



# **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

“LO QUE HAY DETRÁS DE UNA NOTICIA RADIOFÓNICA”.  
REPORTE DE EXPERIENCIA PROFESIONAL EN NOTICIAS MVS RADIO

**T E S I N A**

PARA OBTENER EL GRADO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

**ANDRÉS ANTONIO TOLEDO MARTÍNEZ**

ASESORA: DOCTORA FRANCISCA ROBLES

CIUDAD UNIVERSITARIA

2011





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.

**Dedicatoria:**

*A mi familia: Eduardo, Irma Laura, Aline y Aarón... A Mamá que nos ilumina desde arriba.  
A Ma. Guadalupe Saucedo Aguilera... Mi hermosa Lupita: mi cielo y el motor incansable detrás de este trabajo.*

**Agradecimiento:**

*A la Doctora Francisca Robles por su orientación y paciencia.*

Introducción.....	5
Capítulo 1: Empresa MVS Comunicaciones.....	7
1.1 Origen y desarrollo MVS Radio .....	8
1.2 Servicios de MVS Comunicaciones .....	11
1.2.1 Televisión .....	12
1.2.2 Radio.....	12
1.2.3 Broadband.....	15
1.2.4 Editorial .....	17
1.2.5 Espectáculos .....	18
1.2.6 Strategic Media .....	19
1.3 Filosofía Organizacional .....	19
1.3.1 Misión.....	20
1.3.2 Visión .....	21
1.3.3 Valores .....	21
1.4 Política de calidad.....	22
1.4.1 ISO 9001 .....	22
1.4.2 Great Place To Work.....	23
Capítulo 2: Noticias MVS Radio .....	25
2.1 Estructura organizacional .....	25
2.2 Departamento de Noticias MVS.....	27
2.2.1 Presidencia de MVS Radio: .....	27
2.2.2 Dirección General de MVS Radio: .....	27
2.2.3 Dirección de Información:.....	27
2.2.4 Coordinación de Información: .....	30
2.2.5 Jefatura de Redacción: .....	33
2.2.6 Redactores: .....	36
2.2.7 Locutores-Redactores: .....	37
2.2.8 Coordinación de Corresponsales: .....	39
2.2.9 Editor de página de Noticias MVS:.....	42
2.2.10 Producción: .....	44
2.2.11 Gerencia y Sistemas: .....	46

2.2.12 Reporteros: .....	48
2.2.13 Conductores: .....	49
Capítulo 3: Reporteo, las fuentes y el envío de información. ....	51
3.1 Proceso de Asignación de fuentes.....	54
3.1.1 Medio Ambiente .....	55
3.1.2 Asamblea Legislativa del Distrito Federal. ....	57
3.2 Proceso del envío de la información.....	60
3.2.1 Órdenes de Trabajo .....	60
3.3 Proceso de Reporteo .....	63
3.3.1 Herramientas de Trabajo.....	66
3.4 Proceso de Envío de audios y fotografías. ....	70
3.4.1 Envío de audios .....	70
3.4.2 Envío de Fotografías. ....	71
3.5 Proceso de envío de notas .....	72
3.5.1 Proceso de Transmisión de la nota. ....	75
3.6 Transmisión de la nota: “Mismo esquema, nunca la misma experiencia”... ..	78
3.6.1 Cobertura Especial.....	79
3.6.2 Nota Informativa.....	85
Fuentes .....	95

## **Introducción**

Cuando escuchamos por la radio una noticia nos genera alguna reacción, desde una sorpresa, una reflexión, enojo o quizá hasta risa, pero pocas veces nos preguntamos ¿Qué hay detrás de los minutos en que esta información es presentada?

La intención de este trabajo radica precisamente en la necesidad de explicar el proceso por el que atravesó la realización de la transmisión de una nota.

Se trata de que el lector conozca las diferentes etapas por las que pasó el envío de esa información, los actores involucrados no sólo en la declaración o en los hechos de los que se da cuenta, sino que el propósito es ir más allá. Detallar las tareas de todas las personas que hacen posible que el radioescucha conozca el resultado final.

Además, esta tesina tiene la intención de revelar a los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación o bien, a la gente en general, la vida interna de una empresa como MVS Radio, considerada como una de las mejores compañías para trabajar en el país, por sus estándares de calidad y exigencia.

La idea es mostrar los diferentes servicios que ofrece una compañía de comunicaciones hasta los engranes de un equipo de noticias que busca llevar ante la audiencia información veraz y oportuna, pero también con sentido humano y como un producto que emana de la organización y del trabajo en equipo. Todo lo anterior contado por un reportero que como parte de ese equipo, capitaliza e incrementa su experiencia profesional.

Este trabajo cuenta con tres capítulos: El primero presenta a detalle las diferentes áreas de negocio de la empresa MVS Comunicaciones.

El segundo capítulo aterriza específicamente sobre el área de Noticias MVS, para describir las actividades de cada uno de los integrantes y conocer su función.

Por último, con el tercer capítulo pretendo mostrar la actividad del reportero y los procesos que utiliza esquemáticamente así como los que sigue la producción y la redacción de la información hasta que una nota puede ser transmitida al aire.

## Capítulo 1: Empresa MVS Comunicaciones

La estación MVS Radio forma parte de un grupo de empresas que integran MVS Comunicaciones, un corporativo que ofrece varios servicios de comunicación enfocados a diferentes áreas de negocios.

El giro comercial de la mayoría de esas áreas está vinculado al sector de las telecomunicaciones, aunque también se considera la Corporación Mexicana de Restaurantes (CMR) como parte de la familia Vargas Guajardo, propietarios de estas empresas.

La estructura de MVS Comunicaciones se sustenta en seis áreas que son: Televisión, Radio, Broadband, Editorial, Espectáculos y Strategic Media.

Con este capítulo el lector podrá conocer las características de cada uno de los sectores anteriores para entender el concepto que sustenta MVS Comunicaciones y tener información sobre la gama de servicios que oferta una empresa cuya misión es “ofrecer a las crecientes audiencias nuevos medios de acceso a la información, la cultura y el entretenimiento que superen sus expectativas”, según narra el mensaje de bienvenida que se escucha al ingresar en la página electrónica de MVS Comunicaciones por Internet.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> MVS mensaje de bienvenida en [www.mvs.com.mx](http://www.mvs.com.mx) Menu/Corporacion/12 de abril 2011

A continuación se detallan aspectos de esta compañía mexicana certificada con estándares de calidad y calificada como una de las 100 mejores empresas para trabajar en México.



### 1.1 Origen y desarrollo MVS Radio

Hoy día es común escuchar la radio en nuestro país por dos frecuencias, la de Amplitud Modulada (AM) y la Frecuencia Modulada (FM); Sin embargo, hace más de 34 años ésta última no estaba en la banda radial y a Don *Joaquín Vargas Gómez*, fundador de MVS, se le atribuye la incorporación de esta frecuencia en México.

De una manera escueta, en el Manual de Inducción de la empresa se detalla la manera en que la estación de radio *Stereorey*, antecesora de MVS, fue creada y con ello se sienta el precedente de lo que varias décadas después se considera la mejor calidad de transmisión para un servicio o transmisión radiofónica.

*“ En 1965 nuestro fundador Don Joaquín Vargas Gómez, en una de sus visitas a los Estados Unidos sintonizó, a través del radio de su automóvil, una frecuencia de FM con un sonido desconocido para él y para México: La estereofonía o sonido estereofónico. Fue así como Don Joaquín creó el 15 de abril de 1967 Stereorey, la primera estación de FM con transmisión estereofónica de toda la República. El nombre Stereorey tiene su origen en las palabras “stereo” por estereofonía y “rey” como un homenaje al nombre de la ciudad pionera de la FM en México:*

*Monterrey. Más tarde Stereorey se convirtió en una cadena con cobertura en las ciudades más importantes del país.”<sup>2</sup>*

Para conformar lo que actualmente se conoce como MVS Radio fue necesaria la evolución de *Stereorey*; la etapa intermedia fue la operación bajo el concepto *BEST FM*, que en agosto de 2002 sustituyó la señal que mantenía la empresa durante tres décadas, pero conservando el formato de transmisión de música en inglés dirigida a un público adulto contemporáneo.

Un año después, en el 2003, la cadena *Best FM* deja su formato musical original para dar paso a la transmisión de música gruperá. No obstante el cambio, no tardó mucho tiempo en volverse a dar, ya que en el 2004, la cadena sufre una transformación para arrancar un nuevo proyecto que surgió gracias a una alianza con la empresa *Infored*, dando paso a MVS Noticias con los programas informativos de *Monitor*.

La relación laboral de esta alianza concluyó en el 2008 cuando se suspendió la transmisión de los noticiarios de *Monitor* encabezados por *José Gutiérrez Vivó*. A finales de ese mismo año la dirección de MVS Radio busca mantener la continuidad de los contenidos informativos y en enero de 2009 lanza un nuevo proyecto bajo la conducción principal de *Carmen Aristegui* y *Ezra Shabot*, al frente de los espacios de noticias MVS.

<p>José Elías Gutiérrez Vivo: Periodista y empresario mexicano. Fue presidente y director general de Grupo Monitor, conductor del noticiero “Monitor de la mañana” desde 1978 hasta su desaparición en 2008. Tomado del Blog Obed Edom “Primero cambie yo después cambiaron las circunstancias”. <a href="http://obedmx.lacocotelera.net">obedmx.lacocotelera.net</a></p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<sup>2</sup> MVS Manual de Inducción. Documento interno de trabajo.

Sin embargo, el año 2009 también es recordado por la muerte del fundador de la empresa, Don *Joaquín Vargas Gómez*, quien falleció a los 84 años de edad. Tras haber creado diversas empresas como MVS Radio y Corporación Mexicana de Restaurantes (Wings, El Lago, Del Bosque, La destilería, Los Almendros, Meridiem, Barón Rojo, La Fonda Mexicana y el Exa Live).

La conducción de las empresas quedó en manos de la familia Vargas Guajardo, integrada por sus hijos Gaby, Joaquín, Ernesto, Andrea, Francisco y Alejandro, actual presidente de MVS Radio.

Aunque el grupo empresarial MVS tiene como base de sus áreas de negocio a MVS Radio, su expansión ha permitido la diversificación de servicios y productos a ofertar; la mayoría aglutinados en el sector de las telecomunicaciones y bajo el esquema de MVS Comunicaciones; Sin embargo, bien puede utilizarse como introducción a la vida interna de la compañía el mensaje de bienvenida que a nombre de Alejandro Vargas Guajardo se incluye al formar parte de esta empresa líder de la industria de la radiodifusión mexicana:

“Ahora que formas parte de esta gran familia es muy importante que te sientas parte de ella, y sobre todo que con tu entusiasmo y talento contribuyas para que juntos conquistemos nuevos horizontes”.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Ibidem.

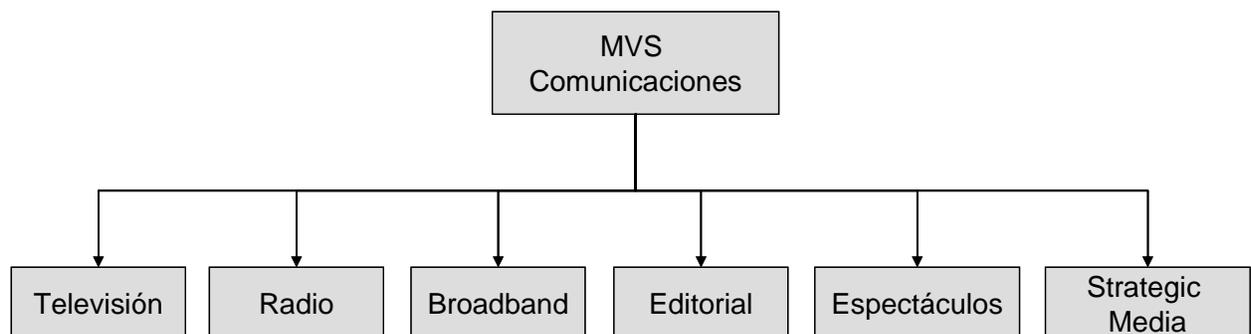
Por lo anterior, es necesario que a continuación se detallen las diferentes áreas de negocios y los variados productos que ofrece como grupo empresarial. Sin duda servirán al lector como un curso introductorio.



## 1.2 Servicios de MVS Comunicaciones

Los servicios que ofrece MVS Comunicaciones son diversos no sólo por sus características o público al que van dirigidos sino porque sus instalaciones están distribuidas en diversas sedes en el Distrito Federal , lo que brinda la posibilidad al personal de cada división contar con su propio espacio de oficinas específicas.

A continuación se detallan brevemente las áreas de negocio, es decir, los servicios que oferta la compañía.



**Figura 1 Esquema de áreas de Negocio**

### **1.2.1 Televisión**

Las instalaciones de MVS Televisión se encuentran en Boulevard Puerto Aéreo # 486, en la colonia Moctezuma, del Distrito Federal. En este rubro, para fines prácticos se incluye al servicio “*Dish*”, cuyas instalaciones centrales se ubican en Calzada de Tlalpan #1924, colonia Churubusco Country Club. Se trata de un “*sistema de televisión satelital (DTH) con cobertura nacional que ofrece televisión de paga con una selecta programación a través de canales cuidadosamente elegidos para atender la expectativa de las familias de México*”.<sup>4</sup>

Los sectores a los que se dirigen tanto la programación de MVS Televisión como la del sistema *Dish*, son catalogados para todo público.

MVS Televisión ofrece una infraestructura técnica y humana con capacidad necesaria para la producción de programas sencillos hasta la de un canal completo, como es el caso de *52MX* y *EXA TV*, mismos que se transmiten por *Dish*, al igual que otros canales como *Cine Latino*, *Zak* o *Movie Park*.

Cabe mencionar que por el canal *52MX* se transmite a todo el país la barra de Noticias MVS.

### **1.2.2 Radio**

La integran cuatro estaciones radiofónicas que abarcan los más variados tipos de audiencias, desde un sector juvenil hasta el público adulto: *Exa FM*, *La Mejor*, *FM Globo* y *Noticias MVS*.

---

<sup>4</sup> Ibidem.

Las instalaciones y estudios de transmisión se encuentran en Mariano Escobedo #532, Colonia Chapultepec Morales, en el Distrito Federal.

*“Su forma de hacer y entender la radio lo ha llevado a ocupar los primeros lugares en el mercado, esto gracias al desarrollo de conceptos definidos en sus formatos.”<sup>5</sup>*

Las estaciones que conforman el grupo radiofónico de MVS son las siguientes:

*ExaFM:*

Es un concepto radial musical dirigido al sector juvenil de entre los 13 y 24 años de edad. Con 57 estaciones en el país también tiene representación en otros países: *“Estados Unidos, Guatemala, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Ecuador y Panamá llegando a más de 95 millones de radioescuchas.”<sup>6</sup>*

La música que se transmite por la estación es del género pop tanto en inglés como español. Su slogan es *“Como quieras ponte EXA”*. La frecuencia por la que se transmite es 104.9 en FM.

Nace en el año 2002 con un formato de música pop, en su mayoría en español, dirigida a jóvenes de ambos sexos. Crece rápidamente como cadena y su

---

<sup>5</sup> MVS RADIO. Folleto de presentación.

