



UNIVERSIDAD VILLA RICA

ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD
NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“MODERNIZACIÓN DE LA TRANSMISIÓN
AUDIOVISUAL EN EL ÁREA DE
TELEVISIÓN, DE LA COORDINACIÓN
GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE
VERACRUZ”

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

PRESENTA:

GERARDO JOAQUÍN CAMINITI BUERBA

DIRECTOR DE TESINA
MTRA. ZULLY TOCAVEN CONSTELA

REVISOR DE TESINA
MTRO. JUAN CARLOS HERRERA FERNÁNDEZ

BOCA DEL RÍO, VER.

AGOSTO 2016



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.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	
COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL	
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	7
1.2 COMUNICACIÓN: DEFINICIÓN E IMPORTANCIA.	11
1.3 COMUNICACIÓN SOCIAL: DEFINICIÓN Y FUNCIÓN.	16
CAPÍTULO II	
LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ	
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	24
2.2 LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL ACTUALMENTE.	36
2.2.1 POLÍTICA PÚBLICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.	38
CAPÍTULO III	
MODERNIZACIÓN DEL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ	
3.1 EL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.	41
3.2 EL CAMARÓGRAFO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ. PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES.	48
3.3 EL ENVÍO DE INFORMACIÓN EN EL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ. PROCESO TRADICIONAL.	59
3.4 MODERNIZACIÓN DE LA TRANSMISIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ. EL ENVÍO VÍA INTERNET.	64
3.4.1 ¿POR QUÉ SE COMENZÓ A REALIZAR EL ENVÍO DE IMÁGENES POR INTERNET?	64
3.4.2 PROCESO DE EDICIÓN Y ENVÍO DE IMÁGENES POR INTERNET.	69
3.5 CÓMO OPERA ACTUALMENTE EL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.	79
CONCLUSIONES	87
BIBLIOGRAFÍA	96
FUENTES ELECTRÓNICAS	102

INTRODUCCIÓN

Desde que los seres humanos constituyeron una estructura social para coexistir se dio importancia a la creación e implementación de códigos para comunicar los sucesos más importantes de cada una de las comunidades. Dichos códigos eran de conocimiento público, y mediante ellos no sólo se daban a conocer mensajes e información importante, sino normas de comportamiento y leyes a seguir por los miembros de una sociedad, las cuales se estipulaban bajo consenso de todos. Esto marcó los inicios de una forma elemental de comunicación social.

Más adelante, con la creación de las primeras figuras hegemónicas como los reyes, emperadores o monarcas, el poder se centró en un solo individuo, el cual tomaba todas las decisiones que consideraba eran las más idóneas para los habitantes de su feudo o imperio. Estas acciones eran informadas a los demás miembros de la sociedad mediante voceros o pregoneros, quienes recorrían las diferentes aldeas y poblados. En imperios como el griego o el romano se dieron las primeras muestras de manifestaciones por parte de algunos ciudadanos en contra de las leyes impuestas; y en estas mismas civilizaciones se dieron también las primeras medidas de control, como la censura de cantos, poemas u obras de teatro cuyos contenidos denostaran a los emperadores.

Con la llegada de la imprenta a mediados del siglo XIV, se comenzó con la publicación de libros y periódicos, los cuales reforzaron el pensamiento revolucionario.

Con la eliminación de las monarquías y la implementación de la división de poderes impulsada por Montesquieu y Rousseau, además de la Revolución Industrial, los gobiernos emergentes hicieron uso de las publicaciones de la época para legitimar sus acciones y darlas a conocer a los ciudadanos; con ello el mundo dio un giro de 360°.

En México, con la llegada de la imprenta durante el periodo colonial, se empezaron a imprimir los primeros periódicos, surgiendo hojas volantes que tenían una gran carga política y social. Éstos tuvieron su mayor auge durante la Revolución Mexicana, donde diarios y panfletos fueron determinantes para dar a conocer en todos los rincones del país los movimientos tanto de los revolucionarios como del ejército oficialista.

El país ha tenido una gran tradición en cuanto a cómo informar a los ciudadanos sobre las acciones del gobierno para persuadirlos de apoyar a éste y legitimarlo. Asimismo, las diferentes voces en contra de ciertos actos gubernamentales siempre han encontrado, de alguna manera, un espacio para la denostación por parte de periodistas e intelectuales, lo cual alcanzaría niveles sin precedentes con la llegada de la radio y posteriormente de la televisión; y, hoy en día, con el desarrollo de nuevos espacios de información como las redes sociales y los portales en internet.

Actualmente el gobierno de México hace uso de todos los medios masivos de comunicación para dar a conocer las acciones que realizan el presidente de la República y todos los funcionarios de la administración pública.

Este modelo ha sido implementado también por los gobiernos de los estados, los cuales le han dado importancia en la creación de oficinas de comunicación social, cuya tarea es la de dar a conocer a los ciudadanos las acciones del gobierno.

Es una necesidad de las administraciones públicas modernas dar a conocer las obras, acciones que se llevan a cabo en una sociedad determinada. Los gobiernos deben tener un contacto directo con los ciudadanos para poder informarlos sobre el estado que guardan sus políticas.

En esta dinámica, el gobierno del Estado de Veracruz creó la Coordinación General de Comunicación Social, la cual, desde sus inicios, se ha ido modernizando constantemente para brindar mejores herramientas de comunicación, desde los boletines para prensa, las fotografías, los fragmentos de audio y las imágenes de televisión.

La CGCS del Gobierno de Veracruz es una dependencia pública con recursos propios, cuyos objetivos son elaborar, producir y transmitir información que promueva el desarrollo del estado, así como difundir acciones de gobierno, monitorear las mismas y fortalecer la identidad de los veracruzanos, todo ello teniendo como premisa la integración social y política de Veracruz.

Para el cumplimiento de sus objetivos, la CGCS cuenta con todas las herramientas necesarias y con un organigrama en el cual se incluyen elementos indispensables como las áreas de Información General, de Monitoreo y de Vinculación, además de la cadena de radio-televisión estatal RTV.

La finalidad de la CGCS del Gobierno del Estado de Veracruz es que tanto el gobernador como las dependencias oficiales que de él dependen puedan hacer uso de ella para dar a conocer las diferentes acciones y políticas públicas que se

generan en beneficio de la sociedad veracruzana, estableciendo canales que permitan a los ciudadanos calificar el trabajo de los gobernantes, al tiempo que se cumple con las obligaciones legales de informar sobre cómo se utilizan los recursos de que dispone el Estado.

Este ejercicio de la comunicación social brinda a los ciudadanos elementos de evaluación; pero, sobre todo, estipula una relación gobernante-gobernado, la cual, mediante una retroalimentación social, genera la opinión pública.

Así, es la finalidad de este estudio documentar, específicamente, cómo se ha constituido el área de televisión de la CGCS del Gobierno del Estado de Veracruz, así como explicar su proceso evolutivo y exponer cómo se ha dado la transformación y modernización del envío de la información, lo cual es parte esencial de sus funciones, entre las cuales destaca dar a conocer, a través de imágenes que son transmitidas por las cadenas de televisión y portales de canales en internet, las actividades del gobernador del estado y de los funcionarios.

OBJETIVOS

Objetivo general

Describir la evolución operada en la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Veracruz, en especial del área de televisión, enfatizando el paso al envío de imágenes a través de internet.

Objetivos específicos

- Contextualizar qué es la comunicación social y describir cuál es su principal función en el entorno de las sociedades contemporáneas.

- Describir cómo fue constituida la CGCS del Gobierno del Estado de Veracruz y cuáles son sus principales funciones.
- Describir la estructura de la CGCS del Gobierno del Estado de Veracruz.
- Explicar cómo opera el área de televisión de la CGCS del Gobierno del Estado de Veracruz y describir cuáles son las tareas que desempeña dentro de la dependencia.
- Describir la figura del camarógrafo de comunicación social como parte fundamental del equipo de prensa de una fuente oficial.
- Explicar los procesos de envío de imágenes llevados a cabo por el área de televisión de la CGCS del Gobierno de Veracruz, distinguiendo cómo se transmitían las imágenes anteriormente y enfatizando cómo se dio el proceso de modernización hacia la forma de envío que se utiliza hoy en día a través de internet.

METODOLOGÍA

La presente tesina se sustenta, ante todo, en una exhaustiva investigación documental, la cual, según Baena, puede definirse como aquella consistente en *“la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de materiales bibliográficos”*¹, o sea libros, revistas, periódicos y fuentes informáticas. En este caso, se recurrió a bibliotecas, archivos y materiales en línea para dar soporte al estudio.

Por la finalidad del trabajo, se puede calificar como un estudio descriptivo en la medida en que se buscó reseñar las características o rasgos de la situación o fenómeno que era objeto de estudio. Las investigaciones descriptivas sirven para explicar las características más importantes del fenómeno que se va a

¹ ÁVILA BARAY, H.L. (2006): *Introducción a la metodología de la investigación*, Ciudad Cuauhtémoc, EUMED, p. 49.

estudiar en lo que respecta a su aparición, frecuencia y desarrollo; podría decirse que ayudan a reconstruir el objeto de estudio permitiendo establecer contacto con la realidad a fin de conocerla mejor². Estas características se corresponden con la orientación que se dio a la tesina.

El diseño del estudio será descriptivo, en especial, porque se hará una descripción de cómo era el proceso inicial de envío de imágenes en la CGCS del Gobierno de Veracruz, comparándola con la implementación del nuevo envío de imágenes por internet implementado a partir de la gira por Brasil del gobernador Fidel Herrera Beltrán en la primavera del 2010.

Por otra parte, si bien es cierto que la investigación estará basada en fuentes bibliográficas y datos históricos obtenidos de los archivos de la propia dependencia, hay que destacar el papel que jugaron tanto la observación no científica como la práctica presencial directa de los hechos.

Mucho de lo expuesto a lo largo de este documento proviene, sobre todo, de la experiencia directa de cómo se lleva el proceso de la comunicación social desde una fuente gubernamental. Para ello se considerará la experiencia personal de un egresado de la Facultad de Comunicación de la Universidad Villa Rica de Boca del Río, Ver., que labora en el Área de Televisión de la CGCS del Gobierno de Veracruz, como camarógrafo y que fungió como realizador del primer envío por internet de imágenes de televisión acerca de las actividades de un gobernador de Veracruz en el año 2010.

² GALÁN AMADOR, M. (2012): "Investigación descriptiva", *Metodología de la investigación. Manuel Galán Amador*. Disponible en http://manuelgalan.blogspot.mx/2012_08_26_archive.html.

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN SOCIAL

1.1 LA COMUNICACIÓN Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La necesidad de comunicar y darse a entender entre los miembros de la misma especie es una necesidad básica de los seres humanos. Existe una urgencia, presente en la naturaleza tanto personal como social, de dar a conocer a los demás los hechos que suceden en la vida cotidiana.

“La necesidad de comunicarse fue el motor de todo tipo de codificaciones expresivas”³. Como resultado de ello, la historia de la comunicación humana se ha dividido en cuatro fases⁴:

- a) La *mnemónica* (de memoria), que se caracterizó por el uso de objetos reales que eran el equivalente a datos o mensajes entre gentes que vivían alejadas y no pertenecían al mismo sistema de comunicación. Un ejemplo son las cuerdas con nudos que los chinos usaban para conmemorar acontecimientos, para transmitir órdenes, como instrumento de cálculo y hasta para guardar el recuerdo de los muertos.
- b) La *pictórica*, cuando se transmitía los mensajes mediante la pintura, representando los objetos. Estos dibujos y grabados no sólo aparecen en la pintura rupestre, sino sobre un gran número de objetos empleados para el intercambio comercial, como armas, utensilios, tablillas...

³ VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (2000): *Historia y comunicación social*, Barcelona, Mondadori, p. 12.

⁴ BAENA PAZ, G. y MONTERO OLIVARES, S. (2014): *Ciencias de la comunicación 2*, serie integral por competencias, México, Grupo Editorial Patria, p. 6

- c) La *ideográfica*, resultado de la asociación de símbolos pictográficos con objetos e ideas. Los signos se empleaban cada vez más en la representación de ideas; esto sirvió como forma primitiva de relato, por lo cual se volvió también social.
- d) La *fonética*, que se establece cuando un signo representa un sonido, fueran palabras enteras, sílabas o lo que hoy se conoce como las letras. El punto clave de dicha etapa fue la creación del alfabeto, utilizado por aquellas civilizaciones con mayor desarrollo social; éste era una clave de intercomunicación y, al mismo tiempo, un modo de penetración cultural en manos de los pueblos de la antigüedad, desde las tablillas de arcilla de los babilonios hasta el papiro de los egipcios.

Las noticias tenían entonces canales rudimentarios de comercialización. La lentitud comunicativa de la antigüedad y la Edad Media estuvo en función de la dificultad para reproducir los mensajes y difundirlos, con el resultado de la imposibilidad de una verdadera generalización del comunicado. El uso de pregoneros y voceadores comerciales, así como el teatro, fueron herramientas implementadas en los imperios de la antigüedad como medidas de control de la información. Hay que recordar que, como señala Reig, en todas las sociedades, han existido estructuras de poder que han ejercido un dominio sobre los otros a través de los mensajes, sean estos últimos escrituras petroglíficas, zigurats, pirámides, capiteles románicos o vidrieras de catedrales góticas; todos estos elementos-mensajes narraban historias y, en general, transmitían un mensaje oficial, unidireccional y monopolizado por parte de aquellos que detentaban el poder⁵.

⁵ REIG, R. (2010): *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*, col. Periodística, no. 36, Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, p. 14.

Siguiendo esta línea se puede decir que Roma, en específico, desarrolló las bases materiales de una comunicación intracomunal perfectamente adscrita a los propósitos del Estado. Por ejemplo, no hizo otra cosa que utilizar la comunicación social, desde las normas griegas importadas o de desarrollo paralelo (discurso y comunicados), para generar una especie de diario oficial conocido también como *Acta Diurna* (es decir, “hechos del día”). Creado por Julio César, este antecedente de los diarios contemporáneos, que se mantuvo vigente hasta el siglo IV, llegó a incluir programas completos de espectáculos o de los juegos olímpicos, ofreciendo rendición de las cuentas públicas e informando también acerca de bodas, defunciones y ventas⁶. Con todo ello el imperio romano ensayaba técnicas que hoy serían calificadas como “comunicación social” y las fijó como modelos de conducta en la relación del poder como supremo emisor y el pueblo como supremo receptor.

En ese contexto, el teatro era considerado como el medio de comunicación más peligroso por la capacidad de representación simbólica de los actores y por la audiencia, indiscriminada, de un público de todos los sectores sociales⁷. Asimismo fue Roma la que creó las bases legales de la censura político-social: en el siglo I a.C. ya se podía condenar a pena de muerte a autores o cantantes de canciones difamatorias o injuriosas hacia quienes detentaban el poder; esto sucedía, sobre todo, cuando se producían cambios en las estructuras de gobierno, de tal modo que podía darse el caso de que pudieran circular libremente en la nueva situación política obras que hasta entonces hubieran estado prohibidas, o viceversa⁸.

⁶ CHECA GODOY, A. (2007): *Historia de la publicidad*, Oleiros, Netbiblo, p. 7.

⁷ VÁZQUEZ MONTALBÁN, M., *op. cit.*, nota 3, p. 12.

⁸ “3. La censura del imperio romano”, *Galicia Irredenta*. Disponible en <http://kallaikoi.0catch.com/05.htm>.

También los griegos, en su momento, habían llevado a sus últimas consecuencias el control informativo. Establecieron la propaganda política como una etapa superior, más elaborada y técnicamente mejor armada, del control de la comunicación; y generalmente usaban el teatro con estos fines, de modo que los festivales dramáticos en general se convertían en un auténtico acto de propaganda ideológica⁹.

De acuerdo con Vázquez Montalbán, el sentido de la comunicación social moderna nace “*a partir de la existencia de auténticos medios de comunicación y de auténticas masas intercomunicadas*”¹⁰. Precisa la existencia de fuentes de noticias, un sistema de transmisión de las mismas, polos de recepción y transmisión, y receptores que tienen demanda de información; esto sólo sería posible tras la invención de la imprenta en el siglo XV y el desarrollo del comercio y del correo en esa época y en los siglos subsecuentes.

El lenguaje y la escritura se presentaron como instrumentos de comunicación primitivos supeditados a las limitaciones de espacio y lugar, y a su transmisión a través de la distancia entre emisor y receptor.

⁹ GÓMEZ ESPELOSÍN, F.J. (2001): *Historia de Grecia antigua*, Madrid, Akal, p. 186.

¹⁰ MORET, J. (2010): *El Lead: Una revisión crítica*, col. Textos de la Comunicación, San Cristóbal, Universidad de los Andes, p. 19.

1.2 COMUNICACIÓN. DEFINICIÓN E IMPORTANCIA

Menéndez define a la comunicación como “*el proceso vital mediante el cual un organismo establece una relación funcional consigo y con el medio que le rodea*”¹¹. Viene a ser un proceso complejo y continuo que involucra componentes verbales y no verbales; por lo tanto, puede decirse que se realiza a través de acciones expresivas que funcionan como señales, signos y símbolos¹². Esto significa que la comunicación humana se lleva a cabo gracias a que la persona aprende a manipular dichos significados dentro de sí (esto es, tiene la capacidad de pensar) y a intercambiarlos (logrando una comunicación interpersonal o intersocial).

El hombre, entonces, puede describirse, ante todo, como un animal simbólico. En la vida diaria, y sobre todo en la comunicación, un símbolo es un recurso primordial para transmitir información. Sin el manejo de los símbolos el hombre no habría podido desarrollar sociedades, cultura, civilización; precisar y expresar las normas de un grupo, ejercer el control social, definir roles, coordinar esfuerzos o mantener cohesión social. Para García Guzmán, el carácter simbólico es una referencia importante para toda persona e influye en el desarrollo de sus capacidades y habilidades intelectuales, así como personales emocionales y sociales; no hay prácticamente ninguna esfera del conocimiento que no tenga que ver con el conocimiento simbólico¹³.

¹¹ BELTRÁN PÉREZ ROJAS, L. (2007): “Aportes al objeto de estudio de la comunicación, una propuesta desde la psicología cognitiva”, *Global Media Journal México*, vol. 4, no. 8, Laredo, Departamento de Psicología y Comunicación de Texas A&M International University / Escuela de Educación, Humanidades y Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey, p. 5.

¹² VALLVERDÚ, J. (2008): *Antropología simbólica. Teoría y etnografía sobre religión, simbolismo y ritual*, col. Humanidades, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya, p. 30.

¹³ GARCÍA GUZMÁN, S.: “La importancia del símbolo”, *Libros Abiertos*. Disponible en http://librosabiertos.atwebpages.com/documentos/LA_IMPORTANCIA_DEL_SIMBOLO.pdf.

La comunicación es una necesidad personal y social de los seres humanos. En los órdenes de lo humano interpersonal y de las estructuras sociales, la comunicación no es únicamente un requisito indispensable de toda relación, sino el instrumento específico de la inteligencia hacia el conocimiento, el aprendizaje, la civilización y la cultura¹⁴.

Entonces, se entiende la comunicación como la necesidad natural de los seres humanos de interpretar los sucesos que se dan en su entorno mediante el uso de símbolos o códigos de forma personal; y posteriormente compartir esto con los demás miembros de la comunidad a la cual pertenecen.

Desde el momento en que dicha información es difundida entre los seres de una misma especie, es posible afirmar que la comunicación no constituye un estado fijo, sino un proceso permanente, dinámico y cambiante, sujeto a reinterpretaciones y reestructuraciones debido a la cultura y a las condiciones de la sociedad.

Se han identificado dos esquemas básicos de la comunicación humana¹⁵:

- El modelo griego, construido por Aristóteles a partir de la retórica, el cual está conformado por los tres elementos fundamentales: un orador, un discurso, y un auditorio o público. Este modelo nunca concibió la interacción entre sus partes, y se centró sólo en la transmisión de los mensajes.

¹⁴ RIZO, M. (2005): "La psicología social y la sociología fenomenológica. Apuntes teóricos para la exploración de la dimensión comunicológica de la interacción", *Global Media Journal, Edición Iberoamericana*, vol. 2, no. 3, Monterrey, Centro de Investigación en Comunicación e Información del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey. Disponible en http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_4.html.

¹⁵ DE LA FUENTE HERNÁNDEZ, J. *et al* (2014): *Promoción y educación para la salud en odontología*, México, El Manual Moderno, s/n.

- Un segundo modelo, en el que participaron el ingeniero y matemático Claude Shannon y el biólogo e informático Warren Weaver, que constituyó el primer esquema moderno e incluye:
 1. Emisor
 2. Codificador del emisor
 3. Mensaje
 4. Canal
 5. Descifrador del receptor
 6. Receptor
 7. Un elemento de distorsión del mensaje (opera sobre el canal) al que llamaron “ruido”
 8. Retroalimentación

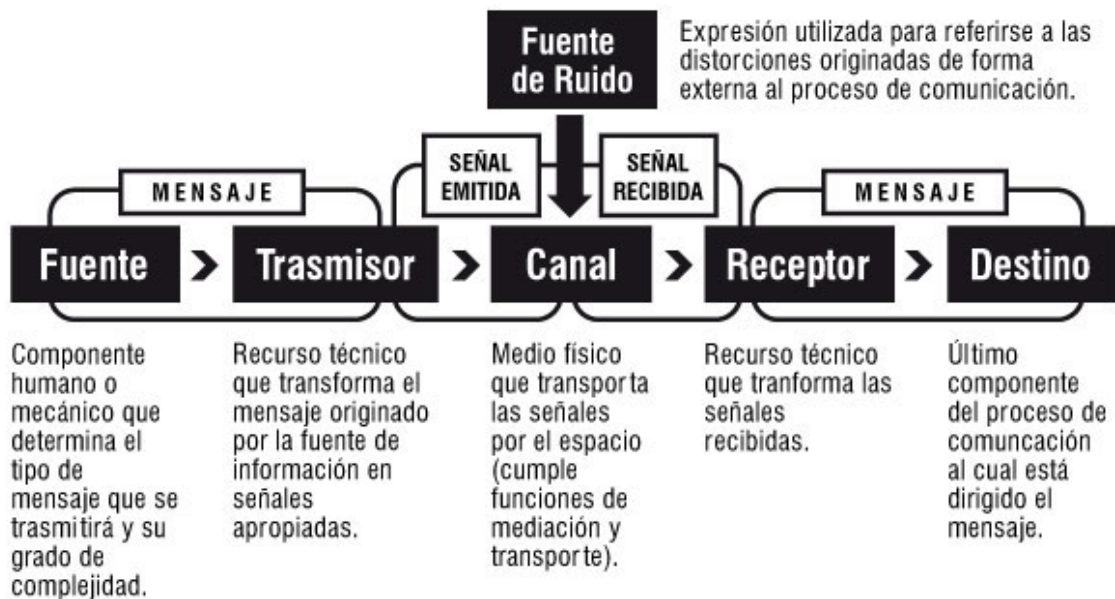


Figura 1.1. Modelo de comunicación de Shannon y Weaver (1947)¹⁶

¹⁶ ORTEGA CALIZ, J.R. (2013): “Unidad 2. Factores y procesos de la comunicación”, *Desarrollo y Relaciones Humanas. Bitácora*. Disponible en <http://jrnovakc.blogspot.mx/2013/03/unidad-2factores-y-procesos-de-la.html>.

