la supervisión y responsabilidad de Arozamena. Los cambios se dan desde la presentación del programa al inicio de la transmisión por televisión, a la que sólo se le da una hora al aire, de cuatro a cinco de la tarde por el canal 176 de Cablevisión.

¹⁵⁰ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

¹⁵¹ Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el jueves 26 de abril de 2007.

“Se tuvo que pensar en una cortinilla, en un vestido de pantalla, como le llamamos aquí, para ilustrar la entrada del programa, muchas veces se pone música al inicio, se entra con una cortinilla institucional del programa y enseguida se pasa a la música, así que trato de tener un videoclip del disco que tenemos, si no, se pone la portada, es un poco básico pero se ilustra con eso la música. Luego ya vienen los temas y yo ya sé, una hora o una hora y media antes, cuales son los temas que vamos a llevar y qué es lo que tengo que ilustrar, entonces por allí ya tengo una idea de qué imágenes necesito.”¹⁵²

No obstante, ambas producciones tuvieron que ir creciendo necesariamente para satisfacer todas las demandas que el programa requería, en cuestión de redacción, de enlaces, de asistencia para los productores mismos, entre otros. Con esto queda claro que debido a la unión con la televisión se crean más exigencias y es necesario ampliar el equipo de trabajo.

“Te puedo decir que se han sumado nuevas personas al equipo, se sumó una redactora; Adriana Matamoros, se sumó una asistente de redacción, una asistente de producción; Lourdes Murguía, Juan Manuel Arozamena, quien expresó la necesidad de tener una ayuda, y en algún momento una señorita de servicio social se acercó, se adaptó y es la asistente de la producción de Tele Fórmula; Lourdes Brecón, así, el equipo creció necesariamente, todos tenemos actividades y te garantizo que aunque somos varios no tenemos tiempo libre.”¹⁵³

Con base en los testimonios anteriores se ha podido exponer el proceso de cambio en la producción original de Fórmula de la Tarde, el equipo creció y cada quien tiene responsabilidades diferentes, pero que sirven de apoyo entre sí.

Para finalizar el punto de unión de las producciones hay que dejar en claro la idea con la que el equipo trabaja, no es lo mismo hacer sólo radio ha tener que

¹⁵² Entrevista con Juan Manuel Arozamena, productor de televisión de Fórmula de la Tarde, Canal 702 de Cablevisión, el jueves 26 de abril de 2007.

¹⁵³ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el miércoles 26 de diciembre de 2006.

transmitir el mismo programa por televisión pues los tiempos entre nota y nota cambian, en radio se puede ahondar más, pero eso en la televisión puede resultar fastidioso.

“Nosotros nos programamos para hacer el cuerpo del equipo, nos programamos para hacer un programa de radio y tenemos un equipo de producción que hace la traducción para el programa de televisión, nosotros no estamos pensando hacer un programa para televisión, estamos pensando en un programa de radio lo mejor ilustrado posible, sabiendo, y te lo dije con la experiencia de seis años de hacer todas las noches un noticiero de televisión, que no podemos entrarle a la producción sofisticada de televisión porque entonces no nos iría bien en radio, eso no quiere decir que no cuidemos las ilustraciones,, tenemos un programa de radio ilustrado, no un programa de radio con ilustración porque ilustrado suena a otra cosa.”¹⁵⁴

La aclaración de Ciro Gómez Leyva sobre el principal objetivo de la producción de su programa, deja claro que aunque sumándose la televisión como canal de emisión a un programa radiofónico, la prioridad es la radio, lo que se suma es el equipo de tele para poder ilustrar de la mejor manera el contenido de radio; no es un programa de televisión por radio, pues de esa manera no funcionaría como el caso del noticiero 24 Horas.

¹⁵⁴ Entrevista con el periodista Ciro Gómez Leyva conductor de Fórmula de la Tarde, 103.3fm, 970am, Canal 702 de Cablevisión el miércoles 20 de junio de 2007.

4.4 Realidad social de Fórmula de la Tarde

Después de la entrada de las nuevas tecnología, las exigencias y adaptaciones de la producción para un mismo programa transmitido por medios distintos, la reacción del público es el resultado final y hasta cierto punto el más importante para la empresa, en este caso Grupo Fórmula, por su misión y visión de crecimiento y penetración en grupos de receptores mucho más amplios.

En radio el programa se estuvo consolidando durante año y medio, no obstante la situación de interés para esta tesis es cuando se incorpora la televisión, en la actualidad hablan los principales de Fórmula de la Tarde sobre la situación actual del programa con relación a la forma de transmitirse y la respuesta de su público.