<sup>6</sup> *Ibíd.*

crecimiento abarca varios países de América Central y algunas ciudades de Estados Unidos.

*La Mejor:*

La estación se autodefine como “*el formato popular*” de MVS Radio, con un slogan cuyo lenguaje así lo ratifica: La Mejor ¡Aquí nomás!

Los géneros musicales que transmite por la frecuencia 560 AM son: Banda, Norteño, Duranguense, Balada Grupera y hasta un toque de música ranchera.

El folleto de presentación de la empresa considera que la interacción con el público radioescucha, a través del territorio donde se transmite su señal, se basa en las promociones que anuncian en ciudades como Acapulco; Aguascalientes; Caborca; Celaya; Ciudad Acuña; Ciudad Guzmán; Colima; Cuernavaca; Manzanillo y Mexicali, entre otras.

*FM Globo:*

Estación musical dirigida al público joven de 18 a 30 años. Programa baladas y música rock pop de la década de los años 80's. Su slogan es: “*Parte de tí*”. La promocionan como música fresca que puede ser escuchada en hogares, oficinas y hasta en centros comerciales.

*Noticias MVS:*

Una estación dirigida a una parte de la población que abarca desde el sector juvenil hasta el adulto. Ofrece la información recabada por conductores, reporteros y corresponsales en México y en todo el mundo, quienes durante las 24 horas del

día de todo el año brindan información veraz, oportuna, objetiva, y balanceada con entrevistas exclusivas.

*“Una parte fundamental de las emisiones, además de la oportuna cobertura de reporteros y corresponsales que se encuentran directamente en las fuentes de información, también son las entrevistas exclusivas, que sin duda han generado polémica y atención de los sectores político, económico y social del país.”<sup>7</sup>*

Las emisiones pueden escucharse a través de la frecuencia 102.5 FM y en la página de Internet [www.noticiasmvs.com](http://www.noticiasmvs.com).

### **1.2.3 Broadband**

Dentro de las divisiones de MVS Comunicaciones se incluyen los servicios de Banda Ancha conocidos como “Broadband”, término que se refiere al acceso de alta velocidad a Internet.

*“Este término puede definirse simplemente como la conexión rápida a Internet que siempre está activa. Permite al usuario enviar correos electrónicos, navegar en la Web, bajar imágenes y música, ver videos, unirse a una conferencia vía Web y mucho más.”<sup>8</sup>*

El acceso a la banda ancha se realiza a través de seis medios, que son: Línea digital del suscriptor (DSL); MODEM por cable; Fibra; Inalámbrica; Satelital y Banda Ancha, mediante las líneas eléctricas (BPL).

---

<sup>7</sup> Ibídem.

<sup>8</sup> ¿Qué es banda ancha? en <http://www.broadbandforamerica.com/es> / 10 de abril 2011.

Con base en estos medios técnicos MVS Comunicaciones ofrece a sus clientes diferentes servicios digitales.

*Multiradio Digital:* un servicio que oferta 24 canales con igual número de géneros musicales sin cortes comerciales y sin interrupciones de locutores.

*Ego:* Es un servicio de acceso a Internet para la transmisión de voz y datos, mediante un “MODEM” inalámbrico y portátil que se oferta en las ciudades de Monterrey, Guadalajara, Toluca y en el Distrito Federal. Un servicio para todo público.

*Net:* A diferencia del servicio anterior, éste se enfoca hacia el sector empresarial como su público objetivo, al que provee soluciones para la transmisión de información utilizando una red inalámbrica denominada IP.

*Multired:* Son servicios de telecomunicación y tele-capacitación vía satélite. Con este servicio utilizado por 500 organizaciones y empresas se diseña y organiza la transmisión de teleconferencias.

*Digital:* Es la unidad de negocio encargada de la creación de las cuatro páginas Web y la transmisión de conciertos que se comercializan vía Internet.

#### 1.2.4 Editorial

Administrado desde las oficinas del corporativo en Reforma # 222 de la colonia Juárez en el Distrito Federal, esta empresa del grupo MVS Comunicaciones se encarga de la publicación de libros de arte, historias institucionales, informes financieros, números monográficos, memorias de congresos y publicaciones periódicas para empresas.

*“Somos especialistas en promocionar servicios editoriales por encargos que incluyen el concepto y desarrollo de todo tipo de publicaciones: Edición, producción e impresión. Nos hemos consolidado como una empresa con capacidad de producir una amplia gama de publicaciones gracias a que contamos con una extensa red de colaboradores externos, integrando así a los profesionales idóneos en cada proyecto”.*<sup>9</sup>

El área Editorial cuenta con más de 100 títulos publicados y ha impreso más de millón y medio de ejemplares por ejemplo: “*Cavas de México*”, “*Informe de Actividades*” de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y “*CAPUFE Historias de Gestión 2000-2006*”.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> MVS Editorial en [www.mvs.com.mx](http://www.mvs.com.mx) Principal /15 de abril 2011

<sup>10</sup> MVS Editorial en [www.mvseditorial.com/es/productos.php?cat=Fin](http://www.mvseditorial.com/es/productos.php?cat=Fin)

### 1.2.5 Espectáculos

Área especializada en la planeación y producción de espectáculos masivos que incluye conciertos, torneos y eventos como el concierto *EXA* o la carrera atlética *MVS*, que en conjunto pueden convocar a 500 mil personas durante el año.

Esta división de la empresa representa una fuente de ingresos directos mediante los patrocinios de marcas comerciales. Se encarga de realizar todos los conciertos nacionales e internacionales. Produce más de 60 conciertos masivos al año a lo largo de la República Mexicana, sur de Estados Unidos y Centroamérica.

#### *MVS Golf:*

En este apartado se incluye *MVS Golf*, área dedicada a la producción y operación del “*MVS Golf Tour*”, un torneo amateur por invitación que se realiza en 25 etapas en varias ciudades de México y Estados Unidos, con la participación de alrededor de cuatro mil jugadores.

*“Su misión es dar continuidad al proyecto de promoción de medios, creada para que nuestros socios comerciales tengan el escaparate perfecto para promocionar sus productos en un nicho de mercado socioeconómico A y B.”*<sup>11</sup>

El área de *MVS Golf* ofrece también servicios de asesoría técnica a diversos clubes de golf.

---

<sup>11</sup> *MVS Radio*. Folleto de Presentación.

### **1.2.6 Strategic Media**

Una división publicitaria de MVS Comunicaciones, con un público objetivo entre 12 y 28 años de edad, se basa principalmente en la utilización del mobiliario urbano como los *mupis* (mobiliario urbano de publicidad e información), y se enfoca en la distribución de publicidad dentro de 200 planteles de diferentes colegios y universidades.

Dentro de las estrategias publicitarias de esta área de negocios se ubica también “*MVS Móvil*”, servicio que gracias al envío de información e imágenes a los teléfonos celulares o dispositivos móviles, sirve como canal de mercadeo y comunicación.

### **1.3 Filosofía Organizacional**

La premisa con la que MVS Comunicaciones define su perfil es la innovación, y como toda empresa, pretende orientar su estrategia delimitando los patrones éticos y profesionales a través de una política de calidad.

La página electrónica de la empresa en Internet ejemplifica con un breve video-mensaje su misión corporativa pero también en este apartado podemos conocer a detalle los conceptos básicos que rigen la mentalidad y objetivos de la compañía y que a fin de cuentas marcan su filosofía organizacional.

*“En la era de la globalización la única constante es el cambio. Transformarse día con día con actitud permanente. Nuestra misión, nuestra razón de ser, es ofrecer a las crecientes audiencias nuevos medios de acceso a la información, la cultura y al entretenimiento. Que superen sus expectativas basándonos en la innovación el servicio y la calidad siempre con rentabilidad y responsabilidad social. Con un firme compromiso hacia nuestro público, nuestros clientes, accionistas, socios proveedores, nuestro personal y colaboradores. En MVS Comunicaciones trabajamos imaginando el futuro para modelarlo hoy y ofrecer*

*todas las innovaciones tecnológicas y de contenido al servicio de la sociedad. Somos pioneros en el lanzamiento de servicios de telecomunicaciones que han transformando la industria en nuestro país consolidándonos como un grupo de empresas y marcas líderes en Televisión, Radio, Broadband y Editorial. Somos un grupo mexicano de calidad mundial que trabaja con una premisa: Innovar*".<sup>12</sup>

Existen otros elementos teórico-prácticos con los que la compañía define las metas y objetivos. Basándose en un esquema sencillo establece la misión, la visión y los valores que la rigen. Las definiciones de estos aspectos empresariales pueden ser -como sugiere el sitio [webandmacros](http://www.webandmacros.com)- muy concretos y directos.

*"La misión permite concienciarnos de nuestra labor en el mercado, la visión establece metas y objetivos a grandes rasgos y los valores definen la forma de trabajar*".<sup>13</sup>

Con este argumento se presentan a continuación, los conceptos con los que MVS Comunicaciones se basa para posicionar su cultura empresarial:

### **1.3.1 Misión**

*"Ser el medio de comunicación que informa y entretiene con altos estándares de calidad, innovación y compromiso social, superando constantemente las expectativas de nuestra audiencia, clientes, proveedores y accionistas*".

El propósito de la empresa es consolidar todos los servicios que oferta apegados a los mismos criterios de calidad para que sus destinatarios, clientes o audiencia,

---

<sup>12</sup> Misión en [www.mvs.com.mx](http://www.mvs.com.mx)/Menú/Corporación/Misión / 18 abril de 2011.

<sup>13</sup> Definiciones en [www.webandmacros.com](http://www.webandmacros.com)/Declaración de la Misión, Visión y Valores de nuestra Organización/8 abril de 2011.

reciban un producto que cuente con los mismos estándares y la perciban como una compañía que en su conjunto trabaja bajo estrictos lineamientos.

### **1.3.2 Visión**

*“Consolidar el liderazgo radiofónico en México, desarrollar el mercado de habla hispana y mejorar continuamente los procesos a través del talento de nuestros colaboradores”.*

Al manifestar su interés por mejorar continuamente, la empresa ratifica la intención de mantenerse a la vanguardia en contenidos respaldados bajos su política de calidad.

### **1.3.3 Valores**

*“Integridad, lealtad, superación personal, compromiso, actitud de servicio, iniciativa, responsabilidad social, innovación, liderazgo, calidad e imparcialidad”.*

Con estos lineamientos, la empresa se autodefine pero a la vez delimita la conducción de sus colaboradores al marcarles las características que en lo individual deben mostrar para desempeñar cada una de sus actividades y que a final de cuentas se refleje como resultado de un trabajo en equipo.

## 1.4 Política de calidad

La política de calidad de MVS Radio, más allá de exponer su filosofía como se describió anteriormente, cuenta con una evaluación externa, independiente e internacional que la coloca como la primera cadena radiofónica certificada en Latinoamérica.

### 1.4.1 ISO 9001

Para mejorar la forma de trabajo, reducir costos y elevar la calidad del servicio, que le permite incrementar ventas o clientes, la empresa adoptó un sistema de gestión de calidad conocido como *ISO 9001*, siglas de la *Organización Internacional de Estandarización*, con sede en Ginebra, Suiza, y con representación en 156 países.

*“La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.”<sup>14</sup>*

En el caso particular de MVS Radio, actualmente cuenta con la certificación *ISO 9001:2008* que evalúa la calidad de los procesos estratégicos, comercial, procesos de realización y gestión de recursos. De manera específica incluye los alcances y exclusiones, la política de calidad, la filosofía, las leyes aplicables así como los códigos de ética.

---

<sup>14</sup> Definiciones en [www.normas9000.com/¿Qué es ISO?/](http://www.normas9000.com/¿Qué es ISO?/)17 de abril 2011.

La certificación ISO se realiza de manera semestral para constatar que las empresas den cumplimiento a las normas que rigen la certificación.

#### 1.4.2 Great Place To Work



Además de la certificación ISO que garantiza la calidad hacia los clientes MVS Radio ha sido catalogada como una de las 100 mejores empresas para trabajar en México, con base en el listado de la compañía “Great Place to Work”:

En este sentido MVS es una empresa en continua evolución que se rige por exigencias de calidad total para el trabajo radiofónico.

El instituto de investigación y consultoría internacional, sostiene que: *“las organizaciones que crean confianza y círculos virtuosos de colaboración y valoración, desarrollan culturas que destacan en sus resultados de negocios”*.<sup>15</sup>

Al presentar de manera general las diferentes áreas de negocios y servicios que integran MVS Comunicaciones, podemos apreciar la manera en que una compañía integra diferentes actividades, que permiten la interacción de diversas profesiones. Ofrece entonces al estudiante la oportunidad de saber cómo vincular las actividades profesionales con un ingrediente comercial para potencializar cualquier proyecto.

---

<sup>15</sup> “Las mejores empresas para trabajar” en [www.greatplacetowork.com.mx/excelentes lugares para trabajar/](http://www.greatplacetowork.com.mx/excelentes_lugares_para_trabajar/) 29 de abril 2011.

Las Mejores Empresas para Trabajar® en México de entre 500 y 5,000 colaboradores 2011			
Posición	Empresa	Posición	Empresa
1	Plantronics México	51	Eaton Industries - Reynosa
2	DJ Orthopedics de México	52	Parfumerie Versailles
3	Diageo México	53	Ernst & Young
4	Terra México	54	Universidad de Monterrey
5	Cisco	55	Millward Brown México
6	Infonavit	56	National Instruments
7	Fedex Express	57	Bridgestone de México
8	Mayan Resorts Riviera Maya	58	Hotel Catalonia Riviera Maya
9	SC Johnson and Son	59	Quintiles
10	Central	60	AON México
11	Sabre Travel Network	61	Volaris
12	Alcoa	62	Oracle México
13	Telefónica México (Movistar)	63	Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro
14	Breg México	64	Grupo Scanda
15	Starbucks Coffee México	65	Harman Audio de México
16	JW Marriott Hotel Mexico City	66	NewellRubbermaid Mexicali
17	Lundbeck México	67	Navistar México (International)
18	Grupo Ultrafemme	68	Christus Muguerza Hospital Conchita
19	AFORE Bancomer	69	Vitro Automotriz
20	Microsoft México	70	Best Day Travel
21	Edenred	71	Accor México
22	Four Seasons Hotel	72	The Nielsen Company
23	Novo Nordisk	73	Skyworks Solutions de México
24	LEGO Operaciones de México	74	CompuCom
25	RCI México	75	EMC México Servicios
26	Monex Grupo Financiero	76	Greatbatch Medical
27	Goodrich	77	IBOPE AGB México
28	Constructora Norberto Odebrecht	78	El Águila Compañía de Seguros
29	GlaxoSmithKline	79	TOTVS México
30	Fundación Teletón México	80	Ruba
31	Seguros Monterrey New York Life	81	Lockton México
32	Spirax Sarco Mexicana	82	Hotel Catalonia Royal Tulum
33	SAS Institute	83	Grünenthal de México
34	Industrias AIE	84	Valassis Promociones
35	BASF Mexicana Sitio Puebla	85	OMA Grupo Aeroportuarios del Centro Norte
36	DELL	86	Blockbuster
37	Ingram Micro México	87	Eaton Controls
38	Welch Allyn	88	GST Autoleather Saltillo
39	39. Eaton Industries - Aguascalientes	89	Schweitzer Engineering Laboratories
40	MAPFRE México	90	Parque Xcaret
41	Seguros Bancomer	91	DSM Nutritional Products México
42	Eaton Truck Components	92	Grupo Axo (Armani, Benetton, Brooks Brothers, Coach, Etro, Guess, Pink, Rapsodia, Tommy Hilfiger, Corporativo)
43	American Express	93	QBE de México Compañía de Seguros
44	Hotel Catalonia Playa Maroma	94	Vitro Envases
45	Mayan Resorts Vallarta	95	MVS Radio
46	Sika Mexicana	96	Chartis México
47	KAESER Compresores	97	Grupo Diestra Hoteles
48	Monsanto México	98	Corsidian
49	Daimler Financial Services	99	Cablemás
50	Freescale Semiconductor México	100	Fresenius Kabi de México

Figura 2 Tabla de posiciones de las empresas por Great Place to Work

## Capítulo 2: Noticias MVS Radio



Dentro de la empresa MVS Radio, se ubica el área de noticias, concepto conocido como *“Noticias MVS”*.