La gran aportación de este modelo fue incluir la fase de retroalimentación, la cual duplica y complica el proceso de la comunicación. La retroalimentación es la respuesta que el receptor emite como consecuencia de haber recibido el mensaje y permite al emisor asegurarse de que el mensaje fue decodificado como se esperaba y comprendido de manera correcta¹⁷.

La retroalimentación tiene algunos puntos importantes: otorga una nueva dimensión al proceso mismo de la comunicación, y le da un carácter de vía doble, con mensajes de ida y vuelta, confiriendo un papel activo al receptor considerado como un objeto pasivo en el proceso comunicativo.

El modelo de Shannon y Weaver es la base para que una sociedad responda al interpretar los diferentes mensajes que son compartidos entre los miembros de la comunidad. La información enviada se traduce masivamente, aunque la decodificación no sea la misma para todos los individuos.

Hoy en día, el concepto de “era digital”¹⁸ representa el punto máximo de desarrollo de la comunicación y de la trasmisión de información en la civilización contemporánea. Los medios masivos de comunicación, como la radio, la televisión y los periódicos, dan a conocer los sucesos que trascienden en todo el planeta en cuestión de minutos, integrando la “aldea global”¹⁹ descrita en el pensamiento de McLuhan.

¹⁷ SARRIES SANZ, L. y CASARES GARCÍA, E. (2008): *Buenas prácticas en recursos humanos*, serie Libros Profesionales de Empresa, Madrid, ESIC, p. 216.

¹⁸ Es el nombre que recibe el período de la historia de la humanidad que va ligado a las tecnologías de la información y la comunicación.

¹⁹ Teoría sociológica que asegura que se ha dado un cambio producido principalmente por la radio, el cine y la televisión, medios de comunicación audiovisual que difunden imágenes y sonidos de cualquier lugar y momento, y ocupan un espacio cada vez más importante en el hogar y la vida cotidiana. El ancho mundo se ha convertido en una pequeña aldea global, y las características de los medios provocan que vuelvan a emerger en la sociedad comportamientos tribales.

Con la llegada de nuevos espacios de comunicación, los seres humanos han reducido la barrera para transmitir los pensamientos. Si bien los medios electrónicos brindaban espacios de expresión, hoy en día las redes sociales ofrecen inmediatez e interpersonalidad en la forma de comunicarse. Sucesos que acontecían en otras latitudes, y de los cuales antes las personas demoraban en enterarse, hoy día, gracias a canales como Facebook, Twitter o YouTube, pueden saberse en cuestión de minutos. La interacción entre los ciudadanos y los gobernantes, por citar solo un ejemplo, se ha reducido considerablemente.

Lo que antes se expresaba en cartas dirigidas a otra persona como medio de comunicación, hoy es comunicado a través de computadoras, utilizando interfaces que, a través de mensajes, transmiten directamente a otras personas o hasta a los mandatarios, mediante una cuenta personal, lo que se piensa o se desea comunicar; es decir, el intercambio es más directo y la comunicación se ha vuelto más personal y rápida que antes. Estos mensajes pueden ser compartidos en todas partes del mundo.

Herramientas como los “Tuit”²⁰, de la red social Twitter, permiten en cualquier momento dar a conocer el punto de vista personal sobre los sucesos globales o sobre las políticas y acciones que un alcalde, el gobernador o el presidente llevan a cabo para mejorar las condiciones de la sociedad.

²⁰ Se llama “tuit” y/o “tweet” a un mensaje digital que se envía a través de la red social Tweeter y que se distingue porque no puede rebasar un número limitado de caracteres.

1.3 COMUNICACIÓN SOCIAL. DEFINICIÓN Y FUNCIÓN

Se define la comunicación social como todo aquel mensaje que se quiere comunicar por parte de un emisor hacia los miembros de una comunidad determinada, los cuales actúan como receptores utilizando el mismo código de símbolos, mismo que todos puedan descifrar y entender, y que busca el entendimiento de todos.

Actualmente el modelo de comunicación social forma parte de las ciencias sociales y tiene que ver fundamentalmente con relaciones humanas, sociales y compromisos políticos.

El *Diccionario suizo de política social* define a la comunicación social como *“el conjunto de actos de comunicación destinados a modificar las representaciones, los comportamientos o a reforzar las solidaridades”*²¹. Así, cuando un organismo del sector público o una empresa ejecutan la comunicación por derecho propio, por imperativo político y por responsabilidad social y lo difunden a los ciudadanos, la convierten en comunicación social. Crean un puente de entendimiento de doble vía con la sociedad para darle a conocer sus políticas, planes, programas y logros para su desarrollo.

Según Celis García, la comunicación social *“es la función pública que promueve el intercambio de información entre gobernantes y gobernados a través de canales de transmisión, tanto estructurados como informales”*²²; a esto agrega que dicha comunicación *“dimana y se sustenta en el Derecho y tiene como responsabilidad contribuir a propiciar el desarrollo.*

²¹ SARMIENTO, R. (2014): “¿Qué es la comunicación social?”, en VILCHES, F. y SANZ Y SIMÓN, L., coords.: *Comunicación social y accesibilidad*, col. Nuevos Discursos, no. 7, Madrid, Fundación Vodafone España / Dykinson, p. 17.

²² CELIS GARCÍA, N. (2007): *El poder de la comunicación. La comunicación y el poder*, México, Porrúa, p. 20.

*Sirve como puente de entendimiento ente Gobierno y sociedad. Propugna y estimula la participación individual y colectiva para impulsar cambios en beneficio general*²³.

La comunicación social, como función pública, es un servicio; sus objetivos son: informar, orientar, motivar, acercar, vincular e integrar a la sociedad en torno a los valores, los intereses, las aspiraciones, los planes, los programas, las acciones y las metas cualitativas y cuantitativas que impulsa el Gobierno para alcanzar el desarrollo integral y general.²⁴ Celis García asegura que la comunicación social es herramienta estratégica de apoyo a la política y que, en pocas palabras, ayuda a gobernar.

La comunicación social integra materias y técnicas afines como: periodismo televisivo y radiofónico, prensa, agencias de noticias e internet; difusión de información institucional mediante conferencias de prensa, giras de trabajo, entrevistas, emisión de boletines y desplegados en medios de comunicación; diseño y producción de campañas multimedia, propaganda, publicidad y relaciones públicas; análisis de contenido; promoción, mercadotecnia, sondeos y encuestas; investigaciones políticas en su ámbito de interés; comunicación organizacional y hasta diseño y artes gráficas, que puede utilizar individualmente o todas juntas en un momento estratégico para lograr movilizaciones sociales hacia las metas de beneficio colectivo.

La comunicación social es ejercida por todo el Gobierno a través de oficinas en cada dependencia de la administración pública de cualquier poder o ámbito:

- Poder ejecutivo, legislativo y judicial.
- Gobierno federal, estatal o municipal.
- Organismos paraestatales y descentralizados.

²³ *Idem*

²⁴ *Idem*

Las principales características de la comunicación social, de acuerdo con Celis García, son²⁵:

1. *La comunicación no es la política ni la sustituye.* En este sentido, y aunque Macassi Lavander afirme que “*crecientemente los medios de comunicación sustituyen a la comunicación política, constituyéndose ellos mismos en escenarios, en actores y en catalizadores de la comunicación política*”²⁶, la realidad es que a través de la comunicación social se debe servir a la sociedad, no vender una imagen de ficción.
2. *Propugna el intercambio de información entre emisor y receptor*, fórmula que permite el entendimiento y que motiva, convence y promueve la participación de la sociedad en los grandes objetivos nacionales, estatales o municipales.
3. *Debe proyectar respuestas oportunas, suficientes y satisfactorias a las necesidades y expectativas sociales básicas y prioritarias*; dicho de otro modo, la comunicación social debe responder a las necesidades de vinculación de las dependencias estatales con los distintos grupos y núcleos de la población que así lo demanden.
4. *La información, que es el instrumento base de la comunicación social, ha de ser estrictamente veraz, comprobable y transmitirse oportunamente por canales idóneos* (medios de comunicación masiva, selectivos o directos, portales de internet, redes sociales, etc.). Accesibilidad y transparencia se vuelven condiciones básicas para el ejercicio de la comunicación social; ésta, dicen Peruzzotti y Smulovitz, necesita visibilidad, “*y los medios son el instrumento más importante para alcanzar esa meta*”²⁷.

²⁵ *Ibidem*, p. 96

²⁶ GARCÍA SAMANIEGO, F.R. (2011): “Los medios de comunicación como el espacio privilegiado de la política en las democracias”, *Revista de Ciencia Política*, no. 13, Buenos Aires, s/n.

²⁷ FUENMAYOR E., A. (2004): *El derecho de los ciudadanos a la opinión pública. Análisis jurídico y recomendaciones para una propuesta de ley modelo sobre el derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública*, San José, Oficina de la UNESCO para América Central, p. 8.

5. *Demanda el empleo de un lenguaje claro, cierto y convincente para decir todo cuanto deba saber la sociedad a la que sirve.* Esto es porque, desde la perspectiva de la comunicación social, la diversidad de signos lingüísticos inmersos en una población y el desconocimiento de las características lingüísticas de la misma pueden ser una “amenaza” al buen desarrollo del proceso comunicativo²⁸; la idea debe ser enterar al público de lo que se desea informar y lograr que éste reaccione en consecuencia.
6. *Implica la presencia del gobierno, pero no la ausencia del gobernado.* Gracias a las funciones de la comunicación social es que el Estado, en sus distintos órdenes, puede vincularse con la sociedad y construir canales para que ésta, a su vez, responda a lo que el gobierno plantea, generándose una eficiente retroalimentación.
7. *Los mensajes deben ser rigurosamente objetivos para que despierten objetividad.* De hecho, Soler Rojas establece que los “*principios inspiradores de la actividad de los medios de comunicación social del Estado la objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones y la separación entre éstas y las opiniones*”²⁹.
8. *Ha de ser producto de la reflexión, el conocimiento y la responsabilidad pública.* Esto quiere decir que, en el ejercicio de la comunicación social, hay “*la exigencia de una ética y de una responsabilidad pública ante la audiencia a cuyo servicio se debe por encima de cualquier otra exigencia*”³⁰, principalmente política.

²⁸ RÍOS HERNÁNDEZ, I. (2010): “El lenguaje: herramienta de reconstrucción del pensamiento”, *Razón y Palabra*, no. 72, Atizapán de Zaragoza, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, s/n. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/27_Rios_72.pdf.

²⁹ SOLER ROJAS, P. (2010): “Capítulo 9: Algunas claves de la manipulación informativa”, en APARICI, R., coord.: *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, serie Educación Social, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia, p. 146.

³⁰ CEBRIÁN HERREROS, M. (2003): “Deontología periodística en radio y televisión”, en BURSET TOURON, M.A., coord.: *Deontología, función social y responsabilidad de los profesionales de la comunicación. Ciclo de conferencias*, Madrid, Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid, p. 201.

9. *Debe ser clara, breve y concreta*, para informar lo que hace falta, sin caer en exceso de detalles o en elementos que pudieran desviar la atención de los puntos centrales a transmitir.
10. *Ha de ser, ante todo, necesaria*. La razón para ello, explica Funes³¹, es que las instituciones del Estado deben garantizar el acceso de la sociedad a la información que en ellas circula, así como explicar y explicitar cómo se asigna el presupuesto, en qué y por qué se gasta. La comunicación de esas actividades se vuelve, entonces, una necesidad, pues cada decisión que se toma en las instituciones públicas afecta a todos; por tanto, conocerlas es una manera de participar y conformar la identidad como ciudadanos.
11. *Tenderá a demostrar, comprobar y suscitar análisis y participación*. A los señalamientos anteriores Funes añade que la información sobre las acciones y propuestas de los que conducen esos organismos del Estado tiene que colaborar para generar esa participación ciudadana y el ejercicio democrático³².
12. *Informará de manera suficiente y confiable sobre los hechos, a partir de los hechos*. Aunque éste es un compromiso de cualquier comunicador, asume un valor fundamental en el campo de la comunicación social: siempre se ha de informar sobre los hechos de forma objetiva, planteando los acontecimientos tal como sucedieron, dicen Sabés Turmo³³, evitando manipularlos o tergiversarlos más allá de las adecuaciones que deban hacerse de acuerdo con el medio a través del cual se vaya a transmitir el mensaje. El medio podrá condicionar la

³¹ FUNES, M. (2014): "Por qué es necesaria la comunicación en las instituciones públicas", *Los Andes*, no. 7520, mes 04, año 20, Mendoza, Grupo Clarín. Disponible en <http://losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas>.

³² *Ídem*.

³³ SABÉS TURMO, F. y VERÓN LASSA, J.J. (2009): *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*, serie Periodística, no. 19, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, p. 18.

noticia, la forma de su tratamiento, pero no debe hacer lo mismo con los hechos en sí.

13. *Evaluará y comunicará decisiones gubernamentales conforme a normas, criterios y procedimientos explícitos y precisos de documentación e información* con el fin primero de que la imagen pública de quienes ejercen el poder se posicione positivamente entre la sociedad. No hay que olvidar que, como mencionan Reina y Rossi, “*todo gobierno comunica todo el tiempo, lo quiera o no*”³⁴.
14. *Explicará lo esencial de un problema*, de tal modo que se proporcione a la gente la información que ésta necesita para comprender la situación.
15. *Argumentará racionalmente*, tratando de no recurrir a las apelaciones emotivas o a otros recursos falaces que puedan desvirtuar la información o generar una interpretación desviada de la misma.
16. *Contendrá información directa y actual*. Directa porque debe emanar de la propia fuente de donde se generen los datos; y actual porque debe referirse a los eventos del momento.
17. *Argumentará a favor y aceptará diferencia, disidencia y oposición*, entendiendo estas últimas como factores necesarios en una sociedad democrática.
18. *Debe ser constante, aunque no por ello única ni permanente*. Su periodicidad obedecerá a las propias necesidades de comunicación de cada entidad u organismo público.
19. *Tenderá a acercar y propiciar entendimiento gobierno-sociedad para que juntos enfrenten la solución de los problemas de un país o un estado*, siendo ésta, en último caso, su función sustantiva.

³⁴ REINA, A.M. y ROSSI, S. (2010): “Algunas reflexiones sobre la comunicación del gobierno”, en IVOSKUS, D., ed.: *Cumbre Mundial de Comunicación Política: Cambios socioculturales del siglo XXI*, Buenos Aires, Libros del Zorzal, p. 70.

En la interacción gobierno-sociedad entra en juego otro elemento fundamental que va estrechamente ligado a la retroalimentación que los ciudadanos pueden expresar después de codificar el mensaje recibido: la libertad de expresión.

Bidart Campos dice que *“la expresión, la información y la comunicación, cuando se movilizan en un clima de libertad inoculan en los intersticios de la sociedad un activismo propenso a sacudir la indiferencia, la apatía y el conformismo y a dinamizar las opiniones públicas”*³⁵. Aquí los medios juegan un papel relevante porque estimulan una variedad de modalidades para la participación social debido a la capacidad de penetración que poseen. Bidart añade que *“la libertad de expresión no se limita a exteriorizar pensamientos, ideas y opiniones; implica la libertad de buscar, recibir y difundir información”*³⁶.

Como lo vemos hoy en día con las imágenes difundidas por medios de comunicación, los ciudadanos, haciendo uso de la libertad de expresión a través de una marcha o un mitin, por ejemplo, pueden expresar su sentir frente a las decisiones de gobierno, indicando si se encuentran a favor o en contra. De igual modo, en las redes sociales pueden manifestar su descontento o aprobación no solo acerca de las acciones de gobierno, sino con relación a los distintos sucesos que ocurren en la sociedad y que antes podrían pasar desapercibidos.

³⁵ BIDART CAMPOS, G. (1999): “Los medios de comunicación en la democracia: libertad de expresión, empresa, poder social, proyección institucional”, en SANDLER, H.R., coord.: *El Cuarto Poder: Expresión, información y comunicación social*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Jurídicas y Sociales A. L. Gioja/ Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires / EDIAR, p. 159.

³⁶ *Idem.*

Estas respuestas a un hecho constituyen la opinión pública, definida por González Alonso como aquella que manifiesta o involucra un estado de aprobación o desaprobación general sobre un asunto de interés común³⁷; será una idea colectiva emitida o sentida por una parte determinada de la sociedad. La opinión pública es medida con base en la percepción que la sociedad tiene no sólo de la imagen de sus gobernantes, sino de las decisiones que éstos toman y de cómo las comunican.

Para poder persuadir a la ciudadanía y mejorar la opinión que ésta tenga sobre sus acciones, los gobiernos podrán medir los parámetros de aceptación o rechazo acerca de las políticas que se han implementado. Las encuestas, las campañas positivas y el realce de determinados actos de gobierno son buenos ejemplos de cómo las entidades de gobierno buscan la aceptación de los gobernados.

³⁷ GONZÁLEZ ALONSO, C. (2003): *Diccionario de comunicación*, México, Trillas, pp. 110-111

CAPÍTULO II

LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El Gobierno de Veracruz es el encargado de administrar las políticas públicas que garanticen no sólo el desarrollo económico y político de la entidad veracruzana, sino el de todos los habitantes, brindándoles una buena calidad de vida. El Gobierno del Estado se divide para su gestión en tres poderes: el ejecutivo (Gobernador), el legislativo (Congreso del Estado) y el judicial (Tribunal Superior de Justicia), cuyas sedes están en la capital de la entidad, la ciudad de Xalapa-Enríquez.

El gobernador, jefe del Poder Ejecutivo Estatal, es elegido por sufragio directo de los electores adscritos al padrón electoral estatal y no puede ser reelegido para el cargo u ocuparlo nuevamente, ni como sustituto ni como interino. La gestión del gobernador es de 6 años e inicia el 1 de diciembre del año electoral en curso.

El Congreso del Estado es una asamblea unicameral formada por 50 diputados: 30 electos por el principio de mayoría relativa y 20 electos por el principio de representación proporcional. El Congreso Estatal se renueva cada tres años y los diputados no pueden ser reelegidos para la legislatura siguiente.

El poder judicial es el garante de la constitucionalidad en el Estado y tiene a su cargo, como función primigenia, la tarea de administrar justicia en el territorio veracruzano. Para el desempeño de sus funciones, el poder judicial se deposita en un Tribunal Superior de Justicia, en un Tribunal de lo Contencioso Administrativo, en un Tribunal de Conciliación y Arbitraje; así como en los Juzgados de Primera Instancia, Menores, Municipales, de Comunidad y en la Comisión Jurisdiccional de Menores Infractores³⁸. El órgano principal, que es el Tribunal Superior de Justicia, está integrado por 28 magistrados y es presidido por el magistrado presidente, quien no integrará sala, y por los presidentes de cada una de sus salas, a excepción de la electoral. El magistrado presidente es elegido por el pleno para una gestión de 3 años y puede ser reelegido una única vez más.

La estructura gubernamental está conformada por veinte secretarías o dependencias, cada una con un titular, las cuales conforman el grupo de colaboradores o gabinete de trabajo del gobernador. Estas dependencias son responsables de proveer a los ciudadanos todas aquellas garantías provistas en la Constitución del Estado y que, por decreto, son un derecho, como la salud, el empleo, la seguridad pública, la protección ante desastres naturales y la información.

³⁸ PODER JUDICIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE. "Nuestra institución", *Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave*. Disponible en <http://www.pjeveracruz.gob.mx/>.

Como toda entidad pública, el Gobierno del Estado debe dar a conocer a los ciudadanos las acciones y programas que implementará para resolver los problemas que aquejan a la sociedad, además de crear políticas públicas que busquen el bienestar de la misma; y serán los propios habitantes del estado quienes califiquen positiva o negativamente el trabajo de las autoridades.

Así fue que, con el objetivo de informar el quehacer del gobernador y los funcionarios estatales, se fundó en el año de 1967 la Coordinación General de Comunicación Social, durante la administración del gobernador Fernando López Arias, recibiendo el nombre de Oficina de Prensa. Dependía directamente de la Secretaría de Gobierno y el primer encargado sería el profesor y periodista José Luis Hernández Sosa, quien marcó toda una etapa caracterizada por un periodismo significativo al que él caracterizaba con la fórmula "*Decir siempre la verdad, redactar sin cortapisas; no alabar por alabar...*"³⁹. Posteriormente se designó a Víctor Cuauhtémoc Naranjo Pérez (considerado como el primer egresado de la antigua Facultad de Periodismo de la Universidad Veracruzana⁴⁰), quien terminaría el sexenio.

En el año de 1968 fue electo gobernador del estado Rafael Murillo Vidal. Éste ratificó a Naranjo Pérez, quien desempeñaría este cargo durante todo el mandato (1968-1974), destacando en su equipo de colaboradores el Capitán Aurelio Islas Chávez y Sara Bracho Soto.

³⁹ LARA DE LA FRAGA, J.E. (2009): "El ser humano y el periodista", *La Prensa*. Disponible en <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n1118468.htm>.

⁴⁰ "El gobernador más influyente de Veracruz/ 24 de septiembre de 2010", *Blog.expediente.mx*. Disponible en <http://blog.expediente.mx/nota/198/periodico-de-veracruz-portal-de-noticias-veracruz/el-gobernador-mas-influyente-de-veracruz24-de-septiembre-de-2010>.