“La entrada de la nueva forma de transmisión es durísima pues el sistema de Tele Fórmula en el 2007, es muy apreciado en el país y te lo dijo porque cuando visitas a la familia a los amigos en Puebla, en Querétaro, en Guanajuato, en Tamaulipas, en Quintana Roo, lugar por donde haya posibilidad de moverte, lugar donde es impresionante la respuesta a la programación de Tele Fórmula, están pendientes porque para ellos ya es un canal que hay que estar checando[...] tenemos una exposición muy importante a través de la radio, más importante a partir de la televisión, estamos hablando de que si sumas radio más televisión debemos de andar por encima de las 350 plazas en el país, es impresionante cuando tu descompones el país en 350 puntos distintos, esa es la capacidad que tiene PCTV de hacer llegar la televisión.”¹⁵⁵

De acuerdo al comentario de Manuel Feregrino, el número de receptores del programa en toda la República Mexicana ha ido en aumento debido a la entrada del sistema Tele Fórmula. La respuesta es buena por parte de la gente, esto se ve

¹⁵⁵ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el viernes 7 de diciembre de 2007.

principalmente a que Fórmula de la Tarde no es un noticiero convencional, es un programa conceptual donde se analiza y se profundiza en las noticias más relevantes del día o en las notas con seguimiento. Así, el programa cuenta con un plus social que consiste en orientar, llevar más a fondo a su público sobre las noticias ya transmitidas durante el día, cosa que no suele encontrar con facilidad en los canales abiertos.

“Fórmula de la Tarde le está hablando a quienes ya escucharon los noticieros por lo menos de medio día, estamos pegados al programa de Joaquín López Dóriga que está informando dos horas de lo que está pasando en el país. Entonces nosotros no llegamos a descubrir el hilo negro, no llegamos a proponer la noticia del día, nosotros profundizamos, desmenuzamos las cuatro o cinco notas más importantes del día, o los temas que traemos por agenda periodística personal de equipo, entonces desarrollamos esas noticias.”¹⁵⁶

Como prueba de este contacto con la sociedad, está precisamente la retroalimentación que se tiene con el público. Feregrino comenta que no se tiene registrado un rating de manera formal, sin embargo para ejemplificar y comprobar lo abordado sobre las tecnologías, el caso de la transmisión simultánea, su efecto en la sociedad, sus ventajas para los programas con esta modalidad de producción y transmisión, Manuel expone la realidad del programa con el auditorio.

“La única manera que yo puedo entender las ventajas y el bien social es con el volumen de llamadas, es muy superior a como lo teníamos hace cinco años. Los comentarios son regularmente interesados en los temas que estamos tocando, no necesariamente en decirnos ‘que bonito programa, me gustó mucho’, casi siempre traen un saludo porque lo especifican las telefonistas: saludo, felicitación, pues es parte de lo que se les pide que digan todo el mensaje que la gente quiere transmitir y después el comentario, así, prácticamente todas las

¹⁵⁶ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3 FM, 970am el lunes 11 de junio de 2007.

llamadas, el 95% traen esta frase: saludo, felicitación, y después viene un reclamo o viene una puntualización o viene una pregunta, pero casi todas lo traen. Yo lo entiendo como una cortesía por parte del auditorio, no de los que van en su carro pues difícilmente pueden llamar, pero si reacciona la gente que está en su casa, en su oficina gracias a la transmisión por televisión, esa es una ventaja, contamos con una amplia variedad de receptores.”¹⁵⁷

Después de este punto de vista del productor Feregrino, para complementar y poder conocer la situación desde otro ángulo, **Ciro Gómez Leyva** describe la situación de su programa de manera concreta y clara.

“Es aprovechar la inversión que hacen en su gente, en su equipo, en sus instalaciones, es aprovecharla y al parecer, hasta donde tengo entendido por lo que es Tele Fórmula, con buenos resultados. Sin duda son herramientas que nos hacen llegar más lejos, éste es un resultado con ventaja social.”¹⁵⁸

Así, con todo lo tratado en este cuarto capítulo, con el análisis, la exposición del caso **Fórmula de la Tarde** se despejan las dudas de cómo es la realidad de transmitir simultáneamente un programa de radio, su inversión en recursos tecnológicos por parte de la empresa, la reacción de su equipo de trabajo, la unión de un equipo de televisión, las necesidades adquiridas y el resultado social de esta fusión de medios.

¹⁵⁷ Entrevista con Manuel Feregrino Posadas, productor de radio de Fórmula de la Tarde, 103.3fm, 970am el viernes 7 de diciembre de 2007.

¹⁵⁸ Entrevista con el periodista **Ciro Gómez Leyva** conductor de Fórmula de la Tarde, 103.3fm, 970am, Canal 702 de Cablevisión el miércoles 20 de junio de 2007.

Conclusiones

En esta tesis se comprueba la manera en que el avance tecnológico de las herramientas de trabajo, las tecnologías de la información y comunicación, ocasionó un cambio en cada uno de los ámbitos sociales de la sociedad como los modos de producción, la economía, la cultura multimedia.