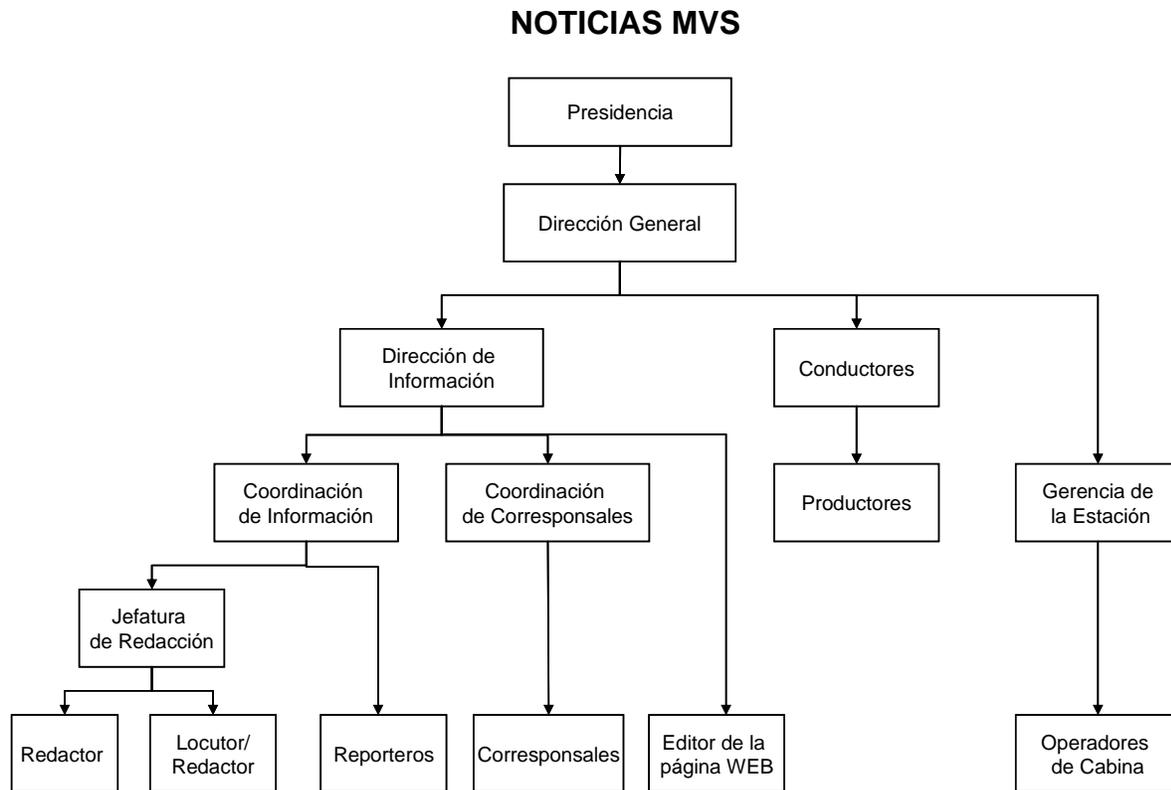
A lo largo de la historia de la estación se han desarrollado diferentes etapas para ofertar el servicio de transmisión de programas informativos o noticiarios. Sin embargo, el proyecto actual arrancó a partir de enero de 2009.

En este capítulo se dará cuenta de la manera en que se integra la sala de redacción para conocer las distintas áreas y actividades de quienes las encabezan, para que los lectores conozcan diferentes aspectos del proceso que sigue *“Noticias MVS”*, desde que se originan las órdenes de trabajo y los documentos que soportan el engranaje informativo para que una noticia radiofónica salga al aire, es decir, se escuche por la frecuencia del 102.5 FM.

### 2.1 Estructura organizacional

A pesar de que el área de noticias está conformada por diferentes roles desde la Dirección General hasta las tareas técnicas como las cabinas de grabación y edición, no existe un documento que muestre internamente su organigrama.

Por lo anterior, me permito presentar un esquema gráfico para mostrar la estructura organizacional de *Noticias MVS*:



**Figura 3 Estructura Organizacional de Noticias MVS**

Para la realización de este capítulo me baso en una serie de entrevistas realizadas a algunas personas que integran el área de noticias. Lo que nos revela las actividades y responsabilidades de cada labor específica para entender el engranaje que mueve la maquinaria para la producción de los programas informativos y sus diferentes emisiones.

Los testimonios obtenidos en las entrevistas se presentan en letra cursiva, asimismo, se agrega una imagen de los personajes entrevistados.

## 2.2 Departamento de Noticias MVS

### 2.2.1 Presidencia de MVS Radio:

Alejandro Vargas Guajardo, integrante de la familia propietaria de MVS Comunicaciones. Se desempeña como presidente de la Estación.

### 2.2.2 Dirección General de MVS Radio:

En este cargo se encuentra Mariano Domínguez, quien tiene como encargo la responsabilidad administrativa y empresarial de la estación.

### 2.2.3 Dirección de Información:



Figura 4 Gilberto Molina Santoyo

Está a cargo de Gilberto Molina Santoyo. Las responsabilidades de la Dirección de Información inician con la coordinación entre las diferentes producciones de las tres emisiones de noticiarios principales. En la primera emisión se encuentra la periodista *Carmen Aristegui*, la segunda emisión ha registrado diversos cambios de conductores (*Carlos Urdiales*, *Enrique Muñoz*) pero actualmente cuenta con la conducción de *Luis Cárdenas*; y la tercera

emisión con el analista político *Ezra Shabot Azkenazi*.

La Dirección de Información a cargo de Molina Santoyo tiene también la responsabilidad de contratar al personal del departamento de noticias, de ahí que tiene a su cargo una plantilla de redactores, redactores-locutores, reporteros y corresponsales. Además se encarga de establecer el contacto directo con los directores de Comunicación Social de las dependencias de gobierno.

La Dirección de Información define los contenidos apegados a la línea editorial de la empresa, pero también incluye establecer sinergias con los distintos departamentos de la estación como el área comercial.

*“Sabemos que esto es un negocio, tratamos de tener sinergias en cubrir eventos cuando hay ciertos compromisos comerciales sin que estos afecten los contenidos editoriales... Tratamos de tener ese respeto editorial y ese manejo de información pero cumpliendo siempre con esos compromisos, respetando los cortes comerciales”.*

Otra función de la dirección de información es sostener reuniones frecuentes con los directores de otras áreas de la empresa, para de ahí difundir las ideas, proyectos e instrucciones empresariales hacia las casi 70 personas que integran la plantilla laboral de Noticias MVS.

Como responsable de la barra informativa de la estación, Gilberto Molina, promueve fortalecerla, buscando la apertura de nuevos espacios informativos

durante el fin de semana, para lo cual considera necesario impulsar nuevos valores.

Gilberto Molina trabajó en *Grupo Monitor* y recuerda una alianza comercial entre MVS Radio y *Monitor*, para la transmisión del noticiario “*Monitor*” con el periodista *José Gutiérrez Vivó*, del 16 de marzo de 2004 al 30 de noviembre de 2006, fecha en la que terminó esta sociedad radiofónica, aunque se mantuvo el contrato para la transmisión por televisión en el canal 52MX, hasta que Gutiérrez Vivó reconoció: “siento mucho no poder pagar la renta”<sup>16</sup> para mantener la transmisión por MVS Radio, como dio cuenta en su momento el diario *El Universal*.

De esta manera, Gilberto Molina explica en la entrevista para este trabajo:

*“Cuando tronó la relación con José Gutiérrez Vivó salimos del aire y optaron por convertir 102.5 FM en una estación musical totalmente... fueron historias diferentes y en mi caso, me fui al Gobierno del Distrito Federal con Jessica Miranda, quien después de trabajar en Monitor como Directora de Información se sumó al equipo de la Jefatura de Gobierno como Directora de Comunicación Social, y ahí la buscan directamente Joaquín Vargas y Alejandro Vargas, para reiniciar el proyecto de noticias en MVS”.*

No obstante que *Jessica Miranda* arrancó el proyecto de Noticias MVS, mismo que salió al aire el 12 de enero de 2009, sólo estuvo al frente durante tres meses

---

<sup>16</sup> “Sale Monitor de FM por no poder pagar a MVS: Gutiérrez Vivó”, Redacción *El Universal*. 30 de noviembre de 2006 en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/391096.html> / 28 abril 2011.

por lo que Molina Santoyo se quedó a cargo de la Dirección de Información desde abril de ese mismo año.

#### 2.2.4 Coordinación de Información:



**Figura 5** Sheila Amador Narváez

Este cargo lo desempeña Sheila Amador Narváez, quien se encarga de establecer los mecanismos propios para el control de la información, arma las órdenes de trabajo de los reporteros y realiza monitoreo de otros medios informativos.

La importancia de esta posición, radica en establecer un puente entre la redacción y las diferentes producciones, para que éstas últimas tengan de primera mano la información del reportero y se promueva

para que pueda salir al aire.

Sheila Amador define su actividad de esta manera:

*“Cada producción tiene su coordinador o jefe de información y arman su escaleta con la información que tengan definida. Mi trabajo es “vender” la información que traen los reporteros así como promover las entrevistas... Estoy en contacto con las producciones para que ellos puedan meter la información en sus noticiarios y se luzca el trabajo, porque es el eslabón mas fuerte del área de noticias”.*

La coordinación de información elabora también las órdenes de trabajo para los reporteros. Esta labor comienza desde la mañana, pero se va actualizando en el transcurso del día, así que se coordina con la jefatura de redacción para que por la noche se afine la agenda de los reporteros.

La manera en que se conforman las órdenes de trabajo, considera las invitaciones de diferentes dependencias oficiales, asociaciones o sectores, que anticipadamente las envían, pero también se requiere programar con antelación eventos que año con año se realizan.

Para ejemplificarlo, Amador Narváez detalla los elementos de los que echa mano para ir armando las órdenes de trabajo, que sirven como agenda diaria del reportero:

*“Tengo un documento que llamamos previsiones y se hace mes a mes, es como un calendario, incluyo las invitaciones o lo que estoy investigando, un día antes lo checo, para saber qué es importante y se cubra al día siguiente. Hay veces donde se llegan a poner órdenes específicas respecto a algún encargo, cobertura, reportaje o petición de alguna producción y oriento a los reporteros en el sentido de recordarles que puede salir información de tal tema, aunque ellos tienen la información de primera mano por estar en su fuente”.*

Considera que los encargados de las producciones son receptivos pero reconoce como un aspecto complicado promover la información de los reporteros hacia las

producciones, por el tiempo del programa, ya que no se puede incluir todo lo que quisiera, también porque los conductores y sus productores tienen una agenda propia y definida en los contenidos, así como entrevistas pactadas con anterioridad.

A pesar de ello, el trabajo de la coordinación de información debe insistir en que si llega de último momento alguna nota que requiera atención especial se debe promover con la producción, porque tal vez no tengan conocimiento o no la han visto en el documento base que les entrega la redacción, llamado corte informativo.

Como coordinadora de información Sheila Amador sugiere que exista un mayor nivel de interacción con las producciones y con los reporteros. Explica que esto daría mayor agilidad para la transmisión de las notas.

En el caso de las producciones deben estar más al pendiente del corte informativo para que se enteren lo más pronto posible de lo que esta llegando a la redacción. Y para el caso de los reporteros, que éstos establezcan un mayor contacto con la coordinación de información para notificar sobre hechos que se están generando aunque no necesariamente sean para dictar una nota.

*“Si uno espera a que llegue la cabeza o el adelanto al correo de la redacción, lo lean y lo comuniquen, se pierde un tiempo valioso... así podría tenerse mas agilidad en cuanto al flujo de información”.*

El papel de la coordinación de información también implica que se les esté llamando frecuentemente a los reporteros, aunque a decir de Sheila Amador es más sencillo que un reportero se comunice a que se le esté llamando desde la oficina a cada uno de ellos. La coordinadora advierte que si bien el reportero tiene la libertad de hablar directamente a la cabina de transmisión en caso de tener una noticia urgente, señala que lo ideal es que primero se le notifique a la coordinación para que ésta sirva como filtro y evitar confusiones.

### 2.2.5 Jefatura de Redacción:



**Figura 6 Julieta Lorenzana Miranda**

La jefatura de información es responsabilidad de Julieta Lorenzana Miranda y en términos generales se encarga de armar el corte informativo, definir las órdenes de trabajo y monitorear la información proveniente de medios, agencias informativas y de nuevas tecnologías como las redes sociales para detectar lo más rápido posible la información que se genere.

La jefatura de redacción se encarga de sistematizar la información que va llegando vía los correos de los reporteros para posteriormente jerarquizarla y almacenarla

en el corte informativo, como un listado de notas que se proporciona a las diferentes producciones.

El corte informativo se registra en un sistema de cómputo al que si bien tienen acceso los productores, no pueden modificarlo. Esa actualización sirve para que los noticiarios vayan armando su bitácora con la información que les interese incluir en el programa.

La manera de integrar el corte informativo depende de varios elementos, no sólo de las notas de los reporteros, se basa también en un monitoreo de información que surten agencias informativas y lectura de portales y los periódicos.

En el corte informativo se especifica nombre de quien envía la nota, la hora en que se recibe y si tiene o no sonido, así también registra el nombre de quien recibió la nota para que las diferentes producciones y la redacción la consideren al programarla si se pretende transmitir al aire.

Si bien, los datos que debe incluir la “cabeza” o avance de las notas son indispensables para que el corte informativo esté correctamente estructurado en secciones como política, economía, espectáculos o educativas, la jefatura de redacción reconoce que no existe un formato para establecer la uniformidad para el texto que envían los reporteros como avance.

Esto implica, a decir de Julieta Lorenzana, que la revisión de la cabeza lleve más tiempo:

*“No hay estandarización sobre la forma de enviar las cabezas, pero al hacerle anotaciones a los reporteros se les dice que detallen su cabeza. La mayoría lo hace pero unos contados no. Mandan un texto pero no dicen si lleva audio, no lo sabemos, pero al momento de ponerla en el corte debemos escribirlo...y quita tiempo preguntar si la nota tiene o no audio”.*

Lorenzana Miranda reconoce que pudiera establecerse un estándar para homologar la redacción de las cabezas pero afirma que no en todos los casos puede resultar la misma instrucción, de ahí que mejor se habla directamente con el reportero para recordarle que debe detallar más datos en el texto de su nota.