En el gobierno de Rafael Hernández Ochoa (1974-1980), la Oficina de Prensa fue trasladada al quinto piso del edificio del Instituto de Pensiones (IPE) y la jefatura de la oficina fue ocupada por el profesor y periodista José Miranda Virgen, quien será recordado por su destacada labor en la comunicación social y por su trabajo en la prensa, caracterizado por ser “*perfeccionista y demandante*”, centrado en las ideas de que “*redactar sin dominio del idioma era desinformar*”⁴¹ y que no se puede trabajar en los medios sin el compromiso de decir siempre la verdad.

Miranda Virgen ocuparía el cargo sólo por dos años. En este tiempo, al descentralizarse la Tesorería General del Estado (hoy SEFIPLAN), la Oficina de Prensa regresaría al Palacio de Gobierno. En lo que restó del sexenio, la dependencia tuvo varios titulares: Lino “El Indio” Villanueva Aguilar, Manuel Solares Mendiola y, terminando la administración, José Luis Couttolenc Soto, que ostentó el título de Encargado de Prensa por año y medio⁴².

Durante el sexenio de Agustín Acosta Lagunes (1980-1986) fueron tres los titulares de la Oficina de Prensa: Cecilio García Cruz, periodista de gran trayectoria en el Estado, que después sería propietario del semanario político *El Número Uno*⁴³; Rafael Arias Hernández, que desarrollaría una amplia carrera en la administración pública, fungiendo incluso como director del IVEC⁴⁴; y Ángel Leodegario Gutiérrez Castellanos, el célebre “Maestro Yayo”, descrito por sus colaboradores y amigos como

⁴¹ MORENO, D.L.: “José Miranda Virgen”, *Tú y yo coincidimos en la noche terrible*. Disponible en http://nuestraaparenterendicion.com/tuyocoincidimosenlanocheterrible/index.php/component/k2/item/71-jose-miranda-virgen#.Vyv3_aT5Ny0.

⁴² GARCÍA RIVERA, G. (2015): “Los *mass media* y el poder público”. *Imagen de Veracruz*. Disponible en <http://www.imagendeveracruz.com.mx/vercolumna.php?id=2653>.

⁴³ DÍAZ, P.: “*El Número Uno*, celebra once años”, *Sociedad Xalapa.com*, Disponible en <http://www.sociedadxalapa.com/?p=8063>.

⁴⁴ ARIAS HERNÁNDEZ, R.: “Congruencia, esfuerzo y responsabilidad”, *Centro de Estudios para la Transición Democrática*. Disponible en <http://cettrade.org/v2/book/export/html/130>.

“un tipo fuera de serie, que era muy inteligente, muy hábil, bohemio, bueno pa’ la cantada, muy respetado, en la política y en el periodismo”⁴⁵.

En este periodo no se registraron grandes cambios en la Oficina de Prensa: se trabajaba con máquinas de escribir, telex⁴⁶, cuatro reporteros y pequeñas áreas de síntesis y administración, esto debido a la poca información que se manejaba en esos años.

Los boletines y fotografías se enviaban a los diferentes periódicos del estado vía terrestre o por autobuses foráneos. El ritmo de trabajo que tendría la Oficina de Prensa hasta el sexenio de Acosta Lagunes puede considerarse mínimo comparado con el actual.

La Coordinación General de Comunicación Social funcionó como Departamento de Prensa del Gobierno Estatal hasta diciembre de 1986. A partir de esa fecha se realizó una reestructuración organizacional y administrativa que tuvo como resultado la publicación del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social en la Gaceta Oficial el 9 de abril de 1987, siendo gobernador del Estado Fernando Gutiérrez Barrios (1986-1992); asimismo, la entidad dejó de depender de la Secretaría de Gobierno y pasó al Ejecutivo del Estado.

Para realizar sus funciones la Coordinación contaba con las oficinas siguientes: una Coordinación General y los departamentos de Prensa, Radio y Televisión, Síntesis y Análisis, Relaciones Públicas y Administración y Finanzas.

⁴⁵ GONZÁLEZ GODINA, G.: “Maestro Yayo”, *La política desde Veracruz*. Disponible en <http://www.lapolitica.com.mx/?p=135104>.

⁴⁶ Llamado también “teletipo”, es un sistema telegráfico de transmisión de textos mediante un teclado que permite emitir y recibir mensajes e imprimirlos.

Como Coordinador General de Comunicación Social fungió el reconocido periodista Edgar Hernández Rodríguez; y la jefatura de Prensa estuvo a cargo de Roberto Villareal Morales, dándole mayor importancia al manejo de la comunicación gubernamental.

En su II Informe de Gobierno, Gutiérrez Barrios presentó su renuncia y pasó a ocupar la Secretaría de Gobernación, siendo presidente Carlos Salinas de Gortari. La legislatura del Estado de Veracruz, en sesión extraordinaria, designó a Dante Delgado Rannauro como gobernador constitucional interino, tuvo como coordinadores durante los cuatro años restantes del sexenio a Roberto Villarreal Morales, Orlando García Ortiz, Juan Antonio Nemi Dib e Ignacio Oropeza López.

En la administración de Nemi Dib se creó la Dirección de Medios, a cargo de Raúl Peimbert Díaz y, posteriormente, de Aurelio González Sempé; pero desapareció en corto tiempo.

En la gestión del gobernador Patricio Chirinos Calero (1992-1998), se nombró como Coordinador de Comunicación Social a Miguel López Azuara, quien ocupó el cargo durante todo el sexenio; se trataba de un periodista con amplia trayectoria, uno de los fundadores de la revista *Proceso*, que también fue subdirector editorial de Radio Educación, subdirector de Planeación de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República y director de Información de la Secretaría de Relaciones Exteriores⁴⁷.

Es importante destacar que en esta administración se modernizó el equipo de trabajo de la dependencia, adquiriéndose computadoras, mayor número de cámaras fotográficas y parque vehicular.

⁴⁷ "Miguel López Azuara, nuevo director de Notimex", *Proceso.com.mx*. Disponible en <http://www.proceso.com.mx/132692/miguel-lopez-azuara-nuevo-director-de-notimex>.

Al iniciar su administración, el gobernador Miguel Alemán Velasco (1998-2004) nombro como titular del organismo a Sabás Huesca Rebolledo, cuyo trabajo en el campo de la comunicación social es bien conocido, pues se ha desempeñado como director de Comunicación Social en el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia –DIF-; coordinador nacional de Comunicación Social para el Instituto Federal Electoral; director de Análisis de la Información en la Secretaría de Gobernación y director de Difusión del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes –CONACULTA-, entre otros cargos⁴⁸. Además, en este periodo se crearon las direcciones de Prensa, Radio y Televisión.

El cambio más importante operado en la entidad durante este periodo fue que pasó a ser, de un organismo difusor, un organismo comunicador en el sentido de recoger, atender y reactivar la opinión colectiva, particularmente sobre los asuntos públicos estatales⁴⁹. En consecuencia, el 19 de mayo del año 2000 se publicó la Ley No. 58 Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado, que en los artículos 36 y 37 amplía y especifica las atribuciones encomendadas a la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Veracruz, documento rector para el desempeño de la misma. En el artículo 36 de dicha ley se define el trabajo de la entidad, señalando que *“la Coordinación General de Comunicación Social es la dependencia responsable de coordinar la difusión informativa, publicitaria y promocional de las actividades, obras y servicios de la Administración Pública del Estado, a través de los distintos medios de comunicación o de manera directa”*⁵⁰.

⁴⁸ “Lic. Sabás Huesca Rebolledo”, *Gobernantes.com*. Disponible en <http://www.gobernantes.com/cedulas/actor4.htm>.

⁴⁹ COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ (2015b): *Manual general de organización 2015*, Xalapa, Unidad Administrativa del Departamento de Recursos Humanos de la Coordinación General de Comunicación Social del Estado de Veracruz, p. 1. Disponible en <http://www.veracruz.gob.mx/download/estructura-organica/manual-general-organizacion-cgcs/Manual%20General%20de%20Organizaci%C3%B3n.pdf>.

⁵⁰ “Ley número 58 Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz-Llave”, *Orden Jurídico.gob.mx*, p. 32. Disponible en <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDConstituciones/pdf/VER2.pdf>.

El mismo documento, en su artículo 37, establece las atribuciones del Coordinador General de Comunicación Social, entre las cuales se mencionan⁵¹:

- I. Dirigir y ejecutar la política de comunicación social y de relaciones públicas de la Administración Pública Estatal.
- II. Planear, normar, coordinar y orientar las actividades de difusión informativa, comunicación y publicidad social de la Administración Pública Estatal y evaluar la opinión pública sobre los programas y servicios gubernamentales.
- III. Registrar, analizar y sistematizar la información remitida en los medios de comunicación referente a los acontecimientos de interés del Estado de Veracruz y de la Federación.
- IV. Establecer, coordinar y promover las relaciones públicas de la Administración Pública del Estado.
- V. Analizar la información de los distintos medios de comunicación y proporcionar a las distintas dependencias y entidades aquella relacionada con su ámbito de competencia.
- VI. Mantener actualizado el banco hemerográfico, la fototeca, la videoteca, las grabaciones radiofónicas y producciones sobre la obra y actividades del Gobierno Estatal.
- VII. Diseñar y operar el Programa General de Comunicación Social de la Administración Pública Estatal, estableciendo, con el apoyo de los titulares de las dependencias, el funcionamiento y operación de las oficinas de comunicación social de las mismas, las que dependerán jerárquicamente de la Coordinación General de Comunicación Social y se reportarán funcionalmente con los titulares de cada dependencia.
- VIII. Coordinar la planeación, diseño, producción y evaluación de las campañas de publicidad social que realiza la Administración Pública del Estado a través de sus distintas dependencias e intervenir en la

⁵¹ *Ibidem*, pp. 32-33.

contratación, supervisión y trámite para la asignación de los recursos que se requiera para su realización.

- IX. Proveer a los medios de comunicación de la información oficial que emita el Gobierno del Estado y generar los instrumentos, los tiempos y los espacios pertinentes para la difusión y promoción gubernamental.
- X. Planear y operar la política de promoción, fomento y relaciones públicas del Gobierno del Estado a favor del desarrollo de Veracruz, particularmente en el ámbito de la cultura, del arte y de la cinematografía.
- XI. Establecer los vínculos y la colaboración con las instituciones académicas, los medios y los comunicadores en términos de convenios, acuerdos o programas de promoción y desarrollo comunicacional.
- XII. Coordinar con las dependencias de la Administración Pública Estatal los procedimientos para la difusión informativa, la publicidad y la promoción de la Administración Pública mediante el establecimiento del Consejo Operativo para la Comunicación Gubernamental, que estará integrado por los responsables de la comunicación social en las dependencias, encabezadas por el titular de la Coordinación General de Comunicación Social.

Paralelamente se llevó a cabo una reestructura del organismo, donde se incorporaron las siguientes áreas:

- Coordinación General, conformada por el Secretario Particular, el Secretario Técnico y el Coordinador de Asesores.
- Direcciones de: Prensa, Radio, Televisión; Fomento y Promoción Cinematográfica; Administración y Finanzas.
- Representante de Comunicación Social en la Ciudad de México.
- Unidades de Investigación y Publicidad Social.
- Enlace Institucional.

Además, se incluye el Consejo Operativo de la Comunicación Social Gubernamental, donde participan los encargados de comunicación de las 11 dependencias con el objetivo de unificar criterios en cuanto a los procedimientos de comunicación e imagen gubernamental frente a la opinión pública.

Se instituye nuevamente el Premio Estatal de Periodismo con el objetivo de reconocer el trabajo de destacados profesionales veracruzanos.

Raúl Peimbert Díaz sustituye a Sabás Huesca Rebolledo tras ser este último destituido por el gobernador. Peimbert Díaz ha sobresalido por su labor tanto a nivel nacional como en el extranjero; y su trabajo fue fundamental para consolidar al organismo gracias, en sus propias palabras, *“en buena medida a la imagen que se ha logrado reflejar de un pueblo que trabaja y de un Gobierno que crea las condiciones propicias para el desarrollo de las personas y de las instituciones”*, promoviendo *“la visión de un Veracruz dinámico, presto a la inversión, abierto al visitante, participativo y democrático”*⁵².

Para dar un mejor servicio a los comunicadores que cubren las actividades del Gobierno del Estado, se modernizó la Sala de Prensa con equipo de cómputo. Aunado a ello, en la página de internet del Gobierno del Estado, en el rubro de Comunicación Social, estaban disponibles los discursos, comunicados (boletines) y la galería fotográfica de las actividades del Gobernador del Estado, la presidenta del DIF y de los funcionarios estatales, con lo que se facilitaba la entrega de información a los medios de comunicación.

En esta primera etapa, la Coordinación General de Comunicación Social, se modernizó; pero principalmente se implementaron nuevas formas de comunicar a los veracruzanos las obras y acciones del gobierno.

⁵² *“De respeto y cordialidad, relación de Gobierno con medios: Raúl Peimbert”*, *Semanario Informativo*. Disponible en <http://www.alemanvelasco.org/semanario/archivos/despliega2.php?id=1565>.

Durante el mandato de Fidel Herrera Beltrán (2004-2010), se publicó el 13 de enero de 2006 en la Gaceta Oficial de Estado el Decreto 522, que reforma la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Gobierno del Estado de Veracruz a través de la cual se modifica la denominación de la Coordinación General de Comunicación Social por la de Dirección General de Comunicación Social⁵³.

Derivado de este Decreto se inició el proceso de actualización de la Estructura Orgánica, la cual contempla la integración de la Unidad de Publicidad Social, la cual tiene como objetivo *“diseñar y producir campañas institucionales y sociales de acuerdo con los segmentos, población y temporalidad de cada una de éstas. Asimismo, difunde obras y acciones realizadas por el Gobierno del Estado en beneficio de los veracruzanos”*⁵⁴. Entre las campañas implementadas en diferentes medios pueden mencionarse: Festival Tlacotalpan; Festival Cumbre Tajín; foros *“Y tú, ¿qué plan?”*; pago de tenencia *“Cuando Contribuyes, Construyes”*; Plan Veracruzano de Desarrollo 2011-2016; El Plan es...; *“Playas Limpias y Seguras”*; *“Veracruz, mi Estado Ideal”*; Jornadas de la Comunicación y *“Madrinas Obstétricas”*.

También se incorporaron las Representaciones en la Ciudad de México y el puerto de Veracruz, autorizándose el 8 de enero de 2007.

Asimismo, el 13 de marzo de 2008 se publicó en la Gaceta Oficial del Estado el acuerdo en el que se establece la creación de la Unidad de Acceso a la Información Pública, realizando una nueva actualización de la Estructura Orgánica que entró en vigor el 19 de diciembre de ese mismo año.

⁵³ GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ (2006): *Gaceta Oficial. Órgano del Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave*, tomo CLXXIV, No. Ext. 10, Xalapa, Gobierno del Estado de Veracruz, p. 5.

⁵⁴ GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ: (2012): *Coordinación General de Comunicación Social, Segundo Informe de Gobierno / Veracruz 2011-2012*, Xalapa, Gobierno del Estado de Veracruz, p. 505.

El 8 de marzo del 2010 se emite el acuerdo para la creación de las Unidades de Género en todas las dependencias de la administración pública, incorporándose éstas a la Dirección General de Comunicación Social.

Con una modificación relevante en su denominación y atribuciones, en 2011 se crea la Coordinación General de Comunicación Social, integrada por tres Direcciones dos Representaciones de la Coordinación y Áreas Administrativas. Esta entidad tiene los objetivos de promover una comunicación social respetuosa, abierta y participativa entre el gobierno, los medios de comunicación, las instituciones y la sociedad civil; y que ésta contribuya a la conformación y al desarrollo de la entidad veracruzana, la comunidad política, la económica y la cultural. De igual modo, es la responsable de coordinar los procesos de comunicación con los medios o de manera directa para servir a la sociedad; y entre sus atribuciones se destacan las de coordinar la difusión informativa, publicitaria y promocional de las actividades, obras y servicios de la Administración Pública del Estado, a través de los distintos medios de comunicación o de manera directa, así como coordinar con las dependencias de la administración pública estatal los procedimientos para la difusión informativa, la publicidad y la promoción de la Administración Pública mediante el establecimiento del Consejo Operativo para la Comunicación Gubernamental⁵⁵.

⁵⁵ ORGANISMO DE FISCALIZACIÓN SUPERIOR DEL ESTADO DE VERACRUZ (s/f): *Fiscalización de la cuenta pública. Resultado de la fase de comprobación*, Xalapa, ORFIS, p. 110.

2.2 LA COORDINACION GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL ACTUALMENTE.

En la actual administración estatal del Dr. Javier Duarte de Ochoa (2010-2016), se expidió el Decreto 298, el cual se publicó en la Gaceta Oficial el 06 de octubre de 2011, donde, como se dijo antes, se modifica de nuevo la denominación de la dependencia para pasar de Dirección General de Comunicación Social a Coordinación General de Comunicación Social.

El 24 de noviembre de 2014 se autorizó la actualización de la Estructura Orgánica y de la plantilla de personal de la Coordinación General, lo cual eleva el nivel jerárquico de las Direcciones de Prensa, Radio y Televisión, que pasan a ser Direcciones Generales.

A partir de enero del 2015, se implementa un proyecto de reingeniería integral dentro de la entidad. Este proceso de reestructura constó de tres etapas⁵⁶:

1. *Planeación*: Durante los meses de enero a marzo se efectuó un proceso de análisis, interpretación y planeación de las acciones de mejora de cada área que integraban la Coordinación mediante la asesoría de ex-funcionarios y expertos en la materia de comunicación social.
2. *Organización*: En el periodo de abril a mayo se realizaron acciones de alineación de las funciones, redefiniendo e integrando los equipos de trabajo que conforman las áreas de la nueva estructura orgánica.

⁵⁶ COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ (2015b): *Manual general de organización 2015*, Xalapa, Unidad Administrativa del Departamento de Recursos Humanos de la Coordinación General de Comunicación Social del Estado de Veracruz, p. 2. Disponible en <http://www.veracruz.gob.mx/download/estructura-organica/manual-general-organizacion-cgcs/Manual%20General%20de%20Organizaci%C3%B3n.pdf>.

3. *Ejecución:* A partir del mes de junio se pone en marcha la nueva estructura, cuyo objetivo es desarrollar la comunicación integral de la dependencia, mediante un esquema de 360° de las principales acciones de gobierno.

El principal beneficio que se obtiene de esta reingeniería es la reducción de los niveles jerárquicos al eliminar niveles organizacionales; esto permite lograr una comunicación directa al interior de la dependencia, mejorando los procesos, optimizando funciones y reduciendo el gasto corriente⁵⁷.

Lo anterior se establece con la publicación del Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación Social, en la Gaceta Oficial del Estado Extraordinaria (Ext. 242), el 18 de junio del 2015, reformando la dinámica de trabajo, acorde a las necesidades de comunicación social⁵⁸. Las modificaciones son las siguientes:

- La Dirección General de Televisión cambia por la Dirección General de Monitoreo, Análisis y Evaluación.
- La Dirección General de Prensa pasa a ser Dirección General de información, a la cual se integra el área de Televisión, conformada por los camarógrafos y editores.
- La Dirección General de Radio es sustituida por la Dirección General de Difusión y Vinculación.
- La Unidad de Relaciones Públicas se vuelve Unidad de Comunicación Directa.

⁵⁷ COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ (2015b): *Manual general de organización 2015*, Xalapa, Unidad Administrativa del Departamento de Recursos Humanos de la Coordinación General de Comunicación Social del Estado de Veracruz, p. 2. Disponible en <http://www.veracruz.gob.mx/download/estructura-organica/manual-general-organizacion-cgcs/Manual%20General%20de%20Organizaci%C3%B3n.pdf>.

⁵⁸ SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ (s/f): *Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación Social*, Xalapa, Secretaría de Gobierno del Estado de Veracruz. Disponible en http://web.segobver.gob.mx/juridico/pdf_regla/reglamentosdep/vigente16-1.pdf.

- La Unidad de Publicidad Social se vuelve la Unidad de Producción e Imagen.

2.2.1 Política pública de comunicación social

En el caso del Estado de Veracruz, la política de comunicación social que cada administración implementará durante los seis años de gobierno se da a conocer en el Plan Veracruzano de Desarrollo, el cual marca los lineamientos que deben seguirse para dar a conocer las acciones de gobierno a la opinión pública.

En este sentido, el Plan Veracruzano de Desarrollo estipula que *“un Estado moderno debe tener un Gobierno moderno, así como medios adecuados para comunicarse. Por ello, la Dirección General de Comunicación Social cuenta con un servicio informativo por internet, a través de su nueva página, con lo que busca brindar esos servicios a todos los medios. También es un canal de comunicación directo entre el Gobierno y los ciudadanos”*⁵⁹.

Hoy en día, el uso de las nuevas tecnologías impulsadas por la era digital ha logrado que los gobiernos abran sus fronteras en el ramo de la comunicación social con la finalidad de tener mayor aceptación entre sus gobernados. Las redes sociales como Twitter y Facebook, o portales como YouTube o Vimeo, se convierten en nuevos espacios para que las oficinas de prensa de todos los órdenes de gobierno difundan los mensajes que quieran comunicar para que la sociedad esté enterada de las acciones que realizan.

⁵⁹ GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ (2011): *Plan Veracruzano de Desarrollo 2011/2016*, Xalapa, Gobierno del Estado de Veracruz, p. 288. Disponible en http://www.veracruz.gob.mx/programadegobierno/files/2013/07/plan_veracruzano_web.pdf.

La Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno de Veracruz ha modernizado, a lo largo de su evolución, los procesos de comunicación y difusión de la información, garantizando así la inmediatez en el intercambio de sus contenidos, especialmente en el área de televisión, el cual se explicará más adelante.

La función primordial de la Coordinación es la de difundir a la ciudadanía, con oportunidad y transparencia, las acciones, previsiones, obras, servicios y logros que realiza el Gobierno del Estado a través de los distintos medios de comunicación (esto incluye el internet) y de manera directa, así como analizar la información generada por los medios que tienen impacto social⁶⁰.