En la sociedad mexicana, el cambio se ha dado de manera lenta debido a la desigualdad del poder adquisitivo de algunas compañías y sobre todo de algunos sectores de la población, no obstante, por medio de programas de apoyo por el gobierno u organizaciones civiles cada vez va aumentando el número de personas que navegan en Internet, aunque no cuenten con el conocimiento necesario para aprovechar de manera óptima ese acceso a la información, y sólo la utilicen para descargar video, fotos, participar en foros y sobre todo en las redes sociales.

Al abordar la historia de las tecnologías de la información y comunicación, se pudo describir el surgimiento de la realidad digital multimedia en la que vivimos actualmente, comprendiendo así el término de Sociedad de la información y el conocimiento. De esta manera se actualizó el punto de vista en materia de la comunicación, objetivo de esta tesis, principalmente en el área de producción de medios audiovisuales, ya que en el contexto actual de los medios de comunicación e información es la fusión de canales para su transmisión, para buscar la instantaneidad de sus servicios informativos por medio de la simultaneidad y así ser multimediatícos. Se considera que la transmisión simultánea de noticiarios radiofónicos es consecuencia de la evolución de las tecnologías, las empresas actualizadas en esta tecnología pueden ofrecer al público la misma información, pero por diferentes medios y al mismo tiempo, esta realidad multimedia ha impuesto nuevas formas de trabajo, generando una fusión en el lenguaje informativo correspondiente a cada medio de comunicación para poder hacer uso de los vehículos informativos al mismo tiempo. Con esto mostrar a las nuevas generaciones de estudiantes y egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación, las exigencias laborales en el rubro.

Como sugerencia y aportación de esta tesis en el ámbito de la docencia, es importante actualizar los contenidos de las materias haciendo referencia al cambio descrito y expuesto en este trabajo, debe estudiarse de manera social y técnicamente los efectos de la digitalización de medios, así, los estudiantes comprenderán las necesidades de su ámbito laboral y serán capaces de diseñar proyectos de producción actualizados y trabajar de manera alterna.

Asímismo, analizando la realidad laboral en los medios de comunicación, se tiene que tomar conciencia de la importancia social que han adquirido los medios de comunicación, ya que por su evolución han llegado a ser una institución de cultura, vida pública, política, modos de conducta, etc; por consiguiente, es urgente que las políticas públicas se contextualicen y puedan aplicarse de la mejor manera a esta SIC y sus nuevos modos de producción como la transmisión simultánea, la cual logra un acercamiento por parte de los medios a más usuarios.

El caso de Fórmula de la Tarde, es como muchos otros casos un programa novedoso transmitido por radio y televisión en México; es un ejemplo de el término teórico sociedad de la información y el conocimiento, que plantea una nueva era de globalización agilizada por las tecnologías de la información.

Consecuentemente los comunicólogos deben estar pendientes de estos cambios, tienen que dominar el contexto y las actualizaciones tecnológicas para poder enfrentar los cambios en cuestión de educación y de mercado laboral, así, podrán generar proyectos innovadores en cuestión de producción audiovisual, ahora multimedia.

La tendencia de las empresas radiofónicas, televisivas, y medios escritos es transmitir la información de la mejor manera que convenga en las ganancias ante la competencia comunicativa generada por las nuevas tecnologías. Dar a la creciente sociedad de la información, un mejor servicio global en el mensaje informativo, el cual será llevado por medio de la tecnología hasta los rincones de nuestro país, de manera que el comunicólogo, el periodista, el productor, los editores y todo aquel profesionista dentro de las ciencias de la comunicación deberán estar actualizados en fusión de las distintas áreas laborales y en el trabajo alterno y multimediático.