Enfatiza que existen notas que por la naturaleza de los términos requieren redactarse ampliamente, a diferencia de un tema más “ligero”, que no demanda mayor rigor en su redacción.

Otra de las actividades que tiene la jefatura de información es afinar las órdenes de trabajo de los reporteros. En el transcurso del día se va integrando con base a las previsiones e invitaciones de dependencias oficiales o de asociaciones, sindicatos, o sectores productivos. Esta orden se les envía a los reporteros por las noches; una vez que se considera se cuenta con los eventos o asignaciones pertinentes de cada sector o fuente previamente asignada.

A pesar de esa agenda, suele suceder que durante el transcurso del día la redacción reciba una invitación urgente o un aviso de algún suceso, por lo que se le llama al reportero para notificarle y coordinar en caso de que se deba cubrir.

La redacción deja en manos del reportero la decisión de la cobertura, al evaluar la prioridad de los eventos o la importancia de los mismos.

Julieta Lorenzana destaca la libertad de la conducción de los reporteros sin necesidad de llevar un registro de manera rigurosa o estricta:

*“No llevo registro pero sí hay compañeros detectados que cuando termina un evento envían su información... Depende de la fuente o del evento... se debe confiar en el reportero... Si es interesante la nota pero no urgente, entonces se evalúa”.*

#### **2.2.6 Redactores:**

La jefatura de redacción se apoya con los redactores, que en este caso particular son Alejandro Alcántara y Elizabeth Ramírez, quienes se encargan de “rescatar” las cabezas. Rescatarla significa copiarlas del correo de los reporteros y pegarlas en el corte informativo, aunque Lorenzana Miranda aclara:

*“No es sólo cortar y pegar sino revisar que estén sin errores de ortografía y adjuntar si lleva audio, iniciales de quién tomó la cabeza y a qué hora. Se trata de que la cabeza esté lo más clara posible”.*

La tarea de los redactores también contempla incluir en el corte informativo las notas del monitoreo, además establecer contacto con los reporteros para cruzar

información sobre las notas que deben pasar al aire, avisarles del horario en que son contemplados por determinada producción, así como para notificarles qué nota deben grabar para los programas que así lo requieren.

### **2.2.7 Locutores-Redactores:**

A diferencia de los redactores, existen quienes son considerados locutores-redactores, en virtud de que arman un guión del que darán lectura en los cortes o resúmenes de cada hora. Aunque prácticamente se manejan de manera independiente, están en continua comunicación con la Jefatura de Información, para incluir las notas de último minuto que se registren en el corte informativo.

Estos puestos están a cargo de Erica Flores y Jennifer Ramírez, quienes se dividen en dos horarios: matutino y vespertino.

La libertad con la que cuentan no les exime de coordinarse con la Jefatura de Redacción, que dicho sea de paso, en la mayoría de las ocasiones coinciden en el criterio para seleccionar las notas que se transmitirán en los cortes de la hora.

Erica Flores, habla sobre las características de los cortes a la hora:

*“Son cortos, duran 3 minutos y se trata de darle prioridad a las notas que no han salido en los noticiarios. Ir sacando la información con los reporteros y si salió algo relevante de último momento... Información nacional, de estados y metropolitana”.*

Pueden incluir la lectura de textos basados en comunicados de dependencias o solicitar la intervención de uno o dos reporteros para que no se escuche un resumen a una sola voz.

Otra función de los Locutores-Redactores, es participar en los programas de Noticias MVS dando lectura a resúmenes, como el caso de Erica Flores, que se encarga del espacio económico dentro de la tercera emisión con *Ezra Shabot*.

Como responsable de estas actividades, Flores Cristiani sugiere una mayor comunicación interna, para mejorar los cortes de la hora. Precisa que los reporteros deben ser conscientes de la duración de los cortos para decir su nota de manera concreta y que no se repita la entrada de la información con lo que se escuchará en el audio correspondiente al personaje o funcionario en cuestión.

Sugiere además una mayor coordinación entre los encargados de la redacción en la mañana y la tarde para que ambas partes estén al tanto de los cambios en las agendas de los reporteros.

*“Para que los redactores de los cortes tengamos esa información y no genere fricciones con los reporteros al llamarles para solicitarles una información sobre un evento que se canceló o no se cubrirá y que se notificó con anticipación”* y evitar escuchar respuestas como: *“si ya avisé que no iba yo, por qué me llaman”*.

Los Locutores-Redactores reportan directamente ante Gilberto Molina, Director de Información, cualquier falla técnica que genere un error en la transmisión, así como eventuales diferencias con los reporteros.

### 2.2.8 Coordinación de Corresponsales:



Sara Arango Gutiérrez es la encargada de los corresponsales nacionales e internacionales. Están bajo su mando 93 corresponsales (56 nacionales y 37 internacionales). El 80% de las participaciones son de información nacional.

Aunque la decisión de contratar los servicios de algún corresponsal recae en la Dirección de Información, Sara Arango

**Figura 7 Sara Arango Gutiérrez**

es el primer filtro por lo que ella establece los criterios para que los solicitantes se integren al equipo de colaboradores.

*“Se les pide su currícula y se le hace prueba de voz, porque cada medio tiene su propio lenguaje. Pueden tener personalidad pero se requiere manejar los tiempos, la precisión y la objetividad... La llave es su CV, su trayectoria y su voz. Yo me encargo de hacerles esa prueba de voz”.*

El proceso para contar con la información de los corresponsales es similar al de los reporteros contratados por MVS Radio. Envían sus cabezas por correo electrónico o la dictan vía telefónica, y estos avances se incorporan a un documento llamado corte informativo, del que las producciones pueden considerar las notas.

Los corresponsales son considerados como colaboradores a quienes se les lleva un registro mensual de participaciones para pagarles por sus honorarios.

El papel de la coordinación implica hacer un monitoreo de los periódicos y portales para comparar la información que envían los corresponsales nacionales. También les solicita que envíen propuestas de varios temas por lo menos dos veces por semana. Así como también sus previsiones. Sara Arango explica algunos ejemplos:

*“El próximo miércoles el embajador de Estados Unidos estará en Jalisco y ya está confirmado por el gobierno estatal o llega a Cancún el crucero más grande del mundo. Hay diversidad de temas, la mayoría tienen agenda y nos mandan sus previsiones”.*

La participación de los corresponsales está sujeta a la aprobación de la Dirección de Información, que decide si entran al corte, ya que la nota debe ser relevante. Incluso deben cumplir con el criterio de ser de interés a nivel estatal, con repercusión nacional o proyección internacional.

En algunos casos los productores de las diferentes emisiones están interesados en temas específicos, por lo que la coordinación contacta a los corresponsales para preguntarles si tienen esa información o la puede conseguir.

En el caso de los corresponsales internacionales, envían su agenda y se evalúa la relevancia. Además en ocasiones sirven como enlaces para poder contactar algún personaje o funcionario, o simplemente precisar algún dato.

Consciente de que la participación de los corresponsales esta sujeta al interés y presupuesto de cada producción, Sara Arango precisa que se mantiene en contacto con cada uno de ellos de manera constante:

*“Es hacerlos sentir que forman parte de un equipo. Se les manda por correo un saludo... Se les pregunta cada tercer día ¿qué tenemos? Es a través de un correo general donde se les recuerda que requieren entregar sus recibos... Se les responde: Recibí su información, gracias”.*

Incluso existen corresponsales que ya conocen el perfil de cada emisión y, por el gusto de participar con determinado conductor, envían su información tratando de ofrecerla para esa emisión en específico.

Para apoyar su trabajo, la coordinación cuenta con una asistente llamada Esther Serafín, quien se coordina con Sara Arango, para el envío de los mensajes o las llamadas directas. Arango Gutiérrez sugiere incorporar en esta área a un par de

colaboradores aunque asegura que la facilidad que brindan los dispositivos móviles, como la *Blackberry* les permite mantener adecuadamente el control.

La coordinadora de corresponsales recomienda una mayor integración entre las diferentes producciones de los programas y que se considere echar mano de la información de los corresponsales antes de recurrir a la información que aparezca en los portales de Internet. Para tal efecto aún cuando ninguna de las responsables de la coordinación se encuentre, existe una agenda abierta con los datos de cada uno de los colaboradores, que está a disposición de las producciones.

### **2.2.9 Editor de página de Noticias MVS:**



**Figura 8 Javier Bravo**

En el mismo espacio donde se encuentra la redacción de Noticias MVS se ubican los editores de la página de Internet. José Luis Sánchez y Javier Bravo, quienes se encargan de actualizar gráficamente este sitio Web. Responden ante la Dirección de Información respecto a los contenidos.

La tarea como editor abarca la selección de las notas que se deben “subir” al portal, su edición, corrección ortográfica y la

selección de fotografías para ilustrar la nota.

Javier Bravo, detalla que alrededor de 60 notas diarias son las que reciben para su publicación, pero existen algunos elementos que agilizarían este proceso.

*“Para mejorar, es estructurar un estilo de escritura de los reporteros, cada uno tiene su estilo, pero si creo debe hacerse un manual para que sepan que se requiere (para la publicación). El mejor estilo sería el básico, en altas y bajas, pero se entiende que no lo hagan así porque son notas para radio... Es cuestión de que se pueda estandarizar”.*

Como se entiende que la página Web compite contra otros portales informativos, se requiere ampliar el archivo propio de fotografías que envían los reporteros para tener mayor diversidad al momento de ilustrar su propia información.

En cuanto a la oportunidad con la que se manden las notas considera que se pueden tomar más tiempo para enviarlas y explica que gracias a la coordinación con la Jefatura de Redacción, se conoce con anticipación el perfil de la información que llegará, lo que permite avanzar en la preparación del material gráfico.

“La redacción me manda la orden de trabajo y puedo saber que eventos habrá y puedo saber que esperar, y el horario en que podrían llegar. Incluso de los corresponsales que nos envían sus cortes y así buscamos las fotos”.

### 2.2.10 Producción:

Cada una de las emisiones de Noticias MVS cuenta con un productor. Desde los



noticiarios hasta los programas unitarios como “Coordenadas 102.5” con *Susana Moscatel* y *Jairo Calixto Albarrán* o “Las del estribo” con *Fernanda Tapia*.

Y pese a que cada una opera de manera independiente, en términos generales se basan en el corte informativo preparado por la redacción.

**Figura 9** Víctor Rodríguez Nájera

Víctor Rodríguez Nájera, se desempeña

como productor ejecutivo de la segunda emisión con *Luis Cárdenas*. Y reconoce que dependen de la redacción como línea directa entre la producción y los reporteros.

Como productor ejecutivo se encarga del aspecto de contenido, pero *“dejando en manos de otro integrante del equipo la producción creativa para la transmisión del programa, es decir, “vestir” con melodías, entradas, cápsulas, efectos de sonido y demás elementos grabados”*.

La interacción con la redacción se centra en contar con el corte informativo y la orden de trabajo de los reporteros para preveer los contenidos del día.

Sin embargo, Víctor Rodríguez explica que las producciones se nutren con base a las previsiones, evaluaciones semanales o mensuales de la agenda nacional.

Lo anterior tomando en cuenta el perfil del conductor, que en el caso de Luis Cárdenas se concentra en temas políticos y de seguridad.

El esquema de las producciones también se caracteriza por la serie de juntas, antes y después, de cada programa. Donde se analizan los temas propios o de coyuntura así como la información diaria que va llegando a la redacción.

La primera reunión se realiza a las nueve de la mañana, para empatar los temas que propone cada integrante de la producción de acuerdo a lo que llamó más la atención de los asuntos destacados de los monitoreos de diarios y agencias.

Posteriormente se realiza una segunda junta, ahora con la presencia del conductor para ir “palomeando” los temas, entrevistas y notas propuestas.

Destaca entonces la importancia de que la información de los reporteros llegue con oportunidad para poder considerarla durante la transmisión. Para mejorar los procesos, Víctor Rodríguez, sugiere que todas las partes del departamento de noticias tengan conocimiento de la actividad que realizan las diferentes áreas que la integran, para comprender la lógica de cada labor.

*“Entender los procesos para comprender por ejemplo: la decisión de un reportero para determinar si su información requiere utilizar determinado número de sonidos*

*o por el contrario, que el reportero esté consciente de los tiempos que tiene el programa para determinar la extensión de su nota”.*

### **2.2.11 Gerencia y Sistemas:**

Existen dos áreas que si bien no son exclusivamente del departamento de noticias, si prestan un servicio general para la asistencia técnica que permite la calidad de la transmisión de los contenidos.



**Figura 10 Jesús Zapata**

La gerencia de la estación a cargo de Jesús Zapata, se encarga de atender las necesidades técnicas como la operación de las cabinas de grabación y edición de los audios que se utilizan para las emisiones informativas de MVS Radio y del resto de los programas unitarios.

El gerente es responsable de la calidad con la que se transmiten los audios o sonidos al aire.

Los operadores de las cabinas le reportan directamente los horarios en que se reciben los correos con los sonidos enviados por los reporteros, así como el tiempo en que se les notifica la clave que se les asignó a cada audio.



**Figura 11 Operadores en cabina**

El área de Sistemas esta a cargo de Humberto Sánchez Clavijo, dicho departamento es responsable de dar soporte a las máquinas donde se archivan los documentos básicos de la redacción. Es decir, los cortes informativos, las previsiones, las órdenes de trabajo, los guiones y los archivos con los audios. Además de la grabación de todas las transmisiones y los respaldos que se utilizan para archivar cada una de las transmisiones en vivo.

La relación directa con Noticias MVS radica en que sistemas se encarga del equipo que portan los reporteros para realizar su trabajo informativo que consta de las grabadoras portátiles, las computadoras personales y los teléfonos modelos Iphone, con los que se transmite no solo la información vía telefónica sino se envían fotografías y videos que se utilizan para ilustrar la pagina Web de Noticias MVS.

### 2.2.12 Reporteros:

La plantilla de reporteros de Noticias MVS esta integrada por 16 elementos. En su



**Figura 12 Premio Nobel Dr. Mario Molina y Andrés Toledo Martínez**

mayoría el equipo se conformó desde los inicios del proyecto con ex-trabajadores de Monitor, pero actualmente sólo permanecemos cinco.

*Rocío Méndez Robles,  
Juan Carlos Alarcón*

*López, Gloria Hernández Aguilar, Jatziri Chong Magallanes y Andrés Antonio Toledo Martínez.*

Otros reporteros con experiencia provenientes de medios diferentes como *Citlali Sáenz Jaimes* y *Carlos Reyes García*, de *W Radio*; *Francisco Rubio Bravo*, de *Radio 13 Noticias*; *Juan Omar Fierro*, de *Radio Capital*; *Ana Paola Lara*, de *Cadena 3*; *Oscar Palacios Castañeda*, de *Radorama*; *Sofía Cruz Ramírez* del periódico *La Prensa*; *Ernestina Álvarez Guillén*, del Diario *La Razón*; *Marilú Torrano*, de *Milenio Diario*; *Angélica Melín*, de *Televisión Educativa* y *Omar Aguilar García*, quien trabajó en el periódico *Novedades* de Cancún, Quintana Roo.