Para ello la entidad contrató los servicios de profesionistas de la comunicación, los cuales se desempeñan en las diferentes áreas relacionadas con el ejercicio comunicativo. La Coordinación cuenta con reporteros de prensa que redactan boletines o llevan a cabo reportajes especiales sobre las actividades del gobernador y del Gobierno, para que éstas se den a conocer a través de los medios escritos como periódicos y revistas, y mediante portales de internet. También hay fotógrafos, que hacen el registro de la imagen fija de las actividades de los funcionarios, y camarógrafos, los cuales graban las imágenes que se utilizan para televisión o canales en internet.

⁶⁰ COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO VERACRUZ (2015): *Manual de organización 2015*, Xalapa, Coordinación General de Comunicación Social del Estado de Veracruz, p. 12. Disponible en <http://www.veracruz.gob.mx/download/estructura-organica/manual-general-organizacion-cgcs/Manual%20General%20de%20Organizaci%C3%B3n.pdf>.

ORGANIGRAMA DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

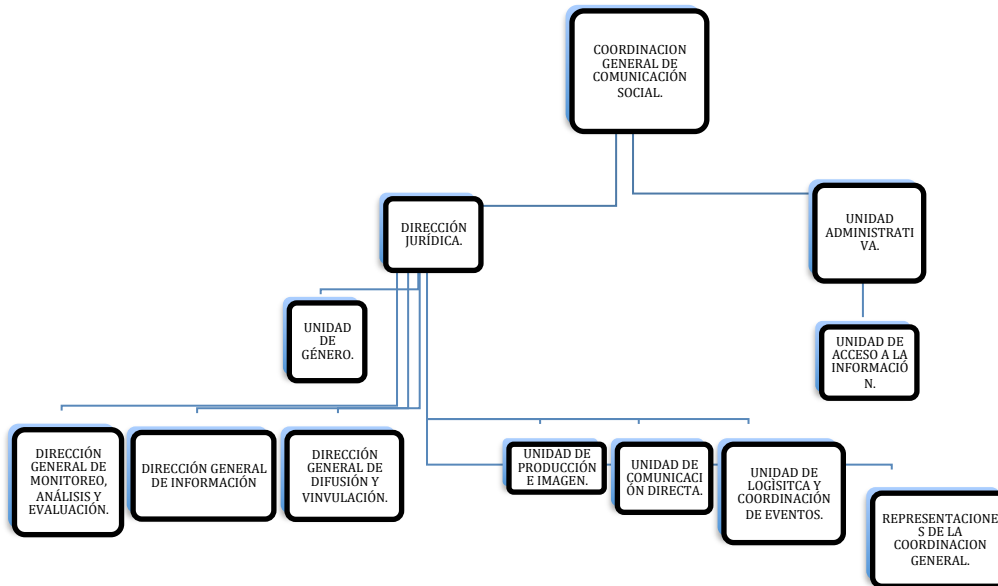


Figura 1. El Organigrama de la Coordinación General de Comunicación Social, actualmente con la última reestructura efectuada por el Lic. Juan Octavio Pavón González.

De igual modo, cuenta con un área de monitoreo, la cual le da seguimiento a la cobertura que los medios masivos locales y nacionales hacen de las actividades del Ejecutivo Estatal y de sus funcionarios, y supervisa de qué forma se proyecta la imagen del Estado a nivel nacional.

El área de producción e imagen es la encargada de realizar las campañas que tendrán un impacto positivo en la sociedad, mismas que tratan acerca de las acciones de gobierno y sus políticas públicas.

El área de difusión tiene como objetivo posicionar y dar a conocer el contenido elaborado por el área de información en las diferentes plataformas digitales y los medios de comunicación.

CAPÍTULO III
MODERNIZACIÓN DEL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN
GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO
DEL ESTADO DE VERACRUZ

3.1 EL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.
ANTECEDENTES HISTÓRICOS

En el año de 1986, durante el gobierno del Lic. Fernando Gutiérrez Barrios, el entonces Departamento de Prensa sufrió una reestructura integral, dando origen a la Coordinación General de Comunicación Social. Asimismo surgieron el Departamento de Prensa y el Departamento de Radio y Televisión. En esta primera etapa, todavía ambos departamentos se contemplarían en el organigrama como una sola oficina.

El departamento iniciaría sus actividades con equipo básico de televisión y dando cobertura a actividades informativas específicas, como las giras del Gobernador Constitucional del Estado y los miembros del gabinete. Ruiz Fierro dice que *“su finalidad fue desde su inicio, la de enviar el material grabado a los noticiarios de las televisoras locales que en ese tiempo eran TV-MAS en la ciudad de Xalapa y Telever en el puerto de Veracruz. En algunos casos también se enviaba material a noticiarios nacionales dependiendo de la importancia de las actividades”*⁶¹.

⁶¹ RUIZ FIERRO, J. (2003): *Producción del programa “Veracruz Informa”. Una experiencia profesional* (tesis profesional), Boca del Río, Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana, s/n.

También se llevó a cabo, desde sus inicios, el monitoreo de los espacios informativos y programas especiales, esto para constatar que la información saliera puntual y eficaz al aire. Adicionalmente se integró un archivo de todas las actividades grabadas por los camarógrafos con el fin de contar con una videoteca debidamente clasificada.

El personal que realizaba estas actividades estaba constituido por:

- Jefe de departamento
- Camarógrafo
- Asistente de camarógrafo
- Monitorista
- Auxiliar

Y los recursos tecnológicos de los cuales se disponía eran:

- Islas de edición en formato de $\frac{3}{4}$ de pulgada
- Cámara de video portátil
- Casetera portátil
- Videocaseteras formato VHS para monitoreo

El departamento operó bajo este esquema hasta 1998, siendo gobernador del estado el Lic. Miguel Alemán Velasco. Durante su administración se realizó una nueva reestructura, donde el Departamento de Radio y Televisión se transformó en Dirección de Difusión y Televisión, otorgándosele mayores facultades en cuanto al manejo de los contenidos, separando los campos de la radio y la televisión y dando a cada disciplina su autonomía.

ORGANIGRAMA DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ DURANTE EL SEXENIO 1998-2004



Figura 3.1 Organigrama de la Coordinación General de Comunicación Social durante la administración de Miguel Alemán Velasco (1998-2004), en la cual puede verse la división de las áreas de Radio y Televisión.

Por consecuencia, al ampliar las actividades de la dependencia, los recursos humanos y de equipamiento se incrementaron. Aparece por primera vez la figura del director, se nombra un jefe de información, se crea la Jefatura de Producción y se integran los cargos de productor, reportero y auxiliares de producción y monitoreo.

Se llevaron a cabo producciones como el programa “*Veracruz Informa*”, realizado por el personal de la Dirección; y se dotó al área con el equipo más avanzado de la época, como videocámaras análogo-digitales, las cuales grababan en un formato conocido como DVCAM, el formato institucional de DV propuesto por Sony.

DVCAM es, en esencia, similar al formato de Digital Video, pero con una capacidad de reproducción de cinta 50% mayor para disminuir la densidad de grabación⁶².

Otros puntos a considerar son: que se modernizaron las islas de edición y se introdujo la edición no lineal (digital, hecha en computadora)⁶³ con equipos de cómputo Apple y software FinalCut, una suite de edición de video profesional⁶⁴.

Esta estructura organizativa operaría subsecuentemente durante la administración de los gobernadores Fidel Herrera Beltrán (2004-2010) y Javier Duarte de Ochoa (2010-2016).

En el gobierno del Lic. Fidel Herrera, la Dirección de Televisión registró una alta actividad: producciones de “spots” publicitarios, reportajes y cápsulas, así como el espacio informativo *INFOLATIR*. Se continuó la modernización y adquisición de equipo como cámaras de formato de grabación en videocasete MiniDV. Éstas eran las llamadas “handycams” o camascopios de mano: cámaras de video digital que incluían en su parte posterior un sistema de grabación⁶⁵.

Conjuntamente con el equipo de grabación se tuvo que adquirir equipo de cómputo para la posproducción del contenido que se realizaba, en el cual se incluían coberturas de eventos trascendentales como la Cumbre Tajín, festivales,

⁶² SÁNCHEZ, A., ed. (2002): *Premiere 6 para PC/Mac*, col. Studio Factory, Barcelona, ENI, p. 249.

⁶³ ESPINOSA, S. y ABBATE, E. (2005): *La producción de video en el aula. Curso teórico-práctico de cómo organizar el taller de video en el aula*, col. Nuevos Caminos, Buenos Aires, Colihue, p. 161.

⁶⁴ GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, P. y CUESTA VALIÑO, P. (2014): “Capítulo 5. Técnicas de comunicación en dispositivos móviles”, en PINTADO BLANCO, T. y SÁNCHEZ HERRERA, J. coords.: *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*, 3ª ed., serie Libros Profesionales de Empresa, Madrid, ESIC, p. 169.

⁶⁵ NIQUI, C. (2014): *Los primeros veinte años de contenidos audiovisuales en internet. 1000 obras y webs*, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya, s/n.

fiestas patronales y, por supuesto, giras del gobernador y de los funcionarios de todas las dependencias del gobierno.

Hacia el último año de gestión de Herrera Beltrán se realizó el primer envío de información de imagen audiovisual vía internet, logrado por la visión de un camarógrafo de la dependencia en el año 2010 en una gira efectuada por el ejecutivo estatal a Brasil.

Esto se convirtió en un antecedente único para la historia del departamento, con lo cual ingresó a la era de la tecnología, donde la información se mueve a velocidades inmediatas. Fue el inicio del envío de material audiovisual de forma inmediata; y tuvo tanto éxito que, por el resto del sexenio, sustituyó a la manera tradicional, la cual también será explicada a detalle más adelante.

Durante la gestión del Dr. Javier Duarte de Ochoa (2010-2016), actual ejecutivo estatal, la Dirección de Televisión creció en personal y en funciones nuevamente. Se reforzó el área de información y monitoreo del departamento. La figura del reportero se fortaleció para la realización de notas informativas, las cuales serían difundidas por medio de redes sociales y portales de internet como *YouTube*, en el cual la dirección tuvo su propio canal; para tal efecto se buscó que los reporteros fueran exclusivos para televisión.

Se inició la capacitación de los camarógrafos para que todos enviaran por internet, siendo ésta la forma definitiva para la difusión de imágenes audiovisuales de las actividades del gobernador y del gobierno del estado, mismas que se distribuyen a las diferentes cadenas de televisión, tanto estatales como nacionales, 100% vía internet.

Siguieron giras relevantes del mandatario estatal a diversos países como Brasil, Francia y Estados Unidos, por mencionar algunos. En éstas, los camarógrafos enviaron la información a través de internet, destacando las actividades del gobernador y los logros de su administración. Asimismo continuó la modernización del equipo existente y el retiro de equipo analógico, ya inoperante y obsoleto, sustituyéndolo por equipo más avanzado acorde con los tiempos actuales, los cuales demandan realización de video digital en alta definición (HD, por sus siglas en inglés). En este sentido cabe recordar que un video analógico es cualquiera que no haya sido capturado o procesado mediante procedimientos y dispositivos informáticos, mientras que el digital es el que sí ha sido elaborado a través de estos recursos, estando expresado mediante cadenas de 0 y 1 que luego se procesan y codifican en una computadora para obtener la apariencia adecuada de formas, colores y movimientos⁶⁶.

Entre los nuevos equipos se adquirieron videocámaras de marca Panasonic, que ya graban en tarjetas de memorias SD MicroP2 de alta velocidad y responden de forma más rápida, grabando imágenes de video más nítidas y en una calidad HD, entendiéndose por esto último un sistema de video con una mayor resolución que la definición estándar, alcanzando 1280 píxeles de ancho por 720 píxeles de alto o más⁶⁷.

Hacia mediados del sexenio del Dr. Duarte de Ochoa, y durante las gestiones de la Lic. Gina Domínguez Colío y Alberto Silva Ramos como coordinadores de Comunicación Social, la Dirección de Televisión operó bajo el organigrama tradicional, realizando de forma oportuna su trabajo.

⁶⁶ AGUILERA, P. y MORANTE, M. (2012): *Ofimática y proceso de la información*, serie Administración y Gestión, Madrid, Editex, p. 318.

⁶⁷ *Tecnologías HD y Full HD*. Disponible en <http://sabia.tic.udc.es/gc/trabajos%202011-12/HDyFullHD/index.html>.

En los últimos tiempos la Dirección de Televisión tuvo un cambio relevante con la gestión de Juan Octavio Pavón González, Coordinador General de Comunicación Social, quien realizó una reestructura al organigrama y a la operatividad de la dependencia. De acuerdo con las nuevas directrices, desapareció el formato de las direcciones de Prensa, Radio y Televisión para crear, en su lugar, tres grandes direcciones que engloban las diversas disciplinas mediáticas de una forma más integral.

ORGANIGRAMA ACTUAL DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ

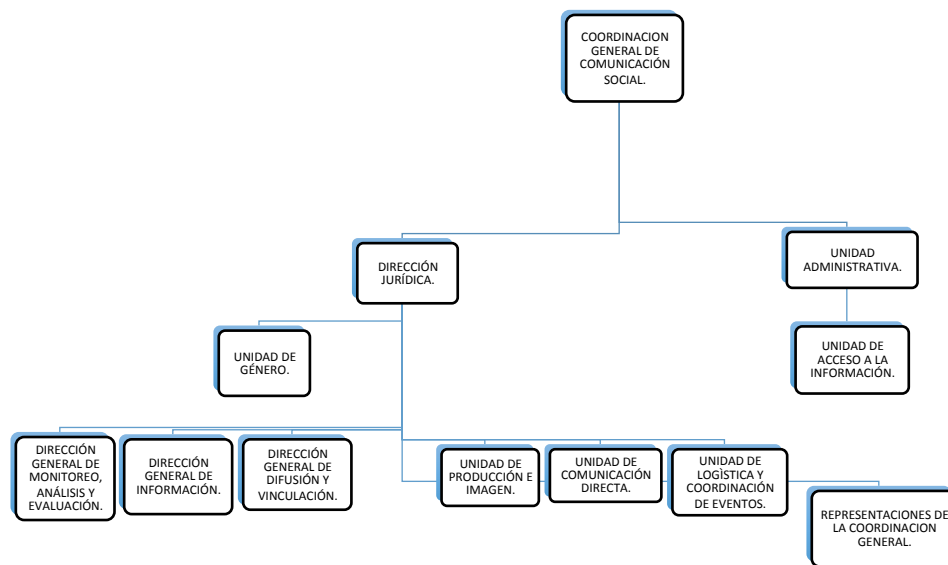


Figura 3.2 Organización de la Coordinación General de Comunicación Social a partir de la última reestructura realizada por el coordinador Juan Octavio Pavón González.

De esta forma, la Dirección General de Información quedó integrada ahora por las áreas de prensa, fotografía, radio y televisión. El área de televisión está conformada exclusivamente por editores y camarógrafos, los cuales realizan funciones de carácter informativo. Desde la perspectiva del nuevo organigrama, camarógrafos y editores deben coordinarse con los reporteros y fotógrafos del

área de prensa para unificar sus criterios, basándose en una misma línea editorial oficial para la búsqueda y el manejo de la información.

ORGANIGRAMA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMACIÓN DE LA CGSC DEL ESTADO DE VERACRUZ

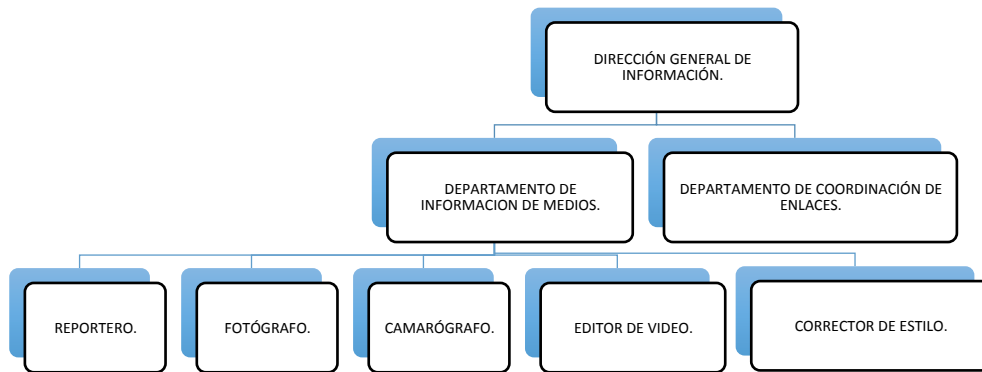


Figura 3.3 Organigrama de la Dirección General de información de la CGCS donde se aprecia cómo los camarógrafos y editores se integran a este nuevo esquema.

3.2 EL CAMARÓGRAFO DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ: PRINCIPALES FUNCIONES Y ACTIVIDADES.

Al acontecer diario a través de su lente, los sucesos más emblemáticos de la humanidad cobrando vida, plasmándose en los albores de la historia, comunicando a través de sus ojos, de sus imágenes en movimiento... Ésta es una buena definición del trabajo de los camarógrafos.

En términos simples, el camarógrafo es el encargado de manejar la cámara; de él dependen funciones como el emplazamiento de la misma, los movimientos con o sin desplazamiento y la correcta utilización de la imagen a través de los distintos tipos de óptica y sistemas de captura.

En otras palabras, es el que se encarga del registro de imágenes en movimiento mediante la cámara de TV o video, para lo cual debe tener conocimientos técnicos (operación de la cámara, iluminación, óptica, audio básico, etc.) y estéticos (relacionados con la composición de la imagen).

Espinoza describe al camarógrafo como “*un comunicador audiovisual, [...] un profesional de las artes audiovisuales*”⁶⁸ que, con una cámara al hombro, enfoca y encuadra una realidad; se vuelve una especie de “ojo arbitrario” que muestra al espectador lo que quiere que vea. Hace uso de sus criterios de lenguaje audiovisual para transmitir un mensaje que cause sensaciones, emociones y motivaciones.

Hay camarógrafos en el cine y en la televisión. La diferencia del operador de cámaras de televisión con respecto al de cine es que el primero debe tener cierta agilidad, versatilidad, y dinámica para trabajar en todo tipo circunstancias; y, en muchos casos, trabajar con enlaces en vivo, lo cual necesita de precisión, pues en esas circunstancias las tomas no pueden ser editadas ni es posible repetir las. En cuanto a la dificultad de las tomas del camarógrafo que opera en producciones cinematográficas, éstas dependen del director o del guion de planos que se ejecuten al momento de las escenas.

Ahora bien, además de las funciones enunciadas anteriormente, se puede decir que el camarógrafo no sólo es el profesional que opera una cámara, sino que llega a actuar como reportero gráfico al plasmar y relatar la historia a través de las imágenes captadas por su lente. Desafortunadamente, comentan Rincón y Estrella, en los países latinoamericanos, como México, es común que el reportero y el camarógrafo trabajen de forma aislada, de manera que el segundo graba imágenes sin saber siempre cuál es el objetivo de las mismas⁶⁹; por eso es

⁶⁸ ESPINOZA, R. (2009): “Ser camarógrafo es un estilo de vida”, *Camarógrafo Perú*. Disponible en <http://camarografoperu.blogspot.mx/2009/07/ser-camarografo-es-un-estilo-de-vida.html>.

⁶⁹ RINCÓN, O. y ESTRELLA, M. (2001): *Televisión: pantalla e identidad*, Quito, Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación Friedrich Ebert Stiftung / El Conejo, p. 90.

importante que se reconozca el papel del camarógrafo como un reportero que, a través de su cámara, trata de responder a las preguntas fundamentales del periodismo (qué ocurre, quién está involucrado, cuándo y dónde sucede el evento y por qué pasó), así como contar una historia a través de las imágenes, en vez de simplemente “coleccionarlas” para “vestir” el texto del reportero.

Desde esta perspectiva, la labor del camarógrafo debe ser reconocida porque éste siempre se encuentra en el momento de los hechos, ya sea una situación agradable, arriesgada o desafortunada.

Con base en lo anterior, el camarógrafo que se desempeña en una dependencia de gobierno, como es el caso de la Coordinación General de Comunicación Social de Veracruz, debe contar básicamente con las habilidades y los conocimientos anteriores, sumándose la cuestión de que siempre debe prestar la máxima atención al momento de realizar su trabajo, ya que el hecho de laborar para una fuente oficial le exige las máximas discrecionalidad y responsabilidad.

ORGANIGRAMA DEL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN DE MEDIOS DE LA CGCS DEL ESTADO DE VERACRUZ

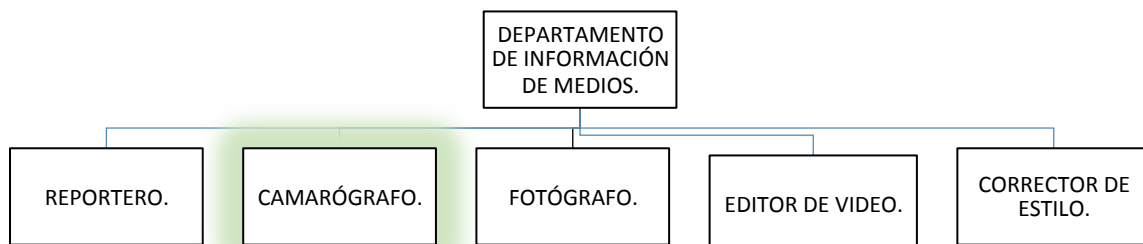


Figura 3.3 En este organigrama específico del Departamento de Información se aprecia el lugar que ocupan los camarógrafos en la estructura de la Coordinación de Comunicación Social.

Dentro de las principales funciones descritas en el Manual de Organización de la Dirección General de Información destacan⁷⁰:

1. Realizar la cobertura de prensa del titular del Ejecutivo y de las dependencias a fin de cumplir con la asignación programada por el (la) jefe(a) del Departamento de Información de Medios.
2. Recabar imágenes de las actividades, giras y eventos que realizan representantes del gobierno estatal para contar con el material para posterior envío a televisoras.
3. Grabar entrevistas, reportajes, conferencias de prensa, eventos especiales, aspectos de locaciones y seguimientos de guiones, con la finalidad de producir materiales informativos relativos a las actividades gubernamentales.
4. Colaborar en la realización de copias de las ediciones y videos de apoyo para contar con el material en tiempo y forma.
5. Revisar que el equipo de trabajo este en óptimas condiciones antes de salir de las instalaciones para poder cumplir con su orden de trabajo.
6. Asegurar la continuidad en la grabación de las actividades asignadas con el propósito de prevenir fallas en el equipo.
7. Realizar todas aquellas funciones en el ámbito de su competencia, necesarias para el logro de los objetivos de la Coordinación General de Comunicación Social.