BIBLIOGRAFÍA

- ❖ Arteaga Basurto, Carlos; Campos Covarrubias, Guillermo, *Guía para la elaboración de tesis en Trabajo Social*. México, UNAM, Escuela Nal. de Trabajo Social. 2004 Pp. 88
- ❖ Carrandi Ortiz, Gabino, *Testimonio de la Televisión Mexicana*, Diana 1986. Pp. 233
- ❖ Castells, Manuel, *La Era de la Información*, Vol. I La Sociedad Red, Siglo Veintiuno, México, 2002. Pp. 590
- ❖ CBS News, *Técnicas de las Noticias en Televisión*, Trillas, México, 1968. Pp.224
- ❖ Cebrián Herreros, Mariano, *Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Síntesis, España, 1998. Pp. 543
- ❖ Covi Druetta, Delia, *Sociedad de la Información y el Conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*. La Crujía, Buenos Aires, 2004. Pp. 392
- ❖ De Fleur Lawrence Melvin; Ball Rokeach Sandra, *Teorías de la comunicación de masas*. México, Paidós 1999. Pp. 463
- ❖ Díaz Mancisidor, Alberto, *Radio y Televisión. Introducción a las nuevas tecnologías*, Paraninfo, Madrid 1990. Pp. 288
- ❖ Everette E. Dennis; Michael Derfouz; E. Díaz; R. Nozick, A. Smith, *La Sociedad de la información. Amenazas y oportunidades*. España, Edit. Complutense 1996. Pp. 143
- ❖ González Treviño, Jorge Enrique, *Televisión y Comunicación. Un enfoque teórico práctico*, Alhambra Mexicana, 1997. Pp. 280
- ❖ Gross, Lynne, Resse David, *Manual de Producción Radiofónica*, Alhambra Mexicana, 1997. Pp. 285
- ❖ Gutiérrez López, Roberto, *Información y Democracia. Los medios de Comunicación Social y su influencia sobre la política. El caso de México*. Pomares, 2005. Pp.239

- ❖ Hausman, Carl, Benoit Philip, O'Donnell Lewis, *Producción en la Radio Moderna*, Thomson Learning, 2001. Pp. 411
- ❖ Ibáñez Brambila, Berenice, *Manual para la elaboración de Tesis*. México, Trillas 1990, reimpresión 2006. Pp. 303
- ❖ McQuail, Dennis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, México, Paidós Comunicación, 2001 Pp.270
- ❖ M. Haye, Ricardo, *Hacia una Nueva Radio*, España, Paidós 1995. Pp. 222
- ❖ Montagu, Arturo, Diego Pimentel, Martín Groisman, *Cultura Digital. Comunicación y Sociedad*, México, Paidós 2004. Pp. 213
- ❖ Ortiz Garza, José Luis, *La Guerra de las Ondas*, México, Planeta 1992. Pp. 279
- ❖ Pérez Rodríguez, M^a Amor, *Los Nuevos Lenguajes de la Comunicación*, España, Paidós 2004. Pp. 267
- ❖ Pineda Barragán, Rosa M^a Coordinadora; Guadalupe Medina Ortiz; Fernando Murguía Rodríguez, *Comunicación e información ¿Procesos distintos? Teorías de la comunicación*. SUA, México 1994. Pp. 120
- ❖ Prado, Emilio, *Estructura de la Información Radiofónica*, ATE, 1981. Pp. 106
- ❖ Reboloso Gallardo, Roberto, *La Globalización y las Nuevas Tecnologías de la Información*, México, Trillas 2000. Pp. 91
- ❖ Victoria, Pilar, *Producción Radiofónica. Técnicas Básicas*, México, Trillas 2001. Pp. 124
- ❖ Wimmer, Roger; Joseph R. Dominick, *Introducción a la investigación en medios masivos de comunicación*. México, Internacional Thomson Editores 2001. Pp. 500
- ❖ Wolf, Mauro, *Los efectos sociales de los media*. España, Paidós 1994. Pp. 208

TESIS

- ❖ García Sarubbi, Alberto. *MVS comunicaciones: El reportero de la radio y televisión para un mismo medio*, Tesina de Licenciatura. México, UNAM, FCPyS, 1999
- ❖ Rojas Hinojosa, Paola. *Transmisión simultánea de un noticiero por radio y televisión: el caso "Detrás de la Noticia"* Tesis de Licenciatura. México, UNAM, FCPyS, 2002
- ❖ Rosel Moreno, María Guadalupe. *La radio en Internet como nuevo medio de comunicación*. Tesis de Licenciatura. México, UNAM, FCPyS, 2005

HEMEROGRAFÍA

- ❖ Cfr. *Otorgan permisos a concesionarios de AM para operar en la banda de FM*, La Jornada, Economía, 3 de octubre de 1994. Pág. 49
- ❖ Gálvez, Felipe. "Voz, jinete del aire", *México en el Tiempo*, Marzo-Abril 1998. Pág. 12
- ❖ Ruíz, Emiliano. *Piden Radiodifusores proteger AM y FM*, Reforma, viernes 3 de marzo del 2006. Pág. 10

PÁGINAS WEB

- www.radioformula.com.mx
- www.itu.int/wsis/index-es.html
- <http://biblio.juridicas.unam.mx>
- www.razonypalabra.org.mx
- www.etcetera.com.mx
- <http://hemeroteca.proceso.com.mx>
- www.dgsca.unam.mx
- www.amipici.org.mx
- www.mediatelecom.com.mx
- www.monografias.com
- www.nexos.com.mx
- www.segob.mx
- www.revistamexicanadecomunicacion.com.mx
- www.eluniversal.com.mx
- www.lajornada.com.mx
- www.reforma.com.mx