La actividad básica de los reporteros consiste en dar cobertura a los diferentes eventos, conferencias, presentaciones y acontecimientos diarios en las diferentes fuentes asignadas que incorporan sectores como Política, Economía, Seguridad y Justicia, Salud y Educativo sin dejar de mencionar Espectáculos y Medio Ambiente. La dinámica específica de las tareas de un reportero se aborda en el siguiente capítulo donde aprovecho para narrar mi experiencia profesional.

### 2.2.13 Conductores:

La programación de MVS Radio se basa en la presencia de reconocidos conductores al frente de las tres emisiones de noticiarios: *Carmen Aristegui*, *Luis*



*Cárdenas* y *Ezra Shabot*. Sin embargo se considera también a los titulares de otros programas, como *Susana Moscatel* y *Jairo Calixto Albarrán* conductores de “*Coordenadas 102.5*”. A *Fernanda Tapia* con *César Filio* en “*Las del Estribo*”. Estos dos últimos programas, si bien no son noticiarios como tal, incluyen la información del departamento de Noticias MVS.

**Figura 13 Conductor Luis Cárdenas**

Los conductores representan el último eslabón dentro de la cadena de producción de las noticias e información que transmite la estación.

Una vez que se conoce un poco más la estructura organizacional de la empresa podemos apreciar que existe un mecanismo conformado por diferentes piezas. Destaca entonces la importancia de fortalecer la comunicación interna para que cada una de las partes o “engranes” que la integran, conozca los detalles propios de las otras áreas para valorar la relevancia de cada actividad. Y que el resultado, a final de cuentas, se puede sintetizar en una nota que la audiencia escucha al aire tan sólo por unos minutos.

### Capítulo 3: Reporteo, las fuentes y el envío de información.

La importancia de presentar este capítulo radica en que se mostrará al lector la manera en que me incorporé a *Noticias MVS*, capitalizando la experiencia adquirida en anteriores estaciones de radio en las que trabajé como reportero, como *ABC Radio*, *Radio 13* y *Monitor*. Además de mostrar la forma en que se envía la información, desde el inicio de la jornada hasta la transmisión de la nota, pasando por una descripción del equipo y ejemplificando el proceso con algunas intervenciones en los noticiarios.

Capitalizando la experiencia.

Tras el cierre obligado de la empresa Grupo *Monitor*<sup>17</sup>, productora del programa radiofónico *Monitor*, donde me desempeñé como reportero de 2004 al 2008, decidí ampliar mis conocimientos para capacitarme en la edición de video, lo hice para ofrecer mis servicios de manera individual pero a través de una actividad que me permitiera capitalizar mi experiencia en la narración de hechos y a la vez generar un ingreso económico directo.

Durante el 2009 realicé una serie de trabajos particulares, los cuales incluían aspectos como la toma de fotografías, levantamiento de imágenes y edición del

---

<sup>17</sup> “*Monitor* sale del aire; estalla huelga el STIRT por adeudos a empleados”. Gómez Mena, Carolina. 24 de mayo de 2008. <http://www.jornada.unam.mx/2008/05/24/index.php?section=politica&article=011n2pol/28> abril 2011.

material en audio y video, así como la entrega de memorias fotográficas en formato digital y los videos editados en formato DVD.

Sin embargo, las características técnicas de esa actividad, me hicieron darme cuenta que requería también una continuidad respecto a mi formación académica, de ahí que concursé para ingresar al “*Primer Diplomado de Periodismo Científico*”, organizado por *Arturo Barba*, ex -coordinador de comunicación de la *Academia Mexicana de las Ciencias (AMC)* y por *Claudia Macedo*, ex -directora de comunicación del *Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal (ICyTDF)*.

La convocatoria -extensiva a las personas quienes tuvieran un acercamiento con los temas educativos y en materia de salud- requería de conocimientos periodísticos previos o personas que en ese momento trabajaran en algún medio de comunicación.

Debido a la cobertura informativa anterior que realicé por varias de las fuentes que demandaba el diplomado, me resultó interesante y conveniente el temario.

En principio me pareció atractivo por la actualización de temas cuyos contenidos iban desde la nanotecnología, el estudio del genoma humano, hasta la producción de alimentos y el uso de nuevos materiales, entre otros.

Con el transcurso del diplomado -de octubre de 2009 a febrero de 2010- reconsideré la opción de regresar a trabajar para una estación de radio y me

interesó el proyecto informativo de MVS Radio, dado que hacía un año recién había arrancado.

En el equipo se encontraban reporteros con los que había trabajado anteriormente y una serie de conductores con los que me interesó trabajar, por ejemplo *Carmen Aristegui*, *Enrique Muñoz*, *Susana Moscatel*, *Carlos Urdiales* y *Ezra Shabot*.

Al frente del equipo del área de noticias se encontraba el licenciado Gilberto Molina, a quien conocí a mi paso por *Monitor*. Con anterioridad le había enviado mi currículum y una solicitud formal para entrevistarme con él, con el propósito de ingresar a trabajar a Noticias MVS.

En primera instancia me advirtió que el equipo estaba completo no obstante, insistí y tiempo después coincidió mi llamada con el anuncio de *Aldo Meza* un compañero que dejaría vacante su plaza. Fue entonces cuando se abrió la oportunidad para ingresar a las filas de *Noticias MVS* a partir del primero de febrero de 2010.

### 3.1 Proceso de Asignación de fuentes.

Para garantizar la plena cobertura de eventos y de información general, toda redacción o área de noticias, cuenta con una planeación con la que divide los diferentes sectores donde pueden generarse las noticias. A estos sectores se les denomina fuentes.

La ventaja de tener divididas por sector cada una de las fuentes de cobertura, permite en términos generales, cubrir permanentemente un sector con el que un reportero se llega a familiarizar con los temas específicos. Y además puede relacionarse directamente con los titulares de cada área de cobertura, desde Secretarios de Estado, hasta directores de áreas, de quienes en muchas ocasiones se obtienen datos concretos.

¿Que son las fuentes? Según el *“Manual de periodismo”* de *Vicente Leñero y Carlos Marín*, las fuentes de información pueden definirse como “varias ramas de la actividad social que producen noticias”<sup>18</sup> y pueden clasificarse de diferentes maneras: económicas, educativas, políticas etc.

Podemos decir también que se dividen en dos grandes sectores: a) Testimonial, cuando la información es generada por organizaciones sociales, personajes o centros de estudios y enseñanza. B) Institucional, cuando se trata de instituciones, dependencias de gobierno o instancias privadas. Comúnmente se

---

<sup>18</sup> Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de Periodismo. p 24

obtienen los datos como es el caso de una conferencia de medios, boletines o comunicados de prensa.

La importancia de considerar a las fuentes como un gran generador de información se puede ejemplificar con la cantidad de notas que llegan a difundirse y que *Javier Darío Restrepo* cuantifica de esta manera:

*“Hay quien afirma intuitivamente que de cada 100 noticias que se publican 95 han sido conocidas por el periodista con ayuda de una fuente. Exacta o no, la cifra explica el grado de dependencia del periodista respecto de sus fuentes”.*<sup>19</sup>

Al incorporarme a la empresa MVS Radio, se me asignó la cobertura de mis fuentes, que en términos generales contempla dos ámbitos, uno de carácter nacional y uno local.

### 3.1.1 Medio Ambiente



Figura 14 Instituciones y Organizaciones de la fuente Ambiental

<sup>19</sup> Restrepo, Javier Darío. El zumbido y el moscardón. p.195

Para obtener y transmitir información relacionada con la situación y problemática de los temas ambientales a nivel nacional se requeriría estar pendiente del sector, para ello me enfocaría a la cobertura de instituciones como la *Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales* (SEMARNAT), con sus diferentes organismos que la conforman: *Comisión Nacional del Agua* (CONAGUA), *Comisión Nacional Forestal* (CONAFOR), *Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas* (CONANP) y la *Procuraduría Federal de Protección al Ambiente* (PROFEPA). No obstante, el vasto espectro del sector ambiental, la correcta cobertura del sector requiere otras fuentes de consulta e investigación como las diferentes organizaciones ambientalistas, como son por ejemplo: *Greenpeace*, *Pronatura* y el *Fondo Mundial para la Naturaleza* (WWF).

Sin embargo, conforme un reportero se involucra en los temas del sector, se da cuenta que existen otras fuentes que si bien no son contempladas en un sentido estricto para darles seguimiento diario, proporcionan elementos relacionados al interés de los temas de impacto ambiental. Algunos ejemplos de estas fuentes alternativas, son el *Colegio de Ingenieros Ambientalistas* o el *Centro de Investigaciones Económicas, Administrativas y Sociales* (CIESAS).

La importancia de que el reportero se sienta atraído por los temas vinculados al medio ambiente hará que detecte otras opciones para obtener información, incluso desde las interrogantes más sencillas y cotidianas.

Al ser los temas ambientales de interés general siempre representan una oportunidad para captar la atención del público pero también podría implicar el hecho de impulsar una cultura entre la población. De ahí la importancia del lenguaje y la sencillez con la que se exponga.

### 3.1.2 Asamblea Legislativa del Distrito Federal.



**Figura 15 Partidos representados en la Asamblea Legislativa del D.F.**

Para los temas de carácter local, es decir, mi fuente sobre asuntos de injerencia en el Distrito Federal, se me asignó la cobertura de la *Asamblea Legislativa del Distrito Federal* (ALDF), que durante el 2010 se encontraba en su primer año de la V Legislatura.

Este sector o fuente de información, contempla las conferencias de prensa convocadas por los diputados en lo individual y en grupo, es decir por partido político, que en este caso se le denomina fracción parlamentaria.

También cubrir la fuente de la asamblea legislativa implica dar seguimiento a las reuniones de comisiones, sesiones donde los legisladores integrantes de cada una

de esas comisiones, afinan los documentos base o dictamen con los que se pretende crear o modificar una ley para el Distrito Federal.

Otra oportunidad para ir acorde con los temas de coyuntura en búsqueda de algún pronunciamiento es consultar directamente a los asambleístas en lo individual sobre temas particulares considerando su perfil y conocimiento del tema. Por ejemplo: el diputado *Jorge Palacios Arroyo*, médico de profesión e integrante de la Comisión de Salud, tiene la posibilidad de hablar sobre la cultura de la donación de órganos, a diferencia del diputado *Julio César Moreno*, abogado y presidente de la Comisión de Administración y Procuración de justicia, quien se destaca por impulsar reformas al Código Penal y a la Ley de Justicia Cívica.

Sin embargo, el trabajo más vistoso de los 66 diputados locales, y por ende el de mayor interés periodístico, es el resultante de las sesiones del pleno durante los dos periodos ordinarios (en algunas ocasiones se habilitan periodos extraordinarios), ya que ahí se trata de la aprobación formal de nuevas leyes o modificación de las existentes. También la *Asamblea Legislativa* es el lugar donde se anuncian las nuevas iniciativas, cuyos temas en ocasiones llaman por demás la atención, al tocar asuntos de importancia general o llamativos para la sociedad.

Si bien se corre el riesgo de que el tema propuesto no siempre tenga que ser aprobado por el resto de los diputados si puede mantener su valor informativo y de necesaria difusión, porque podría tratarse de un tema para la discusión entre las personas y los radioescuchas.

En síntesis, un tema propuesto desde el ámbito legislativo puede no haber culminado en su aprobación legal, sin embargo la importancia del tema obliga a que el reportero difunda la información, pero haciendo énfasis que no fue aprobado oficialmente.

Independientemente del papel que como legisladores estén obligados a cumplir, debemos recordar que se trata de actores políticos quienes responden a una lógica y dinámica partidista, por lo que otras actividades fuera de las paredes del recinto de la asamblea legislativa requieren de una cobertura, aunque no siempre resulte de atractivo informativo o carezca de importancia periodística.

### 3.2 Proceso del envío de la información.

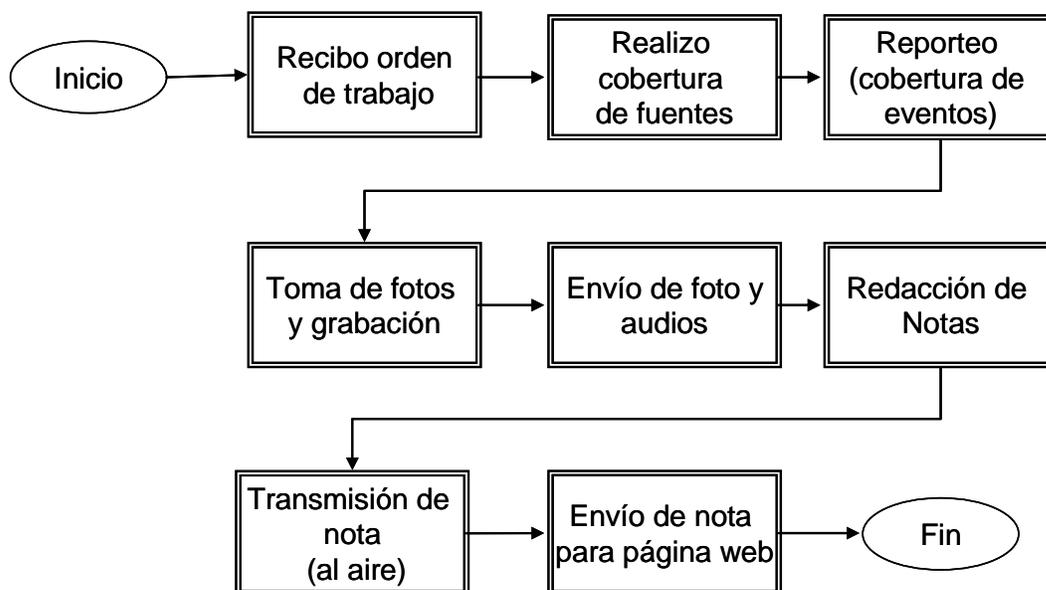


Figura 16 Diagrama de procesos de envío de información

#### 3.2.1 Órdenes de Trabajo

Tras haberse asignado las fuentes de información, correspondiente a cada uno de los 16 reporteros de *Noticias MVS*, cada día se asignan actividades específicas, a través de la elaboración de la orden de trabajo.

Este documento como lo expliqué en el capítulo anterior, se realiza por la Coordinación de Información junto con la Jefatura de Redacción, y en él se detallan con horario y lugar los eventos por cubrir para ese día.

La orden de trabajo incluye desde las invitaciones a conferencias, eventos, sesiones, la asignación de un evento especial, así como la indicación para darle

un seguimiento a un tema o buscar reacciones dentro de los sectores asignados sobre los temas de coyuntura.

Las órdenes de trabajo se van armando a lo largo del día conforme van llegando a la redacción las invitaciones no obstante se les envían a los reporteros hasta la noche para evitar cambios en la medida de lo posible, aunque siempre existe la posibilidad de que se ajuste de último momento.

Otros elementos con los que se puede armar la orden de trabajo se basan en los temas propios de cada sector, temas de investigación o seguimiento de casos específicos.

Además existe una calendarización que se debe considerar para darle continuidad a las agendas previstas con anticipación por ejemplo, si un funcionario, personaje o dependencia anuncian con antelación el arranque de un programa o cumplimiento de un plazo para dar a conocer una resolución, la orden del día debe preverlo.