En conjunto con los reporteros y fotógrafos, el camarógrafo conforma el equipo de prensa o “*pull (pool) de prensa*”, el cual se puede definir como “*la selección de periodistas según las actividades que se dan en el sector social, ya sea en un ambiente cerrado u abierto. Es necesario que se haga esta selección de quienes transmitan dicha actividad para así no incomodar a los asistentes*”⁷¹.

⁷⁰ *Idem*, p. 14.

⁷¹ CUBILLA A., N.M.: “El pool de prensa y los profesionales de la oficina de prensa”, *Prezi*. Disponible en <https://prezi.com/0tnzy3fponmc/el-pool-de-prensa-y-los-profesionales-de-la-oficina-de-pren/>.

En el caso de la Coordinación General de Comunicación Social, el “*pool*” está compuesto por el personal operativo adscrito a la Dirección General de Información que se encarga de recabar la información que se genere en los diferentes eventos y actividades en las que participe el Ejecutivo del Estado, así como los demás miembros del gabinete estatal y titulares de las diferentes dependencias.

El equipo de prensa debe trasladarse a los lugares donde se realizan estas actividades, cubriendo las que se encuentran establecidas por la agenda de actividades del gobernador.

Ya se trate del trabajo del ejecutivo estatal o de los funcionarios de las diferentes dependencias, la Dirección de Información programará los horarios de salida y los integrantes de los diferentes equipos para la cobertura de la información.

Una vez conformado el equipo y establecida la hora de salida -la cual podrá ser muy temprano dependiendo de si la actividad o actividades se llevan a cabo en un municipio localizado en el norte, centro o sur de la entidad veracruzana, o en otro estado dentro del país, o incluso en el extranjero-, se asignan los recursos o viáticos para alimentación u hospedaje de los participantes, de ser necesario, así como un vehículo con operador, el cual trasladará al equipo a donde se requiera.

El equipo del cual dispone el camarógrafo de la Coordinación General de Comunicación Social de Veracruz para la realización de sus funciones es el siguiente:

a. Una cámara de video

La grabación de video es un proceso que permite la grabación de imágenes fijas o en movimiento por medios electrónicos en lugar de fotoquímicos, como es el caso de la fotografía tradicional⁷². Para lograr lo anterior se necesita una cámara, la cual es el recurso electromecánico mediante el cual se puede hacer la grabación de imágenes. A diferencia de la cámara fotográfica convencional, la cámara de video posee la ventaja de que, gracias a su innovación, se captan no sólo las imágenes en movimiento (video), sino también el sonido (audio), el cual es registrado mediante cables y micrófonos profesionales.

La cámara de video consta de un cuerpo, en el cual se encuentra toda su estructura tecnológica, y una lente o lentilla, que es el objetivo óptico que basa su funcionamiento (al igual que las cámaras fotográficas) captando de qué forma la luz se refleja en los objetos. Mediante la lentilla se pueden controlar la intensidad de la luz y el enfoque de los objetos, además de realizarse diferentes movimientos tanto ópticos como físicos del propio aparato, mientras todo es almacenado gracias a diferentes dispositivos como cintas magnetofónicas, mismas que pueden registrar tanto video como sonido. Tanto el sistema mecánico como el sistema electrónico de la cámara son coordinados por un circuito integrado denominado “microcontrolador” o “sistema de control”⁷³.

Dependiendo de la tecnología predominante, las cámaras pueden clasificarse en análogas y digitales. Hay cámaras de cinta $\frac{3}{4}$, BETACAM, DVCAM y MiniDV, hasta las que hoy en día se utilizan y cuya tecnología permite registrar imágenes en alta definición, en tarjetas MiniSD de gran capacidad.

⁷² MUSEO COMUNITARIO “RABINAL ACHI” (2004): *Manual de formación audiovisual*, Guatemala, Museo Comunitario “Rabinal Achi” / Fundación Cholsamaj, p. 12.

⁷³ VARIOS (2005): “Todo sobre la reparación de videocámaras (incluye formatos analógicos y digitales)”, *Electrónica y servicios*, edición especial no. 3, Buenos Aires, Conosur, p. 41.

b. Tripié para cámara de video

También llamado trípode, suele ser muy valioso para la grabación de videos. Lewis explica que aquellos que están equipados con un cabezal hidráulico son especialmente útiles porque proporcionan una excelente libertad de movimientos de cámara cuando se siguen sujetos en acción; y, mientras mayor sea el soporte que el dispositivo ofrezca, más suaves y firmes serán los planos que se consigan⁷⁴.

También el tripié es esencial para el uso de teleobjetivos y para longitudes focales largas en general, así como para tomas de lapso de tiempo, animación y macro; y son indispensables para quienes necesitan largos tiempos de grabación. No sólo permiten mayor estabilidad al grabar, sino que también aumentan la variedad de sujetos que se pueden cubrir.

c. Micrófonos profesionales

Se usan para captar el audio del evento, específicamente los discursos o palabras (mensajes, declaraciones y entrevistas).

d. Cables para micrófonos

Los conectores profesionales son mejor conocidos como XLR; también se les llama Canon, pues ésta fue la casa que lo creó. El cable tiene terminaciones macho (para conectar a la mesa de sonido) y hembra (para conectar al micrófono)⁷⁵, denominadas así por el número de “pines” o terminales de cada una.

⁷⁴ LEWIS, R. (1994): *Curso rápido de vídeo*, Madrid, Tursen / Hermann Blume Ediciones, p. 28

⁷⁵ BAUTISTA, F. (2015): “La grabación de sonido en el marco de la educación musical: usos y funciones”, en DÍAZ GÓMEZ, M. y RIAÑO GALÁN, M.E., eds.: *Creatividad en educación musical*, Santander, Ediciones de la Universidad de Cantabria / Fundación Marcelino Botín, p. 85

Es importante que los cables estén en buen estado y perfectamente colocados para evitar la presencia de ruidos en la grabación.

e. Tarjetas digitales

Las tarjetas de memoria no son otra cosa que dispositivos de almacenamiento con capacidades variables (32 y 64 Gb, por mencionar algunas)⁷⁶. Su tamaño es reducido porque se usan en dispositivos portátiles, como las cámaras de video.

f. Computadora personal portátil o laptop

Deberá estar equipada con “*software*” o programas de edición de video y compresión de imagen para facilitar el posterior envío del material a través de internet.

Una vez que se ha arribado al lugar donde se llevará el evento del gobernador o los funcionarios estatales, el equipo de prensa, entre ellos el camarógrafo, se dispone a realizar un “*scouting*” o análisis pormenorizado de las condiciones de la actividad que fueron enviados a cubrir.

Dentro de la información que se recaba previamente a la cobertura destacan:

- La temática del evento: de qué se trata, qué dependencia tanto estatal o federal o (inclusive ambas) llevan la batuta del evento, etc.
- Qué funcionarios estatales, federales o municipales asisten.
- Quiénes conforman el presidium.
- Quiénes son los oradores.

⁷⁶ BERRUETA GARCÍA, E. (2015): *Transmisión de información por medios convencionales e informáticos*, Madrid, Paraninfo, p. 15.

- Datos de logística sobre la actividad.
- Con el departamento de Acción Social se coordina para conocer si existe alguna entrega de apoyos, corte de listón, recorrido, banderazo de inicio o inauguración de alguna obra de infraestructura industrial o social; y si algún ciudadano hablará en agradecimiento, representando a todos los habitantes beneficiados por la obra.

Es importante que el equipo de prensa, incluido el camarógrafo, conozca todo lo anterior para estar pendiente de la cobertura completa y poder tener precisión en movimientos y emplazamientos de cámara al momento de realizarla.

La temática de los eventos que realiza el gobierno estatal puede ser diversa: salud, agricultura, medio ambiente, seguridad, procuración de justicia, o desarrollo social, además de eventos deportivos a gran escala como los XXII Juegos Centroamericanos y del Caribe, celebrados en diferentes sedes del estado de Veracruz en noviembre del 2014.

También se cubren eventos culturales de gran reconocimiento local, nacional e internacional: carnavales, festivales y la tan aclamada y reconocida mundialmente Cumbre Tajín, así como eventos culturales diversos tales como exposiciones, presentaciones de libros u obras de teatro. La agenda político-social de un mandatario es extensa y variada.

Realizado el “*scouting*” previo, el camarógrafo, junto con el resto de sus compañeros de equipo, se dispone a iniciar su trabajo. El camarógrafo realiza en primer instante imágenes de apoyo o aspectos que servirán de “*stock*” para la producción de los materiales audiovisuales. Asimismo, graba los plano-secuencia que serán utilizados para tal fin, tomas que pueden incluir:

- “*Tilts*”, que son los movimientos de la cámara de arriba hacia abajo (“*tilt down*”) o de abajo hacia arriba (“*tilt up*”) sobre un eje⁷⁷.
- Paneos, planos panorámicos bajo la forma de barridos horizontales y lentos de la cámara, que se mueve sobre un eje de izquierda a derecha, o de derecha a izquierda⁷⁸.
- “*Close up*” o primer plano, esto es, plano próximo al objeto (como un rostro cortado por debajo de los hombros); también la denominación incluye el llamado “plano detalle”, que enfatiza un elemento⁷⁹.
- Planos generales, que presentan el encuadre más abierto o alejado respecto a los elementos encuadrados, pudiendo hablarse dentro de ellos de grandes planos generales y planos generales cortos⁸⁰.
- “*Zooms*” o tomas con teleobjetivo de lo que se percibe a través del lente de la cámara. Hay que recordar que el “*zoom*”, incorporado en la mayoría de las cámaras, es un sistema de lentes móviles que, al desplazarse, permite alterar la distancia focal y adaptarla en función de diversos objetivos con el efecto de graduar el tamaño de la imagen y, por ende, su ángulo de campo de visión⁸¹.

Si se trata de la inauguración de una clínica de salud, por ejemplo, el camarógrafo deberá realizar la grabación de las instalaciones del edificio, tanto por el exterior como por el interior, así como el equipamiento con que cuenta, añadiendo si en el momento se está llevando alguna consulta médica o campaña de salud, las cuales servirán para la propia videoteca de la dependencia.

⁷⁷ HERNÁNDEZ DÍAZ, G. (2007): *Seis antenas para pensar la televisión*, serie Temas de Formación Sociopolítica, no. 46, Caracas, Fundación Centro Gumilla / Universidad Católica Andrés Bello, p. 86.

⁷⁸ ESPINOZA S. Y ABBATE, E., *op. cit.*, nota 3, p. 75.

⁷⁹ COMPARATO, D.: *De la creación al guion. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*, Porto Alegre, Simplíssimo Livros, s/n.

⁸⁰ GÓMEZ-TARÍN, F.J. y MARZAL FELICI, J., coords. (2015): *Diccionario de conceptos y términos audiovisuales*, col. Signo e Imagen, Madrid, Cátedra, s/n.

⁸¹ APARICI, R. *et al* (2013): *La imagen. Análisis y representación de la realidad*, col. Multimedia, Barcelona, Gedisa, p. 119.

De igual modo, si el reportero le solicita realizar entrevistas de los beneficiarios o de autoridades, deberá coordinarse con los demás miembros del equipo de prensa y realizar dicho registro.

El camarógrafo deberá cubrir todas las actividades que el ejecutivo estatal y los funcionarios que le acompañen realicen, tales como:

- Grabar saludos, recorridos, cortes de listón, beneficiarios, entregas de apoyos.
- Grabar el mensaje completo del gobernador en un encuadre “*medium shot*” (de la cintura a la cabeza), cuidando en todo momento el audio del funcionario para que esté en óptimas condiciones. Para este efecto deberá instalar el micrófono en una de las bocinas que el personal de Acción Social o Eventos Especiales del Gobierno estatal haya colocado en el lugar del evento con un cable de una longitud considerable; y, con otro micrófono y otro cable de menor longitud, estar pendiente para posibles entrevistas.
- Si el gobernador concede entrevistas a los diversos representantes de los medios de comunicación, ya sea en el lugar del evento o en sus propias oficinas, el camarógrafo deberá llevar la grabación de la misma.

El camarógrafo de comunicación social deberá cuidar en todo momento la realización de las imágenes, para evitar grabar al mandatario y/o funcionarios estatales en situaciones que no favorecen su imagen pública. Esto también es parte fundamental de las funciones de los camarógrafos que laboran en medios de gobierno, además de realizar su trabajo con limpieza y profesionalismo.

Una vez finalizado el evento, el camarógrafo y el equipo de prensa se dispondrán a realizar el procesamiento de la información recabada durante la actividad. Así, los reporteros redactarán los boletines informativos solicitados por la Jefatura de Información o el Director de información; los fotógrafos

seleccionarán y editarán las imágenes fotográficas y el camarógrafo se dispondrá a descargar el material en su computadora e iniciar la edición, que consiste en la selección de imágenes y el acomodo de éstas para su envío. De la oficina le informarán cual es la línea editorial oficial para seleccionar un “*insert*” o fragmento de audio del mensaje del Gobernador o funcionarios que hablaron en el evento; posterior a esto se realizará el envío del material.

3.3 EL ENVÍO DE INFORMACIÓN EN EL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ: PROCESO TRADICIONAL

Una vez realizada la cobertura del evento donde intervino el gobernador del de Veracruz, el camarógrafo de la Coordinación General de Comunicación Social está listo para distribuir las imágenes audiovisuales con el fin de que éstas sean difundidas a través de los diferentes medios de comunicación y así se den a conocer las obras y acciones del gobierno.

Este envío de material audiovisual vía internet ha sido fundamental tanto para el gobierno como para la propia Coordinación de Comunicación desde que se creó el área de televisión. Anteriormente el proceso para difundir dichas imágenes se realizaba de forma análoga en un sistema de corte directo, mismo que consistía en la realización de copias del material grabado que posteriormente eran enviadas a las cadenas de televisión para su difusión. A través de dos videocaseteras, en un proceso de reproducción-grabación, se introducía en el “*deck*” o videocasetera reproductora el videocasete original, llamado “*master*”, para su reproducción; otro videocasete nuevo o virgen se introducía en otra videocasetera para usarlo como medio de grabación.

Este segundo aparato estaba diseñado exprofeso para esta función y tenía en la botonera los botones de grabación-reproducción⁸². La VTR (grabadora) copiaba las imágenes en una secuencia específica y agregaba cada nueva toma a las que se habían grabado con anterioridad.

Entonces el editor encargado de realizar el corte de imágenes debía seleccionar del casete máster las imágenes correspondientes a la actividad que cada camarógrafo cubrió durante su jornada, copiando las imágenes de apoyo o aspectos primero, y posteriormente el “*insert*” o fragmento de audio correspondiente al mensaje que el Gobernador hubiera dirigido a los asistentes al evento y que marcaba la línea editorial oficial con respecto a esa actividad.

Debido a que en televisión los tiempos deben ser breves, y por la inmediatez con la cual se mueven las grandes cadenas televisivas, este inserto de audio nunca debe ser mayor a un minuto ni durar menos de veinte segundos.

Un videocasete con el corte de imágenes de televisión del Gobierno del Estado de Veracruz podía contener varios eventos a la vez; y no por fuerza todas las actividades incluían algún “*insert*” de audio. Además podían distribuirse a los medios de comunicación “*spots*” publicitarios de las diferentes campañas y programas gubernamentales. Todas estas imágenes debían estar anteceditas y divididas por las barras de colores utilizadas en formatos de grabación televisiva como el NTSC o formato americano y el PAL o formato europeo, que también debían cerrar el corte al final de la copia.

⁸² MORALES MORANTE, F. (2013): *Montaje audiovisual. Teoría, técnica y métodos de control*, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya, s/n.



Figura 3.4 Proceso analógico para la realización del corte de televisión en la Coordinación General de Comunicación Social, por el sistema “**Corte Directo.**”

Cabe explicar que el NTSC (siglas en inglés del Comité Nacional del Sistema de Televisión) es un formato de transmisión analógica de 525 líneas surgido en EEUU en 1940⁸³, mientras que el PAL (iniciales de “línea alternada en fase” en idioma inglés) es el sistema de codificación utilizado en la transmisión de señales analógicas en color en la mayor parte del mundo: Europa, Asia, África, Australia e incluso algunos países americanos⁸⁴. No hay que olvidar que, en México, estos sistemas de transmisión televisiva han quedado en desuso a partir del llamado “apagón analógico”.

Una vez finalizado el corte, y debidamente catalogado por actividades, era enviado a las cadenas de televisión. El casete era colocado en un sobre-bolsa amarillo, adjuntando los boletines de prensa respectivos que complementaban la información, así como una relación del material extra que se estuviera enviando, ya fueran “spots” publicitarios o cápsulas. Asimismo, en la parte exterior del sobre se colocaba la información correspondiente al medio de comunicación al cual se dirigía, y un acuse de recibo que debía ser firmado y sellado por quien recibía el sobre en la televisora.

⁸³ SERRANO SANTOYO, A. *et al* (2010) *Digitalización y convergencia global*, Ensenada, Convergente, p. 62.

⁸⁴ PUBLICACIONES VÉRTICE (2011): *Videovigilancia: CCTV usando videos IP*, Madrid, Vértice, p. 70.

Los sobres que contenían la información se dirigían a las principales cadenas de televisión, todas ellas ubicadas en la zona conurbada Veracruz-Boca del Río. Un sobre correspondería a Televisa Veracruz; uno más a TV Azteca Veracruz y otro para la cadena Estatal Radio Televisión de Veracruz (RTV).

Posteriormente, conforme los canales de empresas de servicio de cable o productoras independientes de noticiarios locales fueron tomando fuerza, el corte también era entregado a estos espacios informativos.

Los sobres eran trasladados vía terrestre en un vehículo de la dependencia, a cuyo operador debían entregársele recursos de alimentación, peajes y combustible.

Para que las imágenes llegaran a tiempo a los medios de comunicación, la hora límite de salida del conductor designado no debía exceder las 5 de la tarde, debido a los recorridos de entrega.

En muchas ocasiones, más de un vehículo partía desde la calle de Zaragoza, en el centro de la capital del Estado, Xalapa, con destino al puerto de Veracruz u otras ciudades para difundir las actividades del gobierno a través de las coberturas de la Coordinación de Comunicación Social.

Incluso cuando se llevaba a cabo la Cumbre Tajín en la zona norte del estado, en el Parque Temático Takilhsukut -que se ubica entre los municipios de Poza Rica y Papantla-, el personal de la Dirección de Televisión trasladaba las islas de edición al lugar donde se realizaba el festival para distribuir desde ahí el corte televisivo, debido a que la agenda del Gobernador del Estado se concentraba en aquella zona durante la celebración del evento.

Existían, a la vez, otras formas de distribuir y difundir a los medios de comunicación la grabación de las actividades del Gobernador y sus funcionarios. La primera consistía en repartir las imágenes directamente en las cadenas de televisión; así los departamentos de producción de noticias de cada televisora realizaban la copia del material que les interesaba, usualmente sobre eventos a los cuales el medio no había podido asistir. En estas ocasiones el camarógrafo debía estar atento al material que se ponía a disposición de las áreas de información, ya que en ocasiones las reuniones sostenidas por el Ejecutivo Estatal eran de carácter privado y no eran propicias para su difusión.

La segunda forma consistía en enviar el videocasete a los dos puntos estratégicos del estado, ya sea para su distribución en la zona conurbada Veracruz-Boca del Río o en la capital, Xalapa, para procesar el material directamente en la oficina. Esta acción se llevaba a cabo en coordinación con el equipo de seguridad del Gobernador, o con el personal de aeronáutica del Gobierno del Estado, especificando que en cualquiera de los dos municipios habría personal de la Coordinación para recibir y distribuir el material grabado. Esta forma de difundir las imágenes se utilizaba especialmente cuando los camarógrafos cubrían actividades en zonas alejadas del estado.

Había una tercera opción de distribución de imágenes; pero ésta se utilizaba en situaciones especiales, específicamente cuando las actividades del mandatario estatal se realizaban fuera del país, en el extranjero. En estos casos, el área de Relaciones Públicas de la Coordinación de Comunicación Social, en conjunto con personal de Radio Televisión de Veracruz (RTV), gestionaba con cadenas de televisión en el extranjero un tiempo de uso de satélite en horarios previamente convenidos para permitir al camarógrafo de Comunicación Social transmitir sus imágenes. Éstas eran recibidas en las instalaciones de RTV para después ser facilitadas a la Dirección de Televisión y difundidas a los medios locales y nacionales.

En otras ocasiones era imposible el envío de las imágenes y éstas debían esperar hasta que el personal comisionado retornara al estado para después distribuirlas oportunamente.

No sería sino hasta finales del sexenio del Fidel Herrera Beltrán (2004-2010) cuando se realizaría el primer envío de imágenes audiovisuales a través de internet por parte de camarógrafos de la propia Coordinación de Comunicación Social, durante una gira realizada al país sudamericano de Brasil del 16 al 26 de mayo de 2010. Este suceso abrió las puertas de la modernización del área de Televisión y representó el primer paso hacia la digitalización.

3.4 MODERNIZACIÓN DE LA TRANSMISIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ: EL ENVÍO VÍA INTERNET

3.4.1 ¿Por qué se comenzó a realizar el envío de imágenes por Internet?

El proceso de envío de imágenes que el Área de Televisión de la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno de Veracruz utilizaba para difundir las actividades del Gobernador y sus funcionarios poco a poco se convertía en un proceso obsoleto y costoso.

El desarrollo de tecnologías digitales impulsadas por el crecimiento del internet ganaba terreno por encima de los procesos análogos. Día a día, gobiernos de otros niveles y, sobre todo, los medios de comunicación exploraban este nuevo terreno, sumergiéndose en la popularidad de las redes sociales como el Twitter, Facebook, y canales como YouTube.

Ante este nuevo panorama, la Coordinación General de Comunicación de Veracruz no podía quedarse atrás. El gobierno se encontraba en medio de la transición gubernamental del 2010, donde se renovarían la gubernatura, las alcaldías y el congreso local; y al uso de estos nuevos canales de comunicación se sumaban más adeptos.

Fue así como, a mediados del 2010 y durante una gira de trabajo por Sudamérica del gobernador Herrera Beltrán, se puso a prueba el uso de esta nueva tecnología. Se dispuso un equipo de prensa de la Coordinación de Comunicación Social para que cubriera las actividades del mandatario estatal; pero, a diferencia de como se hacía en otros viajes, el material debía ser transmitido a través de internet: tanto el boletín de prensa como las fotografías y, sobre todo, las imágenes de televisión. Con esto se dio el primer paso hacia la modernización y a la digitalización de los procesos en materia informativa, específicamente del área de televisión.