Un ejemplo de lo anterior resultó el 26 de enero de 2011, cuando la *Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales* dio a conocer el fallo para autorizar el cambio de uso de suelo en las zonas de barrancas de la zona poniente, donde se construirá la obra vial llamada Supervía Poniente. Esta fecha se había anticipado como plazo límite para anunciar la respuesta oficial. Por lo que, un día antes, el día 25 de enero, se incluyó el tema en la orden de trabajo, para estar pendiente de

la información, de ahí que mi trabajo como reportero requirió buscar a las autoridades para conocer el fallo. Y pese a que no se obtuvo una respuesta inmediata, la noche del 26 de enero la *SEMARNAT* emitió un comunicado para difundir la autorización. En este caso la autoridad consideró necesario emitir una serie de recomendaciones y condicionantes para que el *Gobierno de la Ciudad de México*, garantice la sustentabilidad ecológica en la zona de construcción.

Apegados a un sentido estricto de la palabra “*orden*”, es lógico pensar que se trata de un listado de actividades que se deben cubrir al 100%, pero en algunas ocasiones resulta más una guía para conocer las actividades y la eventual presencia de personajes importantes en ellas. En otras resulta, como sucede en el caso de la *Asamblea Legislativa*, una serie de reuniones o eventos que se cancelan de último momento o simplemente durante su desarrollo carecen de importancia - informativamente hablando- puesto que sólo obedecen a cuestiones de procedimientos internos.

En este caso aunque el evento esté marcado en la orden, no se traducirá en una nota informativa. En todo caso se hará mención del evento si alguno de los participantes o asistentes es entrevistado y su declaración es relevante.

De manera contrastante se puede sugerir en la orden de trabajo la investigación de un asunto en específico y pese a que no se pueda generar durante el mismo día, se entiende que uno como reportero lo debe mantener vigente para buscar la información lo más pronto posible.

Lo anterior podemos ejemplificarlo con el reporte sobre la población de las mariposas “*Monarca*” registrada durante el periodo invernal, en los bosques de oyamel de los estados de Michoacán y en el Estado de México.

Por tratarse de un periodo prolongado la estancia de las mariposas, desde los meses de noviembre a marzo, existe un lapso con el que mi tarea como reportero me permite contar con un mayor tiempo para no sólo contactar a las autoridades sino también para que puedan recabar la información y así poder difundirla con los datos y argumentos técnicos más concretos. Requirió de hacer un comparativo entre la población de mariposas registradas durante la temporada anterior y la actual. En este caso durante la temporada 2010-2011 se duplicó el número de insectos, a diferencia de las que llegaron provenientes de los bosques de Canadá y Estados Unidos.

De esta manera, aunque la orden lo pidió con días de anticipación, la nota pudo concretarse hasta que se tuvo acceso al reporte oficial por parte del director del santuario de la mariposa monarca.

### **3.3 Proceso de Reporteo**

Aún cuando la cobertura de los eventos comienza prácticamente con el día, cabe mencionar que la noche anterior uno como reportero puede de manera general, prever algunos aspectos de la jornada, puesto que con base a la orden del día, se puede organizar con antelación. No obstante hay que precisar que durante el

transcurso del día el devenir informativo, puede cambiar e incluso dar un viraje completo si el suceso lo amerita.

Con lo anterior un reportero inicia por conocer su orden de trabajo y saber anticipadamente elementos que permitirán agilizar su labor, como por ejemplo: Saber con cuanto tiempo de anticipación debe presentarse a la cita o al evento en particular. Esto incluye considerar los tiempos de traslados y la hora en que dará inicio el evento en turno para llegar puntual.

Sin embargo, los horarios en los que prácticamente se programan los eventos en las dependencias que los convocan en diferentes sedes, suelen “empalmarse” con otros eventos –programados o anunciados- a la misma hora. Se requiere entonces priorizar la agenda de trabajo: Cubrir el evento de mayor relevancia, importancia o que resulte más atractivo.

En el medio del reportero, lo atractivo que pudiera representar para una persona común, no siempre significa que vaya (desde el ojo reporteril) a ser el que provea de mayor y mejor información. Con un poco de experiencia esto se puede intuir con diversos elementos, como saber quiénes asistirán al evento o el tema que se vaya a tratar. Ya que en todo caso puede resultar más atractivo, llamativo, o de mayor interés un evento protagonizado por el político que esta “en el ojo del huracán” y cuyo nombre está en los titulares de las noticias recientes a diferencia de un evento donde quizá se trate el análisis de un tema particular pero de menor impacto.

La jerarquización previa de los eventos puede entonces quedar sujeta al criterio del reportero o en su defecto, al interés personal y que se apoya en su intuición, experiencia o en su olfato periodístico.

Tampoco jerarquizar los eventos implica que los de “menor interés mediático”, dejen de cubrirse, sino que simplemente se puede llegar más tarde, rastrear o conseguir la información. Incluso de manera paradójica resulta que de un evento que no se antojaba del todo interesante podrá surgir “la nota”, ya sea por un sorpresivo contexto o por lo novedoso que resulten los datos, porque al final de cuentas siempre habrá información o temas que a un sector de la población le llamarán la atención.

La jerarquización no siempre se puede o debe hacer cuando los horarios entre uno u otro evento impiden la cobertura, en este caso la jerarquización se marca con base en un orden cronológico.

En caso de que se requiera “rescatar” o recuperar la información de un evento, el reportero puede echar mano de las oficinas de Comunicación Social. En ellas existe personal que, interesados en la difusión del evento o la nota, proveen de boletines, comunicados incluso audio.

*“Un reportero de prensa escrita tiene a su disposición el boletín para redactar su texto sin necesidad de acudir a los lugares donde se genera la información, un periodista de radio puede utilizar los insertos de los comunicados para mandar su*

*nota al aire... y se facilita el trabajo de los fotógrafos al incluir imágenes en los boletines”.*<sup>20</sup>

### **3.3.1 Herramientas de Trabajo**

Para la tarea del reportero, básicamente se requiere de una libreta y una pluma pero actualmente es indispensable contar con otros elementos técnicos que facilitan la captura y envío de información. Porque independientemente de la experiencia para detectar la nota, procesar los datos y contar con el respaldo de un audio para vestirla, se requiere actualmente de equipo de grabación y edición del audio, además de un equipo de cómputo para escribir y enviar la nota.

Con la rápida evolución de los equipos en el mercado, resulta casi obligatorio incorporarlos para la realización de nuestro trabajo y con una mejor calidad.

Con base a mis anteriores trabajos, la evolución tecnológica marcó también la manera en que se envía ahora la información tanto a la redacción como a la cabina para salir al aire.

De esta manera puedo detallar que a finales de la década de los años noventa, el equipo básico con el que se contaba era una grabadora portátil de cassette, un teléfono celular, que sólo servía como línea telefónica sin aspirar en ese momento

---

<sup>20</sup> López Yáñez, Cristóbal. La Coordinación de Radio en la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM. p.18

a la posible conexión a Internet, ya que en ese tiempo no era usual el manejo de la computadora y menos se había generalizado el uso de Internet.

De hecho en las salas de prensa de las diferentes dependencias o fuentes, no existían computadoras y la redacción de la nota se realizaba en las maquinas de escribir marca *Olympia* y *Olivetti*.

Posteriormente la evolución tecnológica y su comercialización masiva, permitió el uso de grabadoras de mayor calidad, durabilidad y resistencia aunque cabe mencionar que dicho equipo de las marcas *Marantz* o *Sony*, eran más grandes y muy pesadas.

Esas grabadoras también trabajaban con el formato de las cintas de cassette, pero incluían la entrada de micrófonos profesionales a través de conexiones llamadas *canon*. Lo que resultaba en una grabación con mayor fidelidad.

Dado el número de entradas con los que contaban estos modelos de grabadoras se podían conectar diversos cables como *RCA*, puntas de miniplug, entrada de conectores telefónicos, cosa que permitía realizar en ellas las ediciones de audio de manera manual, casi artesanal.

Posteriormente, las grabadoras evolucionaron desplazando el cassette por una tarjeta de memoria digital, que no sólo permitía grabar durante más tiempo sino que al no utilizar una cinta, facilitaba el trabajo para ubicar un extracto de la grabación específico, sin necesidad de rebobinar o adelantar la cinta, ya que con

sólo apretar un botón sobre la marcha de la grabación se puede “spotear” o ubicar el punto exacto de la declaración más significativa o del momento en que se captó un ruido o sonido necesario para ilustrar la nota.

Sin embargo, la transición que marcaba la llegada de las grabadoras digitales, fue la antesala de la comercialización de grabadoras más pequeñas y con mayor capacidad en las tarjetas de memoria, mismas que de manera contrastante redujeron su tamaño. De esta manera hoy existen modelos de diversas marcas como *Sony*, *RCA* y *Olympus*. Estos productos mejoraron la comodidad para el reportero porque se redujo el peso de la grabadora hasta la capacidad de almacenamiento.

No obstante la sustitución de los equipos que si bien, no resultan del todo obsoletos, si quedaron relegados para los trabajos de edición. La tarea para elaborar y mandar una nota, requiere de otros elementos como las computadoras ya que los archivos de audio guardados en memoria digital evitaron que los sonidos se envíen por teléfono y ahora se pueden mandar como un archivo desde el correo electrónico.

Lo anterior implica que con un programa de edición desde una computadora se pueda cortar solo el audio que se requiere pasar como fragmento al aire.

Con este antecedente se puede entender que a mi ingreso a *Noticias MVS*, el equipo que me asignaron para trabajar, consistió en una grabadora marca *Tascam*

Modelo DR1, un micrófono profesional y un teléfono Modelo *Blackberry Pearl*, así como una computadora portátil (PC) Marca *Hewlett Packard* (HP).

En este sentido, la empresa MVS Radio, con el afán de incorporar la innovación tecnológica y ponerla a disposición del radioescucha a través del reportero, requirió sustituir el teléfono *Blackberry* por un *Iphone* de *Mac*, modelos que al contar con la conexión a Internet permiten redactar una nota, tomar fotografías y videos, realizar grabaciones de voz y a la vez poder enviarlas a la redacción en fracciones de segundo.

Pese a esas características del *Iphone*, modelo que actualmente utilizo, las grabaciones de entrevistas, conferencias, eventos y demás sonidos, continúan realizándose por medio de una grabadora ya que a final de cuentas están fabricadas para tal función y su calidad es más elevada comparada con la que registra el teléfono.

La opción de incorporar la tecnología de las grabadoras digitales brinda nuevas cualidades para agilizar el trabajo.

Los modelos más utilizados cuentan con bocinas externas que permiten escuchar la reproducción de la grabación pero la calidad para enviarla vía telefónica no es suficiente para que la transmisión sea nítida. Aún así, existe la posibilidad de hacerlo en caso de que la información resulte urgente, por el tiempo en que se

está generando o porque no existe el tiempo necesario para descargar el audio grabado en formato mp3 y enviarlo vía correo electrónico.

Actualmente las grabadoras cuentan con un puerto *USB* que significa, en términos prácticos, un adaptador para transferir el archivo desde la grabadora hacia la computadora.

### **3.4 Proceso de Envío de audios y fotografías.**

#### **3.4.1 Envío de audios**

Se requiere transmitir los audios a la cabina de grabación. Para tal efecto se ubica un fragmento específico de la grabación de la conferencia o entrevista y se descarga a la computadora. Es aquí cuando empieza un procedimiento prácticamente manual.

Primero se descarga el archivo grabado en *Mp3* a la computadora y se guarda como un archivo en documentos. El envío requiere abrir el correo electrónico para redactar un correo y adjuntar el archivo. Mientras tanto, se redacta en texto con un mensaje para advertirle al operador, el minuto y segundo exacto desde donde debe empezar y el minuto y segundo exacto donde debe terminar, en este mensaje también se le escribe el nombre del personaje que habla y un título para identificarlo puesto que se pueden enviar al día varios audios del mismo personaje o funcionario. Al especificarle al operador en la cabina estos puntos él debe editarlo, quitarle ruidos, aire, y eliminar los espacios en blanco para reducir la

duración. Desde la cabina se le pueden incorporar efectos o simplemente modularlo para que tenga mayor calidad.

El correo electrónico al que se envían los audios en *Noticias MVS* es el siguiente: [audiosreporteros@gmail.com](mailto:audiosreporteros@gmail.com) .

Una vez enviado el mensaje a la cabina y después de que el operador lo haya editado, me responde el correo con el mismo título en donde me brinda una clave con la que el sistema lo registra para que cada una de las producciones tengan acceso a él.

En el momento en que la gente de producción se comunica conmigo vía telefónica para avisarme a qué hora del noticiario esta contemplada mi participación, debo decirles la o las claves con las que se ha etiquetado mi audio para que al tiempo en que estoy transmitiendo y hago la pausa para dar pie a las palabras del personaje entrevistado, los encargados de los controles técnicos “sueltan” la grabación y así se escucha al aire el audio en cuestión.

#### **3.4.2 Envío de Fotografías.**

La ventaja de los dispositivos electrónicos permite actualmente tomar fotografías o video. En este caso las imágenes sirven para ilustrar el evento que se cubrió, ya sea una conferencia, un hecho o simplemente contar con la fotografía del personaje.

Para realizar el envío de las imágenes no requiere transmitir las a la computadora, ya que desde el *Iphone* se pueden enviar a la redacción donde uno de los editores de la página en Internet de *Noticias MVS*, debe guardarlas para ilustrar la nota. Eso implica que el título de la fotografía o el video lleve el mismo título de la nota así como también un pie de foto explicando el nombre de quien o quienes aparecen en ella.

Tratándose de un video este preferentemente no debe rebasar los 25 segundos para que su transmisión sea más ligera al momento del envío. Claro está, que si la imagen de un video amerita una mayor duración se puede optar por hacerlo en partes o en su caso de una mayor duración.

### **3.5 Proceso de envío de notas**

Más allá de los aspectos gráficos o sonoros que requiere la información de la nota no se debe olvidar que lo importante es el texto. Para cumplir con la entrega de la nota por escrito se requieren de dos pasos generales.

El primero de ellos es la redacción de la cabeza o adelanto. Esto es una síntesis de la información que sin dar todos los detalles permite a los redactores o a la gente de producción saber el tema, quien participa y el lugar donde se dio a conocer la información.

Con base al lenguaje periodístico podemos utilizar la técnica que sugiere *Daniel Santoro* como método:

“Con sólo extractar la esencia de cada párrafo, responder las seis preguntas clave y ponerles contexto e interpretación podemos redactar una buena noticia”.<sup>21</sup>

Si bien no existe un machote general o un formato específico para el envío de las cabezas un ejemplo de la manera en que la escribo es el siguiente.

ANDRÉS TOLEDO  
 NOTA: PROYECTO DE TESIS  
 C/SONIDO: ANDRÉS TOLEDO  
**CABEZA: RECIBEN ESTUDIANTES DE LA UNAM, EL PRIMER BORRADOR DE LA TESINA “LO QUE HAY DETRÁS DE UNA NOTICIA RADIOFÓNICA”, ELABORADA POR UN REPORTERO DE MVS RADIO PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**

Figura 17 Ejemplo de cabeza de nota

Este adelanto, se envía a los diferentes correos que reciben todas y cada una de las cabezas, que a lo largo del día envían los reporteros.