El equipo lo integraron dos personas: un reportero que se encargaría de recabar la información para los boletines de prensa y tomar las fotografías, y un camarógrafo de la Dirección de Televisión, quien grabaría las actividades para luego editarlas (procesarlas) y transmitir las por internet a la oficina.

El camarógrafo designado para realizar el viaje debía tener conocimientos del manejo de software de edición de video no lineal. A diferencia de la edición lineal que se utilizaba para realizar la copia y distribución de las imágenes, esta modalidad de edición permitía almacenar la información de video en el disco duro de una computadora portátil.

La plataforma que se utilizaría sería Apple y el programa fue FinalCut Pro, elegido por su capacidad y versatilidad porque, entre otras cosas, permite subir imágenes digitales en formato mini DVD, DVD, D8, DVCAM y otros, así como digitalizar imágenes análogas para luego hacer con ellas cualquier tipo de edición visual⁸⁵. El jefe de producción de la Dirección de Televisión capacitó al camarógrafo comisionado acerca de la compresión y el envío de las imágenes.

A pesar de que internet ofrece una gran variedad de posibilidades para el intercambio de archivos entre usuarios, una desventaja que todavía posee la red, y que era más notoria en ese entonces, es que las imágenes de video no siempre pueden ser transmitidas en sus características nativas debido al peso de los archivos, la duración de los mismos y el formato en que fueron grabados.

Cuando se comenzó con la transmisión por internet, los camarógrafos del área de Televisión grababan las imágenes de las actividades del gobierno en un formato de televisión tradicional 4 x 3, que representa la proporción (relación entre base y altura del rectángulo) del cuadro cinematográfico original y que era el habitual por entonces como estándar⁸⁶. Esta denominación se refiere a las unidades de alto y ancho de la pantalla, lo que significa que el marco tiene cuatro unidades de ancho por 3 de alto y en una calidad de 720 x 480 líneas de resolución, correspondientes al formato americano NTSC.

⁸⁵ MUSEO COMUNITARIO “RABINAL ACHI” (2004): *Manual de formación audiovisual*, Guatemala, Museo Comunitario “Rabinal Achi” / Fundación Cholsamaj, p. 67.

⁸⁶ GROSSI, M.: “Las proporciones del cuadro cinematográfico”, *Marco Grossi Cine*. Disponible en <https://sites.google.com/site/cinemarcogrossi/catedra/apuntes/las-proporciones-del-cuadro-cinematografico>.



Figura 3.5 Videocámara utilizada en la gira de Brasil donde se hizo el primer envío por internet. El modelo es Canon XHA-1, la cual utilizaba un casete MiniDV.



Figura 3.6 Tipos de casete MiniDV utilizados en la producción de video análogo en formatos DVC (izq.) y DVCAM (der.). El formato DVCAM ofrecía mayor calidad de la imagen debido a la tecnología de la cinta magnética.

Las imágenes capturadas bajo las especificaciones anteriores se digitalizaban al momento de almacenarse en el disco duro de la computadora. Cabe recordar que la digitalización es el proceso mediante el cual la información se convierte en dígitos binarios o bits (representados por 1 y 0), semejando a la acción de un “switch on/off” o pulsaciones de encendido y apagado⁸⁷. Así, las imágenes debían pasar primero por un proceso de conversión, utilizando programas especiales para modificar las propiedades de los videos con el fin de hacerlos óptimos para su transmisión a través de la red.

⁸⁷ SERRANO SANTOYO, A. et al (2010): *Digitalización y convergencia global*, Ensenada, Convergente, p. 32.



Figura 3.7 Cable Firewire de entradas de 4 a 6 pines. Ofrecía una velocidad de transferencia de 400 Mb / s. Estos cables podían de ser de 4 a 4 pines o 6 a 6 pines, dependiendo de las entradas de los dispositivos. Posteriormente Apple creo una entrada Firewire que necesitaba un cable de 4 a 9 pines, cuya tasa de transferencia era de 800 Mb / s.



Figura 3.8 Computadora MacBook de Apple donde se editó el corte de imágenes sobre las actividades del gobernador Fidel Herrera en su gira por Brasil y se realizó el primer envío por internet. En la cara lateral se indica la entrada de Firewire para conectar el cable e iniciar la descarga.

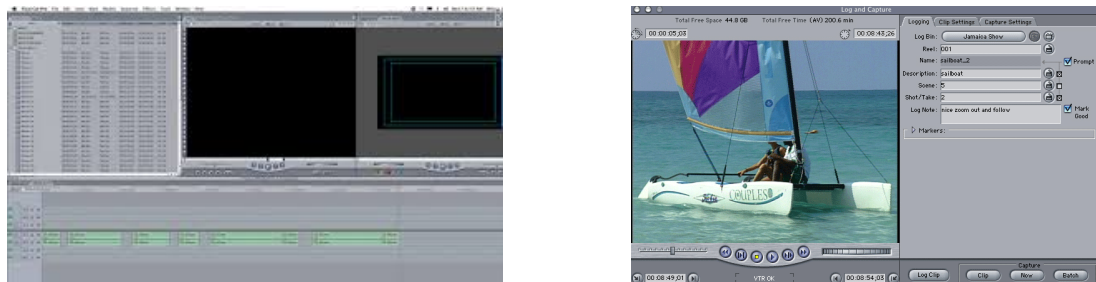


Figura 3.9 Entorno de trabajo del software de edición no lineal FinalCut Pro (izq.), y la ventana de captura (der.), la cual se utiliza para descargar las imágenes en el disco duro de la computadora y comenzar la edición.

El clip de video final sería enviando a través de portales de almacenamiento de datos a una cuenta de correo electrónico, la cual genera un “*link*” o enlace de descarga para poder tener acceso al video enviado. Estos portales conservan la información por un tiempo determinado, a menos que se contrate espacio extra y se genere una cuenta personalizada. Como ejemplo de estos portales se pueden mencionar los dominios *wetransfer.com* o *sendspace.com*, los cuales permiten realizar envíos gratuitos no mayores a los 2GB de capacidad.

3.4.2 Proceso de edición y envío de imágenes por Internet

Una vez finalizada la grabación de las imágenes de los eventos del gobernador, el proceso para la edición de las mismas con miras a su envío por Internet era el siguiente:

1. Se coloca la videocámara en modalidad de reproducción de imágenes o VTR.
2. Se conecta el cable Firewire a la cámara en el puerto de salida correspondiente, usando el extremo más pequeño del cable (que corresponde a los 4 pines). Este cable se emplea para la conexión de periféricos que necesitan gran velocidad de conexión, proporcionando una velocidad de transferencia, al menos, de 400 Mb/s⁸⁸.
3. Se conecta a la entrada de la computadora el extremo más grande del cable, que corresponde a los 6 pines.
4. Se abre el programa de edición no lineal.
5. Una vez iniciado el programa, se accesa al menú contextual “MENU”, y se selecciona la opción “CAPTURE”; entonces se desplegará la ventana de captura.

⁸⁸ LUQUE BERROCAL, J. y MARTÍN ALLOZA, J. (2013): *UF0862: Instalación y configuración de periféricos microinformáticos*. IFCT0309, Antequera, IC Editorial, s/n.

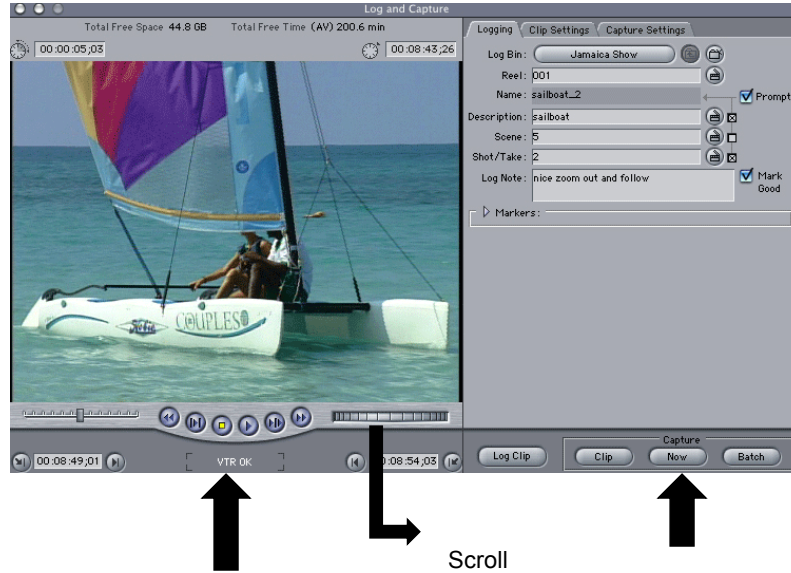


Figura 3.10 Controles de reproducción, “scroll” y menú “Captura” de la pantalla CAPTURE en FinalCut Pro.

6. Con los controles de reproducción de la ventana de captura se reproducirá la cinta para seleccionar las imágenes que se descargarán y realizar la edición del corte de televisión. Una vez ubicado el fragmento de video que se utilizará, se recorre la cinta con el “scroll” hasta unos segundo antes y se aprieta el botón Play (▶), seguido del botón NOW en el menú “CAPTURE”, ubicado en la parte inferior. La imagen que se está capturando aparecerá de forma amplia en la pantalla de la computadora. La operación se detiene oprimiendo la tecla ESC. Esta acción se repite una y otra vez hasta que se descarguen todas las imágenes que se van a utilizar, incluido el fragmento de audio o “insert” del mensaje o entrevista del funcionario.

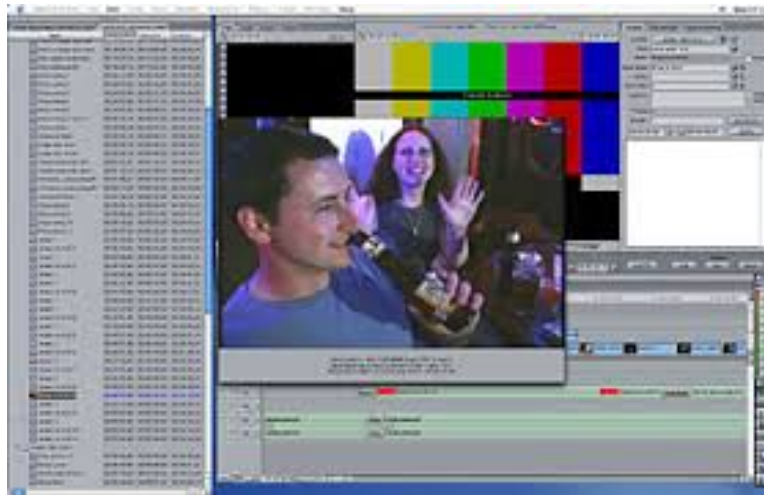


Figura 3.11 Proceso de captura visto en la pantalla de FinalCut Pro.



Figura 3.12 La tecla ESC detiene el proceso de captura.

7. Una vez que se ha terminado de “capturar” o descargar el material, el cual se ubica en la ventana BROWSER del entorno de FinalCut, se iniciará el proceso de edición. Para ello se despliegan en la venta VIEWER los videos capturados, abriéndolos con un doble clic con el mouse (ratón). Desplegado el video en el VIEWER, se reproduce para verificar que no existan errores durante la captura: brincos en la imagen, problemas de digitalización o “frames” (cuadros) que estén dañados.

- Una vez revisado, se selecciona el fragmento que se necesita para iniciar la edición del corte; es decir, se marca un punto de inicio y un punto final con una duración no mayor a 5 segundos, dependiendo de la acción de la imagen. Esto se hace apretando la tecla I (*IN=Inicio*) y la letra O (*OUT=Fin/Salida*) en el teclado de la computadora.



Figura 3.13 En la ventana BROWSER (izq.) se puede ver el material ya capturado; y la ventana VIEWER (der.) muestra un clip de video ya seleccionado y desplegado.

- Ya que se hizo la selección de la imagen, o las imágenes, de los videos capturados, se arrastran a la línea de tiempo o TIMELINE para darles una secuencia lógica. Los fragmentos de video que se ordenan en el TIMELINE hacen referencia a actividades importantes del evento del gobernador como: reuniones, corte de listón, inauguración, firmas de acuerdos de colaboración, entrega de apoyos, etc., y también incluyen el *“insert”* de audio del mensaje que dirigió a los asistentes.



Figura 3.14 La selección Inicio-Fin de las imágenes en la ventana VIEWER.



Figura 3.15 Línea de Tiempo o TIMELINE. Aquí se observan las imágenes seleccionadas que van conformando la edición.

10. Finalizada la edición de video, el resultado es un clip o archivo de video integrado por elementos estéticos que tiene la calidad óptima para que las cadenas de televisión puedan difundirlo al aire. Una vez terminado, está listo para ser guardado en el disco duro de la computadora. Haciendo clic en el menú contextual “MENU”, se selecciona la opción EXPORT, equivalente a “exportar”. Al exportar el video, éste obtiene propiedades como formato, extensión, peso y calidad de imagen.

Dichos elementos determinan qué tan viable es enviarlo por internet o no. Un video que pese demasiado, y que cuenta con una alta calidad de imagen, será más difícil de transmitir que un video en un formato que tenga un peso menor y una calidad intermedia. La opción “EXPORT” ayuda a controlar todas estas propiedades y permite guardar el video en un formato más accesible para el envío por Internet, modificando su calidad de imagen, su sonido y sus dimensiones.

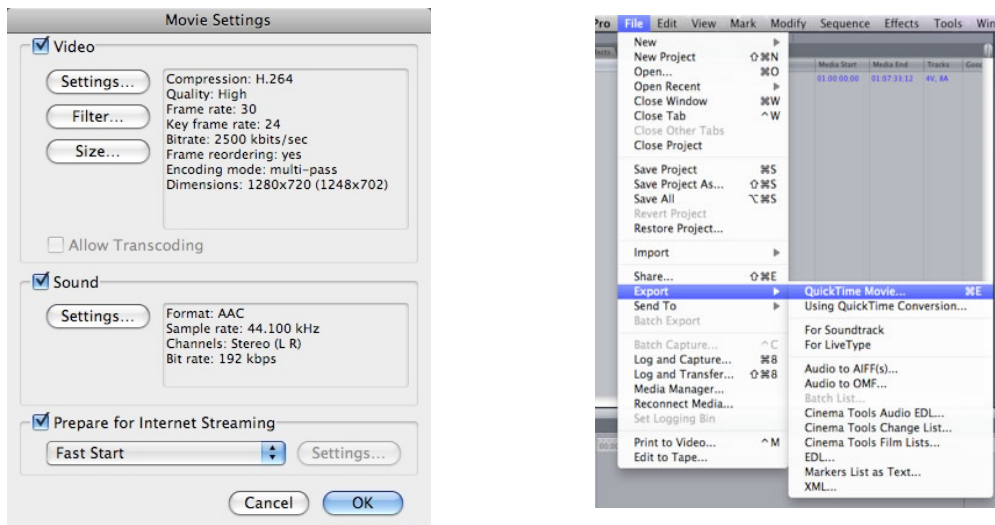


Figura 3.16 Menú EXPORT. En la imagen se aprecia que, al ser desplegado, permite guardar un archivo en formato estándar de Apple con extensión *.mov*; o inclusive, utilizando una conversión QuickTime, es posible modificar el archivo a una extensión *.mp4*, más viable para su transmisión por internet.

El video se suele exportar en el formato conocido como *.mov*, nativo de Apple, el cual puede ser visualizado en la mayoría de los programas de reproducción de video. La desventaja de este formato es su peso, mismo que muy probablemente no permita que el video pueda transmitirse por la red. La segunda opción es convertir el video modificando sus propiedades. El formato H.264, con extensión *.mp4*, es un formato digital que, por su peso y propiedades, tiene las condiciones necesarias para su difusión al aire, sin una pérdida considerable en la calidad de la imagen; además es ideal para ser enviado por internet.

La conversión puede hacerse desde la misma ventana EXPORT de FinalCut, que incluye el formato en sus menús desplegables; o bien con un programa de conversión independiente del programa de edición. Esto se hace arrastrando el clip nativo a la ventana del programa; luego se selecciona el formato con los parámetros que se necesiten y se inicia la conversión.

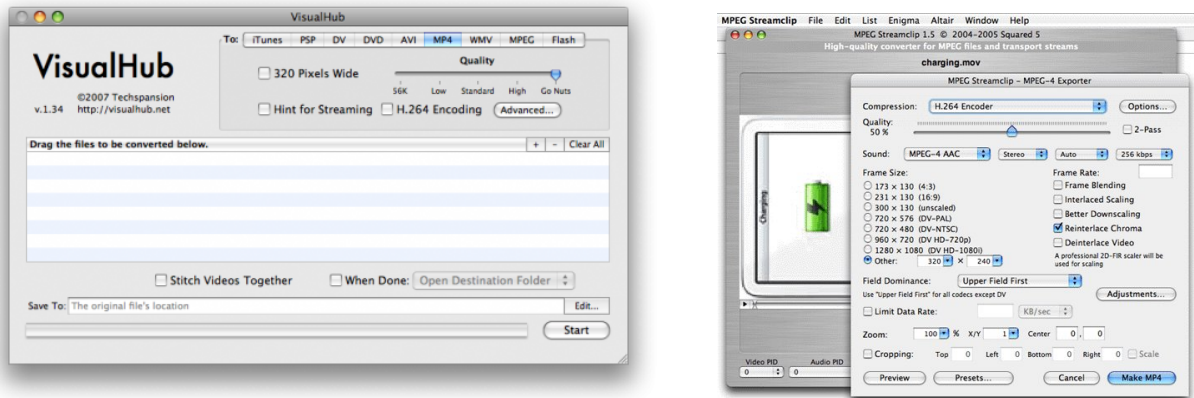


Figura 3.17 “Software” de conversión de video. VisualHub y Streamclip son ejemplos de programas para modificar el formato de video; son independientes del editor no-lineal y ofrecen opciones en los tipos de formato para convertir el clip final.

11. Una vez convertido, el clip de video está listo para ser enviado. El camarógrafo verifica entonces que la computadora portátil esté conectada a internet, ya sea de forma inalámbrica o por un cable Ethernet, y abre el navegador. En la barra de navegación teclea la dirección URL o el sitio de internet del portal de almacenamiento; para el primer envío se utilizó el servicio que ofrecía YUO SEND IT, con el dominio *www.yousendit.com*. Luego se aprieta la tecla ENTER. El navegador establece la conexión y da acceso al portal.



Lite	Professional	Teams	Enterprise
FREE	\$15.99/m or \$159.99/year	Per User (2 - 100) \$24.99/m \$249.99/year	Call for custom pricing options 1-866-558-7363
Share files up to 50 MB 2 GB of storage 8 e-signatures	Share files up to 2GB Unlimited storage Unlimited e-signatures	Share files up to 10 GB Unlimited storage Unlimited e-signatures	Customized sharing storage and support options to meet your business need
Join free	Buy now Free trial	Buy now Free trial	Learn more Free Trial

Figura 3.18 El portal YouSendit. Al abrir la página de envío Yousendit, lo primero que desplegaba eran los servicios que ofrecía.

El camarógrafo seleccionaba la opción FREE (es decir, gratuita), la cual le permitía enviar videos de hasta 2GB de capacidad. Al hacerlo, se desplegaba en la pantalla el siguiente menú contextual:

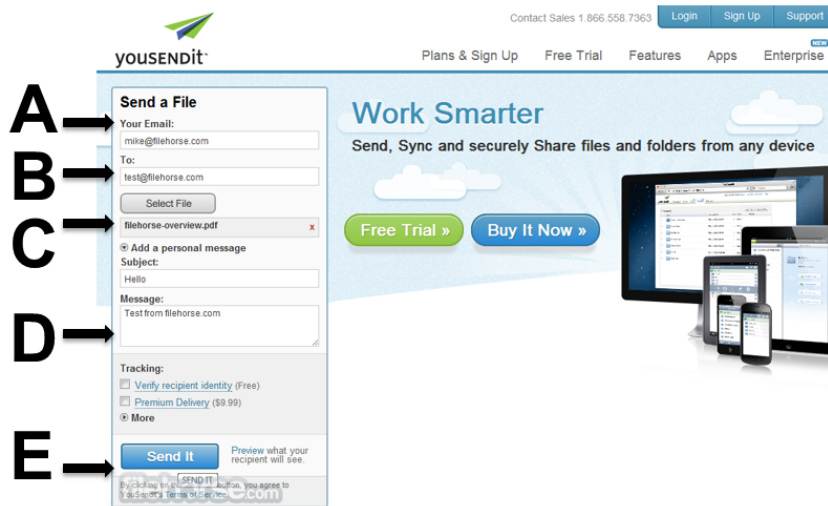


Figura 3.19 La interfaz de envío de YouSendit.

Los pasos a seguir para el envío eran los siguientes:

- Se escribía el correo electrónico del camarógrafo comisionado cubriendo la gira del gobernador; en este primer caso, el e-mail correspondía al camarógrafo que se encontraba en Brasil.

- b) Se escribía el correo electrónico del destinatario, es decir, del editor de video que recibiría el material en Palacio de Gobierno en Xalapa. Específicamente, por tratarse de la primera vez que se realizaba un envío, el destinatario era el Jefe de Producción del área de televisión.
- c) Se seleccionaba el archivo de video que se enviaría, dependiendo de la ubicación donde se había guardado en la computadora.
- d) Se escribía un mensaje del camarógrafo con la descripción del archivo u otros pormenores del viaje o el envío.
- e) Finalmente se enviaba el archivo.

Después de esta acción, en la pantalla el camarógrafo vería desplegada la barra de progreso del envío. Esta ventana mostraría el nombre del archivo, el peso, la extensión, la velocidad de transmisión del internet, la tasa de transferencia y el tiempo estimado para que ésta concluyera. Cada archivo tenía una duración de 4 minutos, y ya con la compresión pesaba aproximadamente 60 megabytes; esto significa que tardaría en subir no más de 10 minutos con una conexión relativamente buena, cuya velocidad se encontrara entre los 40 o 60 bps.

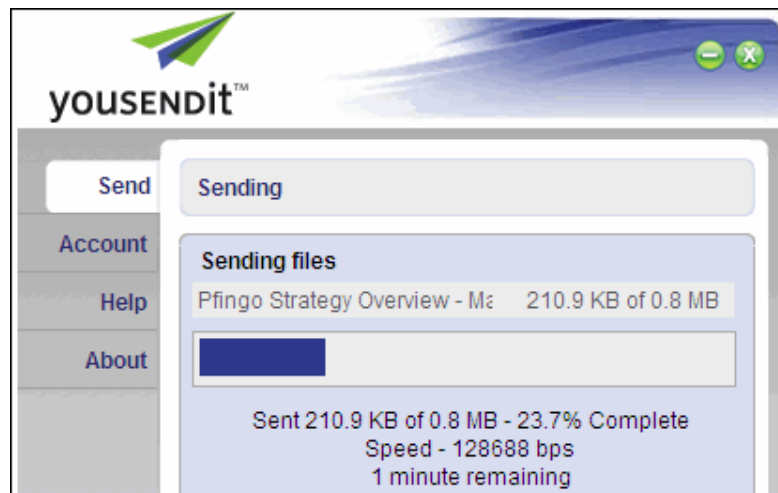


Figura 3.20 La barra de progreso de YouSendit donde se puede apreciar el avance de la transmisión por internet.

Finalizada la transmisión, se desplegaba el siguiente recuadro confirmando que el envío se habría realizado exitosamente.

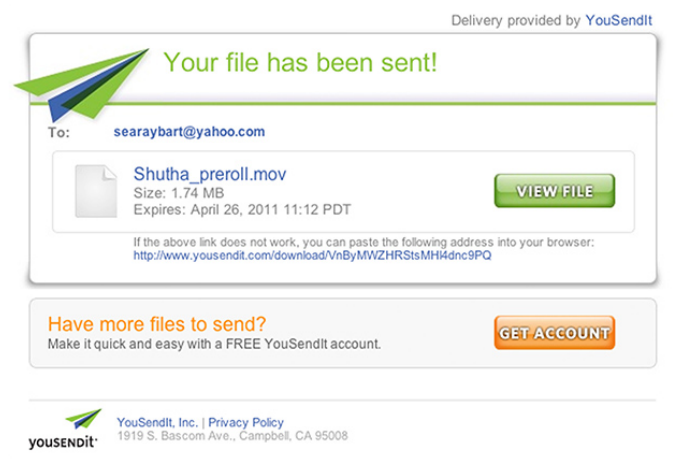


Figura 3.21 La ventana de confirmación informando que el envío se realizó exitosamente.

Mientras, al correo del destinatario llegaba un correo de confirmación informando que había recibido el archivo.



Figura 3.22 El destinatario accedía a su cuenta de correo electrónico y encontraba un correo enviando por el servicio Yousendit, el cual le informaba que había recibido el archivo.

El camarógrafo se comunicaba con la oficina en Palacio de Gobierno para informar al jefe de producción que había realizado el envío, y esperaba la confirmación de que había sido recibido. Una vez confirmado, el proceso concluía hasta la próxima cobertura.

Gracias a la capacidad del portal Yousendit, el camarógrafo asignado envió material de toda la gira del gobernador, incluyendo videos sobre aspectos varios y entrevistas completas que, de otra forma, no hubiera sido tan fácil compartir con el personal de la Coordinación que se había quedado en Xalapa.

Posteriormente a este primer ejercicio, y con la entrada de la nueva administración en puerta, los camarógrafos de Comunicación Social habían dado el primer paso a la modernización del área, la cual reestructuraría los procesos de producción y difusión de sus contenidos.

3.5 CÓMO OPERA ACTUALMENTE EL AREA DE TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

Después de que se realizó el primer envío por internet en la gira del gobernador Fidel Herrera Beltrán en Brasil, el sistema de corte directo y de distribución directamente en las televisoras continuaría hasta el inicio del nuevo gobierno.

El Dr. Javier Duarte de Ochoa tomó posesión el 1^a de diciembre de 2010 en el Congreso del Estado, en Xalapa. Con la llegada de la Lic. Gina Domínguez Colío a la Coordinación General de Comunicación Social se inició una serie de cambios en la operatividad de las direcciones.

En la Dirección de Televisión se llevaron a cabo modificaciones, como eliminar por completo el proceso de corte directo para sustituirlo por un procedimiento digital, donde los editores debían descargar el material en las computadoras, y editar el corte en FinalCut. Como resultado de ello, se decidió que el material no se enviaría más vía terrestre en un casete, sino por internet a los correos electrónicos de las redacciones de noticias. Esto significó un ahorro tanto en combustible como en otros recursos, como viáticos y papelería.

Los camarógrafos continuarían capacitándose en el manejo de computadoras para responder a los nuevos requerimientos de trabajo. Además se reforzaron las áreas de información y producción ya que, en los nuevos procesos de cobertura y difusión de información, la dirección de televisión debía elaborar notas informativas y reportajes de las actividades del gobernador y los logros de su administración. Estos eran difundidos a través del canal que la dirección tenía en el portal YouTube, con el objetivo de tener presencia en plataformas digitales.

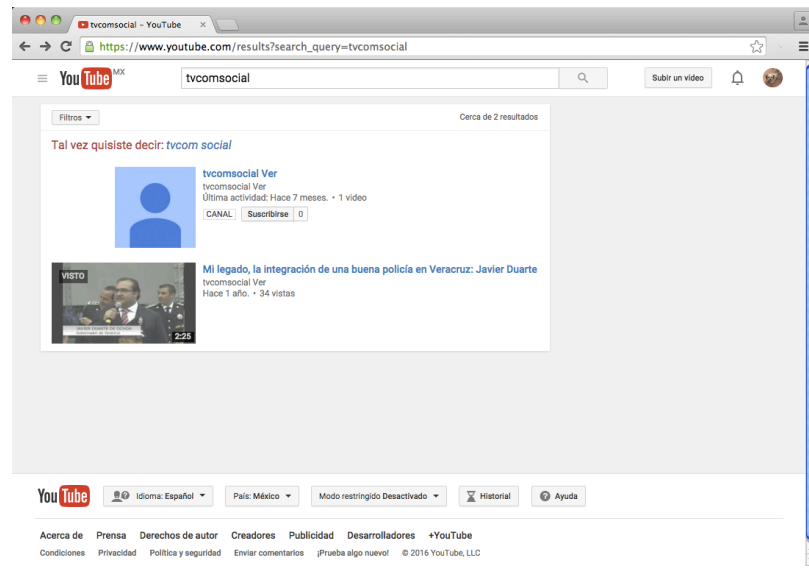


Figura 3.23 La Dirección de Televisión de la Coordinación General de Comunicación Social difundía información en la red a través de su canal de YouTube.

La modernización del equipo de televisión comenzó de forma paulatina, dejando atrás el formato análogo de los videocasetes y sustituyéndolo por cámaras digitales como la Sony modelo HXR-NX70E de alta definición.



Figura 3.24 Las cámaras Sony HXR-NX70E, fueron los primeros equipos digitales con calidad HD de la dirección de televisión del Gobierno de Veracruz.

Estas cámara almacenaban el material en discos duros integrados o en tarjetas digitales SD (“*Secure Digital*”), tarjetas de memoria no volátil diseñadas para ser usadas en dispositivos portátiles⁸⁹. A la par, se adquirieron micrófonos inalámbricos y se equipó a los camarógrafos con computadoras portátiles Apple.



Figura 2.25. Las nuevas videocámaras Panasonic AJ-PX270 graban en una calidad Full HD, de máxima definición (izq.). Al lado se aprecian las tarjetas P2 (der.). Este sistema rígido de grabación ofrece una versatilidad y calidad inigualables.

⁸⁹ TORRENTE ARTERO, Ó. (2013): *Arduino, Curso práctico de formación*, San Fernando de Henares, RC Libros, p. 257.

El equipo se modernizó totalmente durante la gestión del actual coordinador, Juan Octavio Pavón González. Actualmente se utilizan videocámaras Panasonic AJ-PX270, las cuales graban en tarjetas MiniSD de P2, el eficiente sistema de grabación rígido de la marca. Se capacitó a los camarógrafos en el manejo óptimo de las videocámaras, y se les equipó de todos los complementos necesarios como lámparas, micrófonos direccionales y “*lavaliers*” (micrófonos de solapa) para grabar las entrevistas que se utilizan en reportajes especiales.

Los formatos de grabación también se modernizaron. Con el apagón analógico anunciado por el Gobierno Federal, donde México dejaba atrás el formato de televisión análogo cambiándolo por uno digital, el área de televisión de la Coordinación de Comunicación Social modificó los parámetros tanto de las videocámaras como de las computadoras para trabajar bajo el esquema de la alta definición.

Cuando se efectuó el primer envío por internet, los camarógrafos usaban videocasetes Sony DVC O DVCAM, que grababan en un formato análogo, el cual se digitalizaba al descargarse en la computadora. Las imágenes tenían una resolución 4 x 3, relación que corresponde a la medida de la pantalla de televisión tradicional, y una resolución o detalle de la imagen de 720 x 480 NTSC. El sistema HD o de alta definición maneja parámetros completamente superiores: la imagen pasa por un proceso de digitalización o codificación binaria de la señal electromagnética, mismo que consta de cuatro pasos⁹⁰:

- a) *Diferenciación*, donde se filtran todas las frecuencias innecesarias que puedan entorpecer el muestreo adecuado, procesando sólo las frecuencias requeridas.

⁹⁰ GUERRERO ORTIZ, A.E. (2012): *La ingeniería en la realización de un programa de televisión* (informe de trabajo profesional), México, Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 10-11.

- b) *Muestreo*, mediante el cual se seleccionan un cierto número de puntos a lo largo de la rampa (señal análoga) para construir los valores digitales. El muestreo promedio de una señal de video se expresa en mega Hertz (MHz)
- c) *Cuantificación*, momento durante el cual, mientras cada uno de los pasos está en construcción, se supervisa cuan altos o bajos son en relación con una escala; esto es, la altura de cada escalón se mide de acuerdo al nivel de cuantificación. Por ejemplo, una cuantificación de 8 bits (pulsos) tiene un número máximo de 256 escalones.
- d) *Codificación*, paso en el que los números de la cuantificación de cada escalón se cambian por números binarios que trabajan con base en 0 y 1.

Al procesar mayor cantidad de pixeles, que son las unidades mínimas que componen una imagen de televisión, mayor será la calidad de la misma. Las videocámaras que utiliza hoy en día el área de televisión de la CGCS del Estado de Veracruz funcionan bajo este concepto. Una imagen de televisión se forma por tres colores primarios: rojo, verde y azul (RGB: por sus siglas en inglés). Los CCD's, sensores inteligentes integrados en las cámaras de televisión, codifican los espectros de luz que se reflejan en los objetos a través de rayos de electrones, convirtiéndolas en imágenes que son interpretadas por la videocámara y almacenándolas en una tarjeta portátil o disco duro integrado⁹¹.

Estas imágenes se graban en una serie de sistemas digitales, los cuales se encuentran en distintas etapas de desarrollo; y estos sistemas pueden ser entrelazados o progresivos. El sistema entrelazado lee primero todas las líneas numéricas impares, para saltar el regreso a la parte superior y empezar la lectura de las líneas numéricas pares.

⁹¹ PALLÁS ARENI, R. (2003): *Sensores y acondicionadores de señal*, 4ª ed., Barcelona, Marcombo, p. 404.

Las imágenes que se basan en el barrido entrelazado utilizan técnicas desarrolladas para las pantallas de monitores de TV con tubo de rayos catódicos (CRT), que constan de 576 líneas visibles horizontalmente situadas a lo ancho de una pantalla de TV estándar. El entrelazado las divide en líneas pares e impares y, a continuación, las actualiza a 30 imágenes por segundo. El pequeño retraso entre las actualizaciones de una línea par e impar crea una distorsión en la imagen; esto ocurre porque sólo la mitad de las líneas sigue la imagen en movimiento mientras que la otra mitad espera a ser actualizada⁹².

El sistema progresivo escanea cada línea de una forma semejante a la que se utiliza para leer: empieza en la parte superior izquierda de la pantalla y escanea la primera línea; después salta a la izquierda al principio de la segunda línea y la escanea; salta y regresa al lado izquierdo y escanea la tercera línea, y así consecutivamente. Es decir, escanea una línea de resolución sí y una línea de resolución no. Este barrido progresivo, a diferencia del entrelazado, escanea la imagen entera línea a línea cada 1/16 segundos; en otras palabras, las imágenes captadas no se dividen en campos separados, como ocurre en el barrido entrelazado⁹³.

Cada escaneo produce un campo de líneas (pares o impares): en el entrelazado, dos campos -uno par y otro impar- completan un cuadro, mientras que en el progresivo el rayo lee de arriba hacia abajo todas las líneas y cada escaneo completo produce el cuadro.

⁹² *Barrido progresivo frente al barrido entrelazado*. Disponible en <https://www.uv.es/tv/1.%20Barrido%20progresivo%20frente%20al%20barrido%20entrelazado.pdf>.

⁹³ "Escaneo progresivo vs. escaneo entrelazado", *Seguridad Digital*. Disponible en http://www.midisec.com/index.php?view=article&catid=43:documentos-tecnicos&id=70:escaneoprogresivovsescaneoestrelazado&option=com_content&Itemid=57.

El aspecto de la imagen también cambió debido a los nuevos parámetros de grabación. Para evitar distorsión y pérdida de las imágenes, se debía modificar la resolución de 4 x 3 a un formato horizontalmente extendido o 16 x 9, es decir, 16 unidades de ancho por 9, semejante a las pantallas de cine y que también se aproxima mejor al campo de la visión humana, por lo que permite captar más información de la realidad y aumentar la sensación de integrarse en la escena⁹⁴. A esto se le denomina *televisión digital*; y una de las ventajas de sus señales, es que pueden ser transferidas directamente a una computadora sin necesidad de ser digitalizadas. A su vez, para que éstas sean transmitidas por la red, se comprimen en diversas formas para que sea más fácil transportarlas.

Las videocámaras del área de televisión están configuradas actualmente para grabar en un formato de codificación exclusivo de la marca Panasonic denominado AVC-INTRA, el cual ofrece imágenes en alta resolución y calidad.

En estos relativamente pocos años el proceso de envío de imágenes vía internet sólo se ha modificado en pocos aspectos. Uno de ellos es el uso de lectores de tarjetas, los cuales descargan el material en tiempos más cortos y convierten la imagen en archivos que pueden manejarse con mayor rapidez, acortando el tiempo de edición. Los portales de almacenamiento de datos, por los cuales se transmiten los cortes, son también más eficaces y la conexión de internet hoy es mucho más rápida.

⁹⁴ MELENDRERAS RUIZ, Rafael, coord. (2008): *Guía para el usuario de la televisión en alta definición*, Murcia, Impulsa TDT / Digital Audiovisual Communication Research Group / Forum Italia / Universidad Católica San Antonio, p. 8.

Así el área de televisión de la Coordinación General de comunicación Social del Gobierno de Veracruz entró a la vanguardia en la era digital, modernizando el proceso de grabación y procesamiento de datos acorde a los nuevos tiempos, donde la tecnología evoluciona día a día, todo esto para ofrecer a los ciudadanos información veraz y oportuna del quehacer del gobierno y del gobernador, y así dar a conocer las obras y políticas públicas de interés social.

CONCLUSIONES

La comunicación, como se ha dicho, es el proceso por medio del cual un emisor y un receptor establecen una conexión a través de un mensaje, lo que les permite intercambiar o compartir ideas e información. Como se sabe, todos los organismos necesitan de la comunicación para cubrir sus necesidades más básicas, como alimentarse, reproducirse o protegerse de los depredadores.

En un sentido más profundo, comunicar es compartir un poco de cada uno con los demás, por lo que ha sido una actividad social desde el principio de los tiempos. Como se explicó en el apartado correspondiente de la presente tesina, todos los hombres han compartido la necesidad de interactuar con otros seres humanos; y fue esta necesidad de expresar las ideas lo que llevó a las sociedades, desde sus orígenes, a desarrollar diferentes herramientas para poder interpretar los sucesos que acontecían a su alrededor. Pero no bastó sólo con la mera interpretación de los hechos, sino que el hombre creó la comunicación para poder dar a conocer dichos eventos y compartirlos con los miembros de la misma especie.

Con el intercambio de mensajes se estructuró la comunicación volviéndola social, es decir, los códigos creados por el ser humano para interpretar los acontecimientos fueron aprendidos y dominados por los miembros de una misma comunidad. Pero a su vez, y en la medida en que se extendió la existencia de la humanidad por diferentes regiones y continentes, se llevaron a cabo procesos de adaptación y creación de nuevos códigos y mensajes, diversificando el contenido de los mismos.

En el primer capítulo de este documento se describió cómo las grandes civilizaciones de la antigüedad dieron gran relevancia al proceso de la comunicación masiva. Imperios como el griego o el romano fueron pioneros en idear mecanismos de comunicación social en una relación gobernante-gobernados para dar a conocer a sus súbditos las acciones que sus dirigentes llevaban a cabo en pro de los estados, todo ello mediante el uso de recursos como pinturas, monumentos, poemas, recitadores urbanos o pregoneros e inclusive el teatro. De estas culturas ancestrales, los romanos, por ejemplo, tuvieron la necesidad de instaurar formas de control, censura y persuasión, contra aquellos ciudadanos que se opusieran a las normas establecidas, quizá porque la misma sociedad romana había sentado las bases para una amplia libertad de expresión, como demuestra el gran desarrollo que tuvo la sátira política entre los autores de la época, y porque se contaba con distintos medios de información pública que permitían a los ciudadanos mantenerse al tanto de los acontecimientos importantes suscitados a lo largo del imperio y de la participación que sus gobernantes habían tenido en esos sucesos.

Para este análisis se consideró a la comunicación social como aquella cuya labor, a grandes rasgos, es ser portavoz de las actividades oficiales de cara a los diferentes medios de comunicación y, a través de éstos, a la ciudadanía; esto se hace con el fin de difundir los objetivos, programas y acciones que son desarrollados por las entidades gubernamentales hacia la comunidad. Quienes la ejercen se encargan, entre otras cosas, de recabar material informativo relacionado con el trabajo de los miembros de las entidades públicas, preparándolo para su distribución a través de los medios masivos, incluyendo actualmente entre estos últimos a las redes sociales y al internet en general.

La comunicación social, como todas las otras manifestaciones comunicativas, ha evolucionado a lo largo de la historia. En los gobiernos occidentales modernos es una herramienta fundamental del quehacer público.

Su función es la de dar a conocer las acciones, obras y políticas públicas que las gestiones de los diferentes órdenes locales y nacionales necesitan dar a conocer a la sociedad a través de los diferentes medios de comunicación disponibles con el fin de que esta última califique de manera positiva o negativa el desempeño de los funcionarios.

La razón de ello es que, en el contexto contemporáneo, todo gobierno que pretenda ser considerado como legítimo y democrático debe ser "visible" ante sus gobernados; esto es, debe establecer una relación directa de intercambio de información y de opiniones que haga posible que todo ciudadano pueda conocer y estar al día acerca de los asuntos que le conciernen, participando de este modo en la toma de decisiones de carácter público.

Transparencia en la información y libertad de expresión son conceptos que no pueden desligarse de la actual definición de comunicación social. Con este soporte, dicha actividad adquiere una dimensión mucho más significativa porque, como se dijo, no puede pensarse en un sistema político moderno que, sustentado en la representatividad ciudadana, no la considere como una de sus tareas sustantivas, manejándola como una función pública ineludible y de la mayor trascendencia.

En ese sentido, este trabajo ha expuesto cómo el Gobierno del Estado de Veracruz creó la Coordinación General de Comunicación Social para brindar a sus ciudadanos un canal de comunicación abierto por medio del cual se difunde el desempeño de sus funcionarios, así como las políticas, obras y acciones que son de interés público.

Esta dependencia contrata los servicios de profesionales de la comunicación que se desenvuelven en las diferentes áreas de la información y el diagnóstico para medir la aceptación de los funcionarios, el impacto en el beneficio de las obras y políticas, y cómo la opinión pública califica las acciones de gobierno, de tal forma que las acciones de la entidad podrían englobarse en tres grandes rubros: información, difusión y evaluación.

La parte informativa se refiera a la cobertura de todos los programas, acciones y eventos que el gobierno estatal lleva a cabo. Esto se realiza para poder ofrecer a los medios masivos de comunicación información suficiente y oportuna sobre las actividades oficiales para que ellos, a su vez, la transmitan a la población. La información se emite a través de comunicados oficiales, ruedas de prensa, entrevistas, reportajes y otras estrategias comunicativas.

La tarea de dar difusión de las obras y acciones de gobierno se realiza a través de la planeación y ejecución de campañas integrales de comunicación relacionadas con los ámbitos de interés del gobierno, sean éstos políticos, sociales, económicos, culturales o educativos. Desde este punto de vista, la CGCS del Estado de Veracruz ha sido responsable, entre otras cosas, de la organización y puesta en práctica de campañas relacionadas con los programas estatales de promoción turística y asistencia social, y con actividades específicas como la Cumbre Tajín. Lo que se busca con esos trabajos es, sobre todo, mantener informada a la población sobre las obras de carácter público que se realizan en los municipios o en las comunidades; pero también se busca promover su participación en esfuerzos de beneficio común, como es el caso del programa *“Playas Limpias y Seguras”*, y para lograr una convivencia social armónica, además de impulsar la difusión y promoción de valores relacionados con la identidad estatal o local, como lo demuestra la campaña *“Veracruz... mi estado ideal”*.

Al desarrollar una amplia labor informativa y de difusión, la CGCS del Estado de Veracruz pretende garantizar el acceso permanente de la población al conocimiento de lo que el gobierno estatal realiza con el fin de fortalecer su participación y propiciar que cada ciudadano cuente con elementos suficientes para evaluar el quehacer de las entidades públicas.

Así, este organismo cumple de manera eficiente con su compromiso de hacer efectiva la función pública de la comunicación social, entendiéndola como un recurso indispensable para el desarrollo social y la convivencia democrática de todos los veracruzanos. Pero también, de acuerdo con los estatutos que le han dado origen y sustento legal, la dependencia tiene que considerar la relevancia de la retroalimentación para poder valorar si se están cubriendo o no las necesidades de la población; esto significa que la propia entidad debe generar la apertura de canales a través de los cuales la población pueda expresar sus puntos de vista, sus dudas e inconformidades o sus requerimientos y expectativas.