Los correos de la redacción son los siguientes: [redaccion@mvs.com](mailto:redaccion@mvs.com) , [redaccionmvs@gmail.com](mailto:redaccionmvs@gmail.com) , [redaccion1@mvs.com](mailto:redaccion1@mvs.com) También se incluye una copia para Sheila Amador, Coordinadora de Información [samador.news@mvs.com](mailto:samador.news@mvs.com)

Posteriormente se redacta la nota. Esta debe ser escrita en *Word* o en procesador de texto del *Iphone* y ésta debe garantizar una extensión de minuto o minuto y

<sup>21</sup> Santoro, Daniel. Técnicas de investigación. p140

medio, para su lectura al aire. No obstante, cuando el hecho lo amerita la redacción de la información puede rebasar esa extensión, para que la versión que se publique en la página de Internet cuente con mayores elementos o simplemente requiera la transcripción del audio para que el lector tenga más detalles.

En este momento resulta de suma validez la teoría, ya que al redactar la nota con base en la regla de la *“Pirámide Invertida”* donde se cuenta al principio lo más relevante, para que en el cuerpo de la nota se incluyan el resto de los datos importantes dejando al final la información complementaria.

Pirámide invertida: Es un método periodístico para ordenar de mayor a menor importancia la información. Se divide en dos partes: a) La entrada, donde se responden las interrogantes básicas del qué, quién, cómo, cuándo y dónde. b) El desarrollo y el remate.

Al momento de enviar la nota a la redacción se puede hacer adjuntando el archivo en *Word* o copiando y pegando el texto en el área correspondiente del mensaje del correo electrónico. De esta manera el editor, puede hacer alguna modificación o cortar la extensión.

Los correos a los que se envían las notas son los siguientes:  
[jlsanchez.news@mvs.com](mailto:jlsanchez.news@mvs.com) y [jbravo.news@mvs.com](mailto:jbravo.news@mvs.com)

Cabe mencionar que la diferencia de los correos anteriores donde se envían las cabezas y los audios con los correos a los que se envían las notas, radica en que

en los primeros cualquier persona en cabina o en la redacción tiene acceso y en los de las notas se trata de correos personales ya que cada uno de ellos se encarga por turnos de subir las notas.

### **3.5.1 Proceso de Transmisión de la nota.**

Tras haber detallado el procedimiento para que internamente en la estación se conozca la información enviada por el reportero, podemos explicar la forma en que cada día se transmite la información o como coloquialmente se dice, “pasa al aire”.

La producción de cada uno de los noticiarios o programas de *Noticias MVS*, conoce con anticipación las notas que cada uno de los reporteros ha enviado y con ese listado arma su guión o la escaleta que es un guión más sencillo, de carácter técnico y utilizado para especificar los tiempos, los sonidos y el orden de las secciones del programa. Así los productores podrán jerarquizar la información o seccionarla como información general, metropolitana, policiaca, política, deportiva o de espectáculos.

Con esta estructura definida por cada producción, se enlistan las notas para programarlas. Acto seguido es llamarle a los reporteros para avisarles cual de sus notas están contempladas y a qué hora, para que el reportero la tenga lista y a la mano.

Una vez notificado el horario en que se le llamará para pasar la nota el reportero debe -en caso de que tenga que utilizar un audio- dar la clave para que la producción le avise al personal de los controles técnicos que debe tenerlo listo.

Al momento en que el reportero recibe una segunda llamada para transmitir su nota se debe tener a la mano el texto y la clave del audio. Esto implica un recordatorio de último momento para los operadores de los controles.

Desde la cabina se realiza la llamada al celular del reportero. Esa llamada forma parte de una lista con dos o tres líneas para tener conectados a igual número de reporteros que estarán pendientes escuchando el programa para alistar su nota.

El tiempo preeliminar que debe esperar el reportero hasta escuchar al conductor que le presentará le permite oír las intervenciones previas de sus compañeros, ya que si bien las notas pueden o no estar relacionadas, podrá tener un contexto que le ayude a dar pie al inicio de su participación. Ese lapso también sirve para que en caso de que se pierda una conexión con alguna de las líneas el reportero siguiente este atento para anticipar su entrada.

Una vez que el conductor le dé pie al reportero se inicia la transmisión con un saludo general para después dar lectura a la nota. En algunas ocasiones el reportero puede improvisar con una acotación que responda a la presentación específica del conductor.

Por ejemplo si el conductor lanza una pregunta al reportero para darle entrada, el reportero debe responder concretamente y seguirse con la lectura. O bien, resulta que el conductor leyó la entrada completa de la nota, se debe echar mano a la improvisación que impida repetir casi textualmente lo que antecedió a su presentación.

Existen algunas frases hechas, al momento de saludar que resultan a mi parecer, repetitivas, como son: “Efectivamente...” y “Como tú lo comentas”... por lo que una cualidad del reportero debe ser modificar cada una de sus entradas y saludos.

Al momento en que el conductor ha dejado en manos del reportero la conducción corre el tiempo para demostrar la habilidad individual. Para lograrlo se puede recurrir a diferentes técnicas de locución, como son: la velocidad o rapidez con la que se lee la nota, la entonación, la fuerza y la dicción. Incluso en el lapso de uno o dos minutos con los que se cuenta, se pueden utilizar todos esos recursos.

Cabe mencionar que dependerá en mucho el tema que se esté tratando, para recurrir a la entonación. No es lo mismo hablar de una ejecución o el fallecimiento de un personaje que hablar de una noticia alegre o que llame la atención por lo jocoso del tema. De ahí, que la habilidad del reportero puede hacer atractiva su información o por el contrario aburrir a la audiencia o auditorio.

La seriedad con la que se debe manejar la información, no implica que deba resultar monótona o poco ágil.

### **3.6 Transmisión de la nota: “Mismo esquema, nunca la misma experiencia”.**

Una vez explicado el procedimiento para el envío y transmisión de la información quiero explicar ahora el desarrollo profesional que he tenido en el proyecto informativo de *Noticias MVS*.

El día a día, se rige bajo un mismo esquema pero nunca se repetirá la misma experiencia. Con base a los diferentes géneros periodísticos, las notas pueden obtenerse de diferentes maneras. A través de conferencias, entrevistas, eventos especiales, denuncias ciudadanas o gracias a la simple observación. A continuación cito dos ejemplos de notas transmitidas en vivo por la frecuencia de 102.5 FM que dan cuenta de lo que hay detrás de una noticia radiofónica en *Noticias MVS*.

La importancia del trabajo que realiza un reportero radiofónico parte de una premisa sencilla, como lo explica *Gabriela Seoane San Martín*:

*“El reportero de información general se convierte en la mayoría de los noticieros en el punto neurálgico de la información, pues de no existir su labor sólo se contaría con noticias de cable”.*<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> Seoane San Martín, Gabriela. Manual de redacción y técnicas para reporteros de radio. p. 6

### 3.6.1 Cobertura Especial.

Una de las experiencias que viví durante en el 2010, que marcó la cobertura de la fuente ambiental en general, fue la realización de la “*Convención Marco de Naciones Unidas para Cambio Climático*” mejor conocida como la “*Cumbre Mundial contra el Cambio Climático COP 16*” en Cancún, Quintana Roo del 29 de noviembre al 11 de diciembre de 2010.

Esta cobertura informativa requirió trasladarme a Cancún, durante las dos semanas en las que se desarrolló el evento. Implicó darle seguimiento a las sesiones de la reunión plenaria de 194 países representados en la Cumbre así como a las conferencias que se realizaron tanto en la sede del Hotel “*Moon Palace*” y el centro de exposiciones “*Cancunmesse*” construido específicamente para la *COP 16*. Con el antecedente de que la *COP 15* que se realizó en el 2009 en la ciudad de *Copenhague*, Dinamarca había dejado entre los participantes una crisis de entendimiento.

Para detallarla me permito transcribir la nota que se transmitió el lunes 13 de diciembre al cierre de la Cumbre, durante la primera emisión de *Noticias MVS* con *Carmen Aristegui*:

ANDRÉS TOLEDO

NOTA: RESUMEN COP16

C/SONIDO: PATRICIA ESPINOSA, PABLO SOLÓN Y GUSTAVO AMPUGNIANI

**CABEZA: CON LA APROBACIÓN DE LOS ACUERDOS DE CANCÚN TERMINÓ LA COP16, QUE SE CARACTERIZÓ POR LA TRANSFORMACIÓN DE UNA RADICALIZACIÓN DE POSTURAS A UNA MAYORÍA QUE SE PRONUNCIÓ POR LA NECESIDAD DE REDUCIR LAS EMISIONES DEL 25 AL 40%, LO QUE IMPLICÓ UN AVANCE PARA QUE EL PRÓXIMO AÑO SE BUSQUE LA AMPLIACIÓN DEL PROTOCOLO DE KIOTO, EN SUDÁFRICA.**

Figura 18 Ejemplo de cabeza de la nota: Finaliza la COP 16

Conductora:

- Carmen Aristegui (CA): Siete de la mañana con 39 minutos. Sobre la Cumbre de Cambio Climático Andrés Toledo te escuchamos, esta mañana después de haber seguido paso a paso durante los días que duró la Cumbre, su resolución, las conclusiones y lo que sucedió en Quintana Roo. Buenos días Andrés.

Reportero:

-Andrés Toledo (AT): Carmen ¿Cómo estás? Buen día y tras estas dos semanas de negociaciones a todos los niveles se aprobaron los documentos finales de esta COP16 donde 193 países se comprometieron a fijar esta meta de la reducción de emisiones entre el 25% y el 40% para el año 2020, con lo que si bien no se aprueba el segundo período del *Protocolo de Kioto* como muchos demandaban, se logra una mayoría a pesar de la oposición que mantuvo desde el principio Bolivia.

No obstante la reiterada oposición de este país, la canciller *Patricia Espinosa*, anunció la decisión del resto de los 193 países, y aseguró que se escuchó a todos los representantes, para llegar a esta decisión.

*-Sonido... “que los textos que tenemos el día de hoy aquí sobre la mesa son textos que reflejan el resultado del trabajo conjunto colectivo de múltiples delegaciones, que con un gran esfuerzo han venido trabajando en el objetivo de poder mostrar, en poder tener un resultado que es lo que están esperando nuestras sociedades, así que yo tomo nota por supuesto de su posición, con mucho gusto quedará reflejada en las actas de esta conferencia y si no hay otra opinión este texto queda aprobado”.*

*-Pablo Solón*, representante de Bolivia, advirtió que con este “martilleo” se rompe la regla del consenso, que ni siquiera en Copenhague, con sus problemas, se tomó una decisión mayoritaria.

*-Sonido... “Señora presidenta, delegaciones que están aquí presentes, lo que va a ocurrir aquí es un atentado contra las reglas que rigen aquí en el marco de la convención y en el marco de las Naciones Unidas... tenemos diferencias... a la violación de una norma para querer imponer la decisión”.*

-AT: Advirtió (*Pablo Solón*) que se inconformarán ante las instancias internacionales, pero la presidenta de la COP, *Patricia Espinosa*, retomó la palabra para asegurar que consenso no implica unanimidad, por lo que ratificó la decisión.

Y de inmediato los aplausos, en virtud también de las horas que llevaban negociando... vamos a recordar que esta decisión o mejor dicho la clausura de la *COP* se tenía prevista para la tarde del sábado; sin embargo, lo tenso de las negociaciones y la insistencia de Bolivia por frenar y buscar la ampliación del *Protocolo de Kioto* y otros acuerdos más vinculantes, obligaba a que la decisión se tuviera que retrasar; incluso por parte de Venezuela se pidió que se detuvieran los trabajos una hora más para poder buscar ese consenso. Sin embargo, ya fue hasta las 9:30 de la noche cuando se reanudó la sesión que se prolongó hasta las cinco de la mañana, cuando se tomó la decisión.

Incluso las organizaciones sociales y ambientalistas como *Greenpeace*, reconocieron el avance de fijar rangos en reducción de emisiones, como detalló *Gustavo Ampugniani*, coordinador de la campaña de clima.

Durante los trabajos y reuniones, todas las delegaciones reconocieron que se recuperó el nivel de diálogo entre las partes, luego de lo confrontados que salieron de la *COP 15* en *Copenhague*. Carmen, si me permites, el día que sucedió la agresión contra Jorge Silva (fotógrafo de la agencia Reuters), tuvimos la oportunidad de platicar con él y le comentamos que en esa sesión de la *COP* hubo reclamos de Bolivia en el sentido de que a ellos mismos como representantes los elementos de seguridad de la *ONU* les impedían el paso a la sesión plenaria... la canciller tomó la palabra y ofreció una disculpa generalizada por esta situación, en

ningún momento se habló de la agresión contra los fotógrafos y se ofreció esa disculpa... disculpa que fue aceptada por Venezuela.

-CA: ¿de Bolivia?

-AT: No, de Venezuela porque en el momento en que *Pablo Solón* tomó la palabra e hizo esta crítica, de inmediato la canciller ofreció las disculpas pero le siguió turno a *Claudia Salerno*, representante de Venezuela, quien sí aceptó las disculpas y posteriormente continuaron los discursos...

Para finalizar, los compromisos que establece este acuerdo de Cancún son. Establecer un comité de adaptación y respaldar la creación de un Fondo Verde Global que buscará fuentes innovadoras de financiamiento, con 30 mil millones de dólares para 2012 y 100 mil millones de dólares para el año 2020.

Además el acuerdo "REDD"<sup>23</sup>, sobre la reducción de emisiones por deforestación y degradación, establece una agenda de trabajo. Con lo aprobado en Cancún, los países coinciden que aún falta mucho por hacer pero se crearon bases positivas para la próxima reunión en Sudáfrica y quizá la aprobación del segundo periodo del *Protocolo de Kioto*.

-CA: Ahí esta, lo que quedó de esta *COP 16* para efectos de la expectativa que se había generado no estuvo mal, estamos hablando de que se mantiene el concepto multilateral necesario para enfrentar un tema como el cambio climático y se colocaron objetivos ya acordados como la reducción, el compromiso de realizar

---

<sup>23</sup> [http://cambio\\_climatico.ine.gob.mx/descargas/redd\\_ccmss\\_nota\\_24.pdf](http://cambio_climatico.ine.gob.mx/descargas/redd_ccmss_nota_24.pdf)

acciones para evitar que la temperatura no suba más de dos grados, algunos grupos ambientalistas empujaban para que el compromiso fuera de uno punto cinco, finalmente quedó en el compromiso de que no suba más de dos grados y la aprobación de este fondo para enfrentar el cambio climático de 30 mil millones de dólares. Eso también estaba puesto en las expectativas, finalmente lo lograron como uno de los puntos favorables de esta cumbre climática. Y bueno, en general la gran pregunta es ¿Si esto es suficiente? ¿Si se pudo haber logrado más? pero por lo pronto y en comparación con lo que fue la cumbre anterior de *Copenhague*, se logró rescatar la noción básica de que las naciones del mundo deben mantener espacios de negociación internacional como este para enfrentar un fenómeno global donde no hay fronteras que es el de cambio climático, Andrés.

-AT: Si Carmen, sobre todo me quedo con dos conceptos que se vertieron por parte de las autoridades mexicanas: El primero por parte de la cancillería cuando dijo que en una negociación no se puede ganar al 100 por ciento, o dejar contentos a todas las partes, por lo que consideran positivo en el sentido de que las expectativas no era un gran acuerdo sino acuerdos parciales, lo cual también se ha cumplido y otro que me llamó la atención, fue que previo a esta discusión *Rafael Elvira Quesada*, Secretario de Medio Ambiente, nos daba una respuesta “muy a la mexicana” cuando se le preguntó, ¿Si todavía al último minuto se tenían las mismas expectativas que al principio o al arranque de esta *COP* y dijo: Sí, expectativas medidas, porque no queremos caer en aquel de “*jugamos como nunca y perdimos como casi siempre*”.

### 3.6.2 Nota Informativa

Este ejemplo se trata de una nota que se transmitió con *Jairo Calixto Albarrán* en el Programa “*Coordenadas 102.5*”, el día viernes 15 de abril de 2011. Un día después de que la *Asamblea Legislativa* aprobó una modificación a la Ley de Desarrollo Urbano, conocida como la “*Norma 29*”, misma que regula la instalación de tiendas de conveniencia (Oxxo, 7 Eleven o Extra, entre otras) y los minisupers, de las grandes cadenas como Walmart.

Con esta transcripción incluyó también el diálogo que cómo reportero sostuve con el conductor, para mostrar la manera, en que se narra la nota con un estilo más relajado pero con la seriedad que requiere la información. Se trata de describir la manera en que se dio la discusión en el pleno y se utiliza como recurso del reportero la experiencia personal.

ANDRÉS TOLEDO

NOTA: APROBACIÓN NORMA 29

C/SONIDO: ALEIDA ALAVEZ Y RAFAEL CALDERÓN

**CABEZA: APRUEBAN ASAMBLEISTAS LA NORMA 29, PARA REGULAR LA INSTALACIÓN DE TIENDAS DE CONVENIENCIA Y SUPERMERCADOS EN EL DISTRITO FEDERAL... MIENTRAS DIPUTADOS DEL PRD SOSTIENEN QUE SE PROTEGE A LOS MERCADOS PÚBLICOS, LA OPOSICIÓN LAMENTÓ QUE NO SE TOMARA EN CUENTA LA OPINIÓN DE LOCATARIOS Y EMPRESARIOS.**

Figura 19 Ejemplo de cabeza: "Aprobación de la Norma 29"

Conductor:

-Jairo Calixto Albarrán (JCA): En que momento nos convino decir que existen tiendas de conveniencia, eso algún día nos explicará algún experto pero mientras tanto Andrés cuéntenos de qué se trata esta historia.

Reportero:

-Andrés Toledo (AT): Que tal Jairo ¿Cómo estas? un gusto saludarte, al igual que a los amigos del auditorio. Fíjate que esto de las tiendas de conveniencia parece que son muy convenientes pero sólo por la distancia y la cercanía en que las tenemos y sobre todo por el número ya que están proliferando por toda la capital.

A una semana de haber recibido la propuesta del gobierno, la asamblea legislativa aprobó por mayoría de 42 votos a favor y 16 en contra, la *Norma 29*, que regula la instalación de minisupers y tiendas de conveniencia. Los amigos del auditorio se preguntaran ¿Cuáles son estas? Son las que se llaman como un número, esa es la definición prácticamente de las de conveniencia.

Al exterior del recinto, la presencia de locatarios de mercados... al interior, los diputados locales dándose con todo, acordaron que éstas cadenas sólo pueden abrirse en zonas con uso de suelo habitacional mixto, ¿Qué es esto Jairo? donde ya hay comercio y donde hay viviendas, lo que representa el 2.5% del territorio en la capital. Esto es muy “poquitito”. En cambio, las misceláneas y tiendas de abarrotes no tienen esa restricción.

Los diputados que avalaron la Norma aseguran que se blinda a los mercados públicos, ya que ésta disposición legal, también considera la creación de un comité para revisar las condiciones y el presupuesto que requieren estos centros de abasto popular, como explicó la diputada del PRD *Aleida Alavéz*.

*-Sonido... “Se está incluyendo este diseño de política pública, mitigación de riesgo y obras de mantenimiento...medidas para mejorar la competitividad de mercados públicos, modernización de instalaciones y servicios... y se le va a añadir también la asignación de recursos del presupuesto de egresos 2012”.*

-AT: Eso es lo que dice la norma el papelito, habrá que ver si se destinan recursos porque este año ¡nada! cero pesos para mercados públicos. Durante el debate, la priísta *Alicia Téllez*, cuestionó la vía del “*fast trac*”, es decir, la rapidez con la que se aprobó esta Norma a diferencia de una Ley de Mercados que ya tiene prácticamente un año dormida y no ha podido avanzar.

Sin embargo, los panistas mantuvieron su anunciado rechazo... demandaron un debate con locatarios, con empresarios y hasta que el *Consejo Coordinador Empresarial* estuviera presente.

*Rafael Calderón* quien puso “el sabor” a la discusión, llevó una sandía de cinco kilos, que no dudo haya sido la que al inicio de la semana le regalaron otros comerciantes, con la cual cuestionó la actitud de los que estaban a favor, es decir

el PRD. Irónico señaló que ojala no les hiciera daño por la “cruda moral” que les daría tras aprobar esta *Norma 29*.

*-Sonido... “Bien sabemos que ante cualquier modalidad tienen dos opciones los comerciantes, los empresarios que deseen instalar tiendas en donde quieran. La primera es ampararse y la segunda es crear una nueva marca como lo hicieron en el caso de las tiendas de conveniencia, seguirán haciendo sus estudios de mercado y se seguirán instalando donde les convenga”.*

-AT: Aunque la mayor parte del tiempo esta sandía (y así le llamaron al menos ayer a *Rafael Calderón*: el “diputado- sandía”) permaneció estática sobre la mesa del diputado Calderón que por momentos, era objeto de la mofa y de lo jocoso que se tornó este debate.

Lo que es un hecho es que como dice el diputado del PAN estas tienditas podrían a través de una argucia mercadotécnica quizá abrir con otras condiciones y podríamos ver otras tiendas de conveniencia lo que es un hecho es que de momento se regulan y no podrán instalarse en otra zona que no tenga uso de suelo mixto, es decir, donde ya haya comercio y compartan el uso habitacional.

-JCA: Esa historia es interesante, tomando en cuenta que yo si miro con nostalgia esas antiguas tiendas de la esquina, los “changarros” donde conocías a la persona, durante años las tratabas: Doña no se qué, Don no sé cuanto. Cerraban temprano, abrían tarde, los domingos no abren y las otras tiendas trabajan todo el

santo día las 24 horas los 365 días del año. Y si tienes una necesidad, entre más cerca mejor.

-AT: Además sirven como punto de referencia. ¡Ya ves que las nomenclaturas de las calles de repente no existen!

-JCA: Ahí donde está ese, exacto...Y si cumplen una función importante a cualquier hora vas y compras lo que sea necesario, pero también tiene esa parte que son frías, como cambian a los dependientes cada diez minutos no hay una familiaridad pero tienen su función y creo que en vez de hacer medidas proteccionistas, las autoridades deben pensar como hacer que los viejos mercados o las viejas tienditas ofrezcan un mejor servicio y sean atractivos para la gente.

-AT: Si nos vamos a un sentido más serio, más formal, esto es un libre mercado prácticamente es una competencia la que lo regula. Hacías mención de estos ejemplos de las tienditas cuando éramos jóvenes incluso muy cercanas a las casas. Esas tienen que adecuarse a esquemas de la demanda y si la gente quiere comprar algo en la madrugada, pues tendrán que abrir etc. Lo que es un hecho es que llama la atención y mucha gente del auditorio podría estar de acuerdo conmigo: Ves una de estas tiendas de conveniencia y 10 o 20 metros adelante ves tiendas misceláneas y dos o tres cuadras más adelante un centro comercial y todos tienen clientela.

-JCA: El sol sale para todos, es cuestión de mejorar el servicio, de llamar la atención de la clientela. ¡Estamos en el capitalismo salvaje, que le vamos a hacer!

-AT: Y recuperar los mercados públicos.

-JCA: La verdad luego están abandonados, hay unos muy bonitos que se siente el colorido de la fruta, el encantador olor de los pescados, ¡que maravilla! (el olor) del pollo, pero si están “descarapelados”. Ya les hace falta una arregladita, una inversión...

-AT: ¡Una manita de gato a todos!

-JCA: Si, hay unos que de plano te da miedo hasta entrar...pero bueno, esto es México hermano. Gracias Andrés

-AT: ¡Jairo un abrazo, que estés muy bien!

-JCA: ¡Un abrazo!, No creo que con proteccionismos podamos mejorar las cosas, los mercados, las tienditas. Debe haber apoyos y la inversión no todos tienen los recursos financieros para arreglar sus tiendas o mercados, pero ahí están que los bancos financien y que el gobierno ofrezca programas.

Con este capítulo se entiende la importancia de mezclar los recursos técnicos con las cualidades personales y profesionales del reportero. Ya que si bien, es

importante el uso de herramientas tecnológicas como medios para el envío de información, prevalece aún la necesidad de priorizar el contenido de la nota ante cualquier característica de forma.

## **Conclusiones**

Al final de este reporte de experiencia profesional se logra deducir que la noticia convertida en una nota radiofónica no es solamente un hecho o un acontecimiento que debe ser contado, se trata de un trabajo conjunto que involucra un equipo de profesionales y una suma de esfuerzos pocas veces considerados por la audiencia cuando escucha el resultado final a través de su aparato receptor.

Como integrante del equipo que hace posible la emisión de las notas radiofónicas en MVS Radio, para la presentación de esta tesina me convertí en una especie de relator que da cuenta de los diferentes engranes de esta maquinaria informativa.

La visión de un reportero de radio como parte de la organización interna de la empresa deja al descubierto la historia y evolución de MVS, pero también evidencia los elementos que hacen fuerte su área de noticias. Me refiero a los recursos humanos y técnicos que se requieren para la transmisión del mensaje final para la audiencia.

Durante la realización del trabajo me dí cuenta de la importancia de un texto que pueda ser útil para los alumnos de carreras como Ciencias de la Comunicación, carreras afines ó para lectores en general al presentarles el trabajo interno de la empresa. Ahora considero que sirve también como un documento con el que MVS puede reconocer sus fortalezas y detectar áreas de oportunidad para impulsar el desarrollo profesional de su personal.

Si bien, las noticias podrían considerarse como un producto de empresa, la particularidad de esta “mercancía” radica en que llevan implícito un sentido humano por la intervención de los actores que la difunden. De esta manera resulta necesario mantener presentes los valores éticos y formativos.

Es aquí donde mi formación académica me permite aplicar bases metodológicas de investigación, pero mezcladas con la habilidad de una profesión considerada por muchas personas como un oficio periodístico.

Una conclusión fundamental a la que llego al final de mi tesina, deriva en la recomendación de proporcionar las bases de una capacitación constante a los integrantes del área de noticias de MVS Radio.

Más allá de la experiencia práctica, en las fuentes o en la sala de redacción, se debe impulsar la especialización del personal. De igual manera se debe hacer un ejercicio autocrítico para que reporteros, redactores, productores, jefes de información y conductores recuerden frecuentemente la importancia de fortalecer la comunicación interna entre cada una de las áreas de Noticias MVS, tomando en consideración que la calidad del resultado al final será evaluado por la audiencia.

Con lo anterior se podrá generar una dinámica más proactiva, donde sin dejar de lado la cobertura de eventos programados y sucesos diarios, se puedan programar reportajes especiales que marquen la pauta para ofrecer información

propia de *Noticias MVS* y la distinguan por sus notas y la calidad con la que se producen y transmiten al aire.

Aunque quizá la cotidianidad se aferre a hacernos olvidar: “Lo que hay detrás de una noticia radiofónica” me gustaría que este trabajo sirva a los estudiantes para reconocer que existen habilidades que no provienen de las aulas sino de experiencias prácticas, pero consciente de que no se pueden potencializar esas habilidades sin el conocimiento que nos brinda una formación académica. Sirva también para regresarle a la Universidad Nacional Autónoma de México el resultado de mi experiencia profesional a cambio del soporte que me brindó.

## Fuentes

### BIBLIOGRAFÍA:

-Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de Periodismo. Editorial Grijalbo. México. 1986.

-Restrepo, Javier Darío. El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística. Fondo de Cultura Económica. México. 2004

-Santoro, Daniel. Técnicas de investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina. Fondo de Cultura Económica. México. 2004

### TESINAS:

-Seoane San Martín, Gabriela. Manual de redacción y técnicas para reporteros de radio. Tesina. UNAM. Facultad de Estudios Superiores Acatlán. México. 2000

López Yáñez, Cristóbal. La Coordinación de radio en la Dirección General de Comunicación Social de la UNAM. Tesina. UNAM. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Ciudad Universitaria. México. 2009

### MESOGRAFÍA

[www.jornada.unam.mx/2008/05/24/index.php?section=politica&article=011n2pol](http://www.jornada.unam.mx/2008/05/24/index.php?section=politica&article=011n2pol) "Monitor sale del aire; estalla huelga el STIRT por adeudos a empleados". Gómez Mena, Carolina. 24 de mayo de 2008. Fecha de consulta: 28 de abril 2011

[www.eluniversal.com.mx/notas/391096.html](http://www.eluniversal.com.mx/notas/391096.html) "Sale Monitor de FM por no poder pagar a MVS: Gutiérrez Vivó" Redacción El Universal. 30 de Noviembre de 2006. Fecha de consulta: 28 de abril 2011

[www.greatplacetowork.com.mx](http://www.greatplacetowork.com.mx) Fecha de consulta: 29 de abril 2011

[www.normas9000.com](http://www.normas9000.com) Fecha de consulta: 17 de abril 2011

[www.mvs.com.mx](http://www.mvs.com.mx) Dirección electrónica de la página principal de MVS.

[www.webandmacros.com](http://www.webandmacros.com) Sitio especializado en el desarrollo de sistemas y programas de cómputo. Fecha de consulta: 8 de abril 2011

[www.broadbandforamerica.com.es](http://www.broadbandforamerica.com.es) Fecha de consulta: 10 de abril 2011

[http://obed\\_mx.lacoctelera.net/post/2010/07/08/jos-guti-rrez-vivo](http://obed_mx.lacoctelera.net/post/2010/07/08/jos-guti-rrez-vivo). Blog de Obed Edom "Primero cambié yo. Después cambiaron las circunstancias". Fecha de consulta: 31 de mayo 2011

<http://cambioclimatico.ine.gob.mx/descargas/reddccmssnota24.pdf>. Instituto Nacional de Ecología. Fecha de consulta: 15 de mayo 2011

## **DOCUMENTOS CORPORATIVOS**

MVS Manual de Inducción. Documento interno de trabajo.

MVS Radio. Folleto de Presentación.

## **ENTREVISTAS:**

Gilberto Molina Santoyo, Director de Información. 12 de Abril 2011

Sheila Amador Narváez, Coordinadora de Información. 27 de Abril 2011

Julieta Lorenzana Miranda, Jefa de redacción. 20 de Abril 2011

Sara Arango Gutiérrez, Coordinadora de Corresponsales. 20 de Abril 2011

Erica Flores Cristiani, Redactora-Locutora. 20 de Abril 2011

Javier Bravo Padilla, Editor de la Pagina Web de Noticias MVS. 20 de Abril 2011

Víctor Rodríguez Nájera, Productor de la segunda emisión de Noticias MVS. 4 de Mayo 2011