Es por eso que la CGCS del Estado de Veracruz tiene contemplados, entre sus líneas de acción, aspectos relativos a la evaluación de la opinión pública sobre los programas y servicios gubernamentales. Aquí se involucra la ejecución de acciones de investigación, seguimiento y análisis tanto del manejo informativo que los medios realizan sobre las acciones gubernamentales como de las tendencias de opinión que en torno a las mismas manifiesta la ciudadanía.

Como ya se explicó, la labor de la CGCS es sumamente importante y revista una gran complejidad, dada la variedad de actividades que deben realizarse a diario, incluyendo el seguimiento de las acciones del gobernador y otros funcionarios, la difusión de programas y campañas oficiales, el monitoreo de la presencia estatal en los medios, etc.

Todo ello requiere de una gran cantidad de personal especializado en distintas áreas y de equipo adecuado para el registro y la distribución de los materiales a los diferentes medios.

En las últimas décadas el desarrollo tecnológico ha sido cada vez más acelerado. Hoy en día se dice que el mundo vive inmerso en la llamada “sociedad de la información”, una etapa que parece estar determinada por el papel central de las telecomunicaciones. Surgida con la gran explosión tecnológica de finales del siglo pasado, se sustenta en la convergencia de las comunicaciones a distancia, el internet, las aplicaciones computacionales y el creciente desarrollo de la multimedia. Cada día se verifica cómo las comunicaciones, y sobre todo los medios masivos, han cambiado su rostro para dar paso a la creación de redes complejas interconectadas que integran variadas tecnologías de información para conformar nuevos recursos de comunicación, información y hasta ocio.

Internet es, hasta ahora, el medio que más dramáticamente ha alterado el sentido, el alcance y el ritmo del trabajo en los medios de comunicación para todos los actores sociales, y en especial de aquellos que giran dentro del entorno político. En todas las entidades públicas la modernización de los procesos comunicativos es importante para hacer frente a las exigencias de la era digital; y, para tal efecto, el área de televisión de la CGCS del Gobierno del Estado de Veracruz, motivo de este estudio, tuvo que transitar por una evolución tecnológica acorde a las demandas y dinámica actuales.

Hoy en día, el camarógrafo de la Coordinación General de Comunicación Social no sólo debe centrar sus conocimientos en el manejo óptimo de su herramienta principal de trabajo, la cámara de video, sino que debe desempeñarse de manera integral, haciendo uso de todas las opciones que las nuevas tecnologías, como el internet, ofrecen.

Para llevar a cabo un trabajo más completo, el camarógrafo de Comunicación Social debe procesar las imágenes que registre o grabe, editándolas en programas de edición no lineal como FinalCut o Adobe Premier, mediante el uso de una computadora, para después poder enviarlas a través de páginas de almacenamiento de datos en la red. Con esto la comunicación se hace más rápida y sencilla, además de que el envío de la imagen puede hacerse a varios destinatarios a la vez, con el consiguiente ahorro de tiempo y de recursos económicos, pues antes se gastaba mucho en servicios de mensajería o en la entrega personal de los materiales a los diferentes medios.

Este proceso no nada más sustituye al viejo procedimiento de edición lineal a corte directo, sino que brinda al camarógrafo la oportunidad de realizar un trabajo más completo y pulcro, combinando una serie de habilidades específicas, las cuales complementan sus conocimientos.

Asimismo, el camarógrafo de Comunicación Social deberá siempre cuidar el contenido de las imágenes porque éstas constituyen una fuente oficial de información en la cual se deben respetar los códigos establecidos sobre la cobertura de una fuente de gobierno. Esto es, se debe tener cuidado con los encuadres, los fondos y el audio para que el resultado refleje con fidelidad la imagen que se pretende dar del mandatario estatal y de los miembros de su gabinete.

Hoy en día todos los camarógrafos de la CGCS del Gobierno de Veracruz se encuentran capacitados y actualizados en el envío de imágenes de video vía internet. El proceso de adaptación-aprendizaje se ha llevado durante la presente administración del gobernador Javier Duarte de Ochoa, acompañada de una modernización del equipo especializado, como lo son cámaras de video y computadoras, sin lo cual, desde luego, la modernización del trabajo efectuado en la dependencia no hubiera sido posible.

Se puede concluir que, actualmente, el Área de Televisión del Gobierno de Veracruz se encuentra a la vanguardia en materia de imagen de video, ya que, aunada a la modernización del proceso de grabación y distribución de las imágenes, vino una mejora en la calidad de las mismas: al contar con equipos mucho más modernos y especializados se dio el salto a la calidad Full HD o alta definición, lanzada por el Gobierno Federal con el “apagón analógico” del 2016.

Es importante destacar que en este trabajo sólo se buscó identificar las características y particularidades de la aplicación de un proceso de modernización en el envío de imágenes de televisión a través de internet en el área de televisión de la CGCS del Gobierno de Veracruz. El objetivo primordial de la tesina fue hacer un retrato de una realidad que pudiera servir como base para investigaciones propositivas posteriores.

El diseño descriptivo de este trabajo puede ser un antecedente para el desarrollo de nuevas investigaciones, toda vez que los alcances del estudio estuvieron limitados por el formato de tesina, por lo cual no se llegó hasta la etapa de proponer estrategias de solución para los retos que la dependencia está enfrentando. Únicamente se procuró dar a conocer cómo se resolvió un problema práctico, con lo que, quizá sin haberlo propuesto de manera formal, se modernizó y mejoró el proceso de envío de imágenes de televisión utilizando los nuevos medios electrónicos.

Los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación que revisen este documento podrán tomar en consideración las necesidades del campo de trabajo de la comunicación social, ya que en este texto también se describen los conocimientos que hoy en día debe poseer cualquiera que busque cubrir el perfil de un realizador de video para una fuente oficial.

De igual modo, es importante destacar la valiosa aportación de esta tesina para el campo académico, pues no se trata sólo de definir contenidos a partir de la investigación documental, sino de sustentar el contenido a partir de las vivencias de quien llevó a cabo los procesos descritos.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUILERA, Purificación y María MORANTE (2012): *Ofimática y proceso de la información*, serie Administración y Gestión, Madrid, Editex.
- APARICI, Roberto *et al* (2013): *La imagen. Análisis y representación de la realidad*, col. Multimedia, Barcelona, Gedisa.
- ÁVILA BARAY, Héctor Luis (2006): *Introducción a la metodología de la investigación*, Ciudad Cuauhtémoc, EUMED.
- BAENA PAZ, Guillermina y Sergio MONTERO OLIVARES (2014): *Ciencias de la comunicación 2*, serie integral por competencias, México, Grupo Editorial Patria.
- BAUTISTA, Fernando (2015): “La grabación de sonido en el marco de la educación musical: usos y funciones”, en DÍAZ GÓMEZ, Maravillas y María Elena RIAÑO GALÁN, eds.: *Creatividad en educación musical*, Santander, Ediciones de la Universidad de Cantabria / Fundación Marcelino Botín.
- BELTRÁN PÉREZ ROJAS, Luis (2007): “Aportes al objeto de estudio de la comunicación, una propuesta desde la psicología cognitiva”, *Global Media Journal México*, vol. 4, no. 8, Laredo, Departamento de Psicología y Comunicación de Texas A&M International University / Escuela de Educación, Humanidades y Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey.
- BERRUETA GARCÍA, Eduardo (2015): *Transmisión de información por medios convencionales e informáticos*, Madrid, Paraninfo
- BIDART CAMPOS, Germán (1999): “Los medios de comunicación en la democracia: libertad de expresión, empresa, poder social, proyección institucional”, en SANDLER, Héctor R., coord.: *El Cuarto Poder: Expresión, información y comunicación social*, Buenos Aires, Instituto de Investigaciones Jurídicas y Sociales A. L. Gioja/ Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires / EDIAR.

- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2003): “Deontología periodística en radio y televisión”, en BURSET TOURON, Miguel Ángel, coord.: *Deontología, función social y responsabilidad de los profesionales de la comunicación. Ciclo de conferencias*, Madrid, Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid.
- CHECA GODOY, Arturo (2007): *Historia de la publicidad*, Oleiros, Netbiblo.
- CELIS GARCÍA, Nephtalí (2007): *El poder de la comunicación. La comunicación y el poder*, México, Porrúa.
- COMPARATO, Doc: *De la creación al guion. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*, Porto Alegre, Simplíssimo Livros, s/n.
- DE LA FUENTE HERNÁNDEZ, Javier et al (2014): *Promoción y educación para la salud en odontología*, México, El Manual Moderno.
- ESPINOSA, Susana y Eduardo ABBATE (2005): *La producción de video en el aula. Curso teórico-práctico de cómo organizar el taller de video en el aula*, col. Nuevos Caminos, Buenos Aires, Colihue.
- FUENMAYOR E., A. (2004): *El derecho de los ciudadanos a la opinión pública. Análisis jurídico y recomendaciones para una propuesta de ley modelo sobre el derecho de acceso de los ciudadanos a la información pública*, San José, Oficina de la UNESCO para América Central.
- GARCÍA SAMANIEGO, Francisco R. (2011): “Los medios de comunicación como el espacio privilegiado de la política en las democracias”, *Revista de Ciencia Política*, no. 13, Buenos Aires.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ: (2012): *Coordinación General de Comunicación Social, Segundo Informe de Gobierno / Veracruz 2011-2012*, Xalapa, Gobierno del Estado de Veracruz
 - (2006): *Gaceta Oficial. Órgano del Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave*, tomo CLXXIV, No. Ext. 10, Xalapa, Gobierno del Estado de Veracruz.

- GÓMEZ ESPELOSÍN, Francisco Javier (2001): *Historia de Grecia antigua*, Madrid, Akal.
- GÓMEZ-TARÍN, Francisco Javier y Javier MARZAL FELICI, coords. (2015): *Diccionario de conceptos y términos audiovisuales*, col. Signo e Imagen, Madrid, Cátedra.
- GONZÁLEZ ALONSO, Carlos (2003): *Diccionario de comunicación*, México, Trillas.
- GUERRERO ORTIZ, Areli Eunice (2012): *La ingeniería en la realización de un programa de televisión* (informe de trabajo profesional), México, Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, Pablo y Pedro CUESTA VALIÑO (2014): “Capítulo 5. Técnicas de comunicación en dispositivos móviles”, en PINTADO BLANCO, Teresa y Joaquín SÁNCHEZ HERRERA, coords.: *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*, 3ª ed., serie Libros Profesionales de Empresa, Madrid, ESIC.
- HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (2007): *Seis antenas para pensar la televisión*, serie Temas de Formación Sociopolítica, no. 46, Caracas, Fundación Centro Gumilla / Universidad Católica Andrés Bello.
- LEWIS, Roland (1994): *Curso rápido de vídeo*, Madrid, Tursen / Hermann Blume Ediciones.
- LUQUE BERROCAL, Joaquín y Jesús MARTÍN ALLOZA (2013): *UF0862: Instalación y configuración de periféricos microinformáticos. IFCT0309*, Antequera, IC Editorial.
- MELENDRERAS RUIZ, Rafael, coord. (2008): *Guía para el usuario de la televisión en alta definición*, Murcia, Impulsa TDT / Digital Audiovisual Communication Research Group / Forum Italia / Universidad Católica San Antonio.
- MENÉNDEZ, Antonio (1977): *Comunicación social y desarrollo*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.

- MORALES MORANTE, Fernando (2013): *Montaje audiovisual. Teoría, técnica y métodos de control*, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.
- MORET, Jorge (2010): *El Lead: Una revisión crítica*, col. Textos de la Comunicación, San Cristóbal, Universidad de los Andes.
- MUSEO COMUNITARIO “RABINAL ACHI” (2004): *Manual de formación audiovisual*, Guatemala, Museo Comunitario “Rabinal Achi” / Fundación Cholsamaj.
- NIQUI, Cinto (2014): *Los primeros veinte años de contenidos audiovisuales en internet. 1000 obras y webs*, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.
- ORGANISMO DE FISCALIZACIÓN SUPERIOR DEL ESTADO DE VERACRUZ (s/f): *Fiscalización de la cuenta pública. Resultado de la fase de comprobación*, Xalapa, ORFIS.
- PARÉS I MAICAS, Manuel (1994): *Cultura y comunicación social: América Latina y Europa Ibérica*, Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias.
- PALLÁS ARENI, Ramón (2003): *Sensores y acondicionadores de señal*, 4ª ed., Barcelona, Marcombo.
- PUBLICACIONES VÉRTICE (2011): *Videovigilancia: CCTV usando videos IP*, Madrid, Vértice.
- REIG, Ramón (2010): *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*, col. Periodística, no. 36, Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- REINA, Augusto M. y Santiago ROSSI (2010): “Algunas reflexiones sobre la comunicación del gobierno”, en IVOSKUS, Daniel, ed.: *Cumbre Mundial de Comunicación Política: Cambios socioculturales del siglo XXI*, Buenos Aires, Libros del Zorzal.
- RINCÓN, Omar y Mauricio ESTRELLA (2001): *Televisión: pantalla e identidad*, Quito, Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación Friedrich Ebert Stiftung / El Conejo.

- RUIZ FIERRO, Juan (2003): *Producción del programa “Veracruz Informa”*. Una experiencia profesional (tesis profesional), Boca del Río, Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana.
- SABÉS TURMO, Fernando y Juan José VERÓN LASSA (2009): *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*, serie Periodística, no. 19, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.
- SÁNCHEZ, Anna, ed. (2002): *Premiere 6 para PC/Mac*, col. Studio Factory, Barcelona, ENI.
- SARMIENTO, Ramón (2014): “¿Qué es la comunicación social?”, en VILCHES, Fernando y Laura SANZ Y SIMÓN, coords.: *Comunicación social y accesibilidad*, col. Nuevos Discursos, no. 7, Madrid, Fundación Vodafone España / Dykinson.
- SARRIES SANZ, Luis y Esther CASARES GARCÍA (2008): *Buenas prácticas en recursos humanos*, serie Libros Profesionales de Empresa, Madrid, ESIC.
- SERRANO SANTOYO, Arturo *et al* (2010) *Digitalización y convergencia global*, Ensenada, Conver-Gente.
- SOLER ROJAS, Pedro (2010): “Capítulo 9: Algunas claves de la manipulación informativa”, en APARICI, Roberto, coord.: *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*, serie Educación Social, Madrid, Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- TORRENTE ARTERO, Óscar (2013): *Arduino, Curso práctico de formación*, San Fernando de Henares, RC Libros.
- VALLVERDÚ, Jaume (2008): *Antropología simbólica. Teoría y etnografía sobre religión, simbolismo y ritual*, col. Humanidades, Barcelona, Universitat Oberta de Catalunya.
- VARIOS (2005): “Todo sobre la reparación de videocámaras (incluye formatos analógicos y digitales)”, *Electrónica y servicios*, edición especial no. 3, Buenos Aires, Conosur.

- VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel (2000): *Historia y comunicación social*, Barcelona, Mondadori.
- WEISE, O. (2005): *La escritura y el libro*, col. Labor / Novísima Biblioteca de Iniciación Cultural no. 12, Barcelona, Labor / Maxtor.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- ARIAS HERNÁNDEZ, Rafael: “Congruencia, esfuerzo y responsabilidad”, *Centro de Estudios para la Transición Democrática*. Disponible en <http://cetrade.org/v2/book/export/html/130>.
- *Barrido progresivo frente al barrido entrelazado*. Disponible en <https://www.uv.es/tv/1.%20Barrido%20progresivo%20frente%20al%20barrido%20entrelazado.pdf>.
- COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ (2015a): *Dirección General de Información. Manual específico de organización*, Xalapa, Coordinación General de Comunicación Social, p. 13. Disponible en http://www.veracruz.gob.mx/download/02.-%20Estructura%20Organica%20y%20Atribuciones/manuales-especificos-organizacion/manual-direccion-informacion/Manual%20de%20Organizaci%C3%B3n_Direcci%C3%B3n%20General%20de%20Informaci%C3%B3n.pdf.
 - (2015b): *Manual general de organización 2015*, Xalapa, Unidad Administrativa del Departamento de Recursos Humanos de la Coordinación General de Comunicación Social del Estado de Veracruz. Disponible en <http://www.veracruz.gob.mx/download/estructura-organica/manual-general-organizacion-cgcs/Manual%20General%20de%20Organizaci%C3%B3n.pdf>.
- CUBILLA A., Norys M.: “El pool de prensa y los profesionales de la oficina de prensa”, *Prezi*. Disponible en <https://prezi.com/0tnzy3fponmc/el-pool-de-prensa-y-los-profesionales-de-la-oficina-de-pren/>.
- “*De respeto y cordialidad, relación de Gobierno con medios*: Raúl Peimbert”, *Semanario Informativo*. Disponible en <http://www.alemanvelasco.org/semanario/archivos/despliega2.php?id=1565>.
- DÍAZ, Pilar: “*El Número Uno, celebra once años*”, *Sociedad Xalapa.com*, Disponible en <http://www.sociedadxalapa.com/?p=8063>.

- “El gobernador más influyente de Veracruz/ 24 de septiembre de 2010”, *Blog.expediente.mx*. Disponible en <http://blog.expediente.mx/nota/198/periodico-de-veracruz-portal-de-noticias-veracruz/el-gobernador-mas-influyente-de-veracruz24-de-septiembre-de-2010>.
- “Escaneo progresivo vs. escaneo entrelazado”, *Seguridad Digital*. Disponible en http://www.midisec.com/index.php?view=article&catid=43:documentos-tecnicos&id=70:escaneoprogresivovsescaneoestrelazado&option=com_content&Itemid=57.
- ESPINOZA, Roy (2009): “Ser camarógrafo es un estilo de vida”, *Camarógrafo Perú*. Disponible en <http://camarografoperu.blogspot.mx/2009/07/ser-camarografo-es-un-estilo-de-vida.html>.
- FUNES, Martina (2014): “Por qué es necesaria la comunicación en las instituciones públicas”, *Los Andes*, no. 7520, mes 04, año 20, Mendoza, Grupo Clarín. Disponible en <http://losandes.com.ar/article/por-que-es-necesaria-la-comunicacion-en-las-instituciones-publicas>.
- GALÁN AMADOR, Manuel (2012): “Investigación descriptiva”, *Metodología de la investigación. Manuel Galán Amador*. Disponible en http://manuelgalan.blogspot.mx/2012_08_26_archive.html.
- GARCÍA GUZMÁN, Sergio: “La importancia del símbolo”, *Libros Abiertos*. Disponible en http://librosabiertos.atwebpages.com/documentos/LA_IMPORTANCIA_DEL_SIMBOLO.pdf.
- GARCÍA RIVERA, Gaudencio (2015): “Los *mass media* y el poder público”. *Imagen de Veracruz*. Disponible en <http://www.imagendeveracruz.com.mx/vercolumna.php?id=2653>.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ (2011): *Plan Veracruzano de Desarrollo 2011/2016*, Xalapa, Gobierno del Estado de Veracruz, p. 288. Disponible en http://www.veracruz.gob.mx/programadegobierno/files/2013/07/plan_veracruzano_web.pdf.

- GONZÁLEZ GODINA, Gustavo: “Maestro Yayo”, *La política desde Veracruz*. Disponible en <http://www.lapolitica.com.mx/?p=135104>.
- GROSSI, Marco: “Las proporciones del cuadro cinematográfico”, *Marco Grossi Cine*. Disponible en <https://sites.google.com/site/cinemarcogrossi/catedra/apuntes/las-proporciones-del-cuadro-cinematografico>.
- “3. La censura del imperio romano”, *Galicia Irredenta*. Disponible en <http://kallaikoi.0catch.com/05.htm>.
- LARA DE LA FRAGA, Jorge E. (2009): “El ser humano y el periodista”, *La Prensa*. Disponible en <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n1118468.htm>.
- “Ley número 58 Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz-Llave”, *Orden Jurídico.gob.mx*. Disponible en <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDConstituciones/pdf/VER2.pdf>
- “Lic. Sabás Huesca Rebolledo”, *Gobernantes.com*. Disponible en <http://www.gobernantes.com/cedulas/actor4.htm>.
- “Miguel López Azuara, nuevo director de Notimex”, *Proceso.com.mx*. Disponible en <http://www.proceso.com.mx/132692/miguel-lopez-azuara-nuevo-director-de-notimex>.
- MORENO, Dulce Liz: “José Miranda Virgen”, *Tú y yo coincidimos en la noche terrible*. Disponible en http://nuestraaparenterendicion.com/tuyoyocoincidimosenlanocheterrible/index.php/component/k2/item/71-jose-miranda-virgen#.Vyv3_aT5Ny0.
- ORTEGA CALIZ, Josue Rudd (2013): “Unidad 2. Factores y procesos de la comunicación”, *Desarrollo y Relaciones Humanas. Bitácora*. Disponible en <http://jrnovakc.blogspot.mx/2013/03/unidad-2factores-y-procesos-de-la.html>.
- PODER JUDICIAL DEL ESTADO DE VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE. “Nuestra institución”, *Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave*. Disponible en <http://www.pjeveracruz.gob.mx/>.

- RÍOS HERNÁNDEZ, Iván (2010): “El lenguaje: herramienta de reconstrucción del pensamiento”, *Razón y Palabra*, no. 72, Atizapán de Zaragoza, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, s/n. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/27_Rios_72.pdf.
- RIZO, Martha (2005): “La psicología social y la sociología fenomenológica. Apuntes teóricos para la exploración de la dimensión comunicológica de la interacción”, *Global Media Journal, Edición Iberoamericana*, vol. 2, no. 3, Monterrey, Centro de Investigación en Comunicación e Información del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey. Disponible en http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_4.html.
- SECRETARÍA DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ (s/f): *Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación Social*, Xalapa, Secretaría de Gobierno del Estado de Veracruz. Disponible en http://web.segobver.gob.mx/juridico/pdf_regla/reglamentosdep/vigente16-1.pdf.
- *Tecnologías HD y Full HD*. Disponible en <http://sabia.tic.udc.es/gc/trabajos%202011-12/HDyFullHD/index.html>.
- TELLO VACA, Edgar (1996): “Comunicación, sociedad y gobierno en el Estado de México”, *Razón y Palabra*, no. 1, año 1, Atizapán de Zaragoza, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, s/n. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n1/tello.html>.