

República Bolivariana de Venezuela  
Universidad Católica Andrés Bello  
Facultad de Humanidades y Educación  
Postgrado de Comunicación Social  
Especialización de Comunicación Organizacional

**SINERGIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN**  
**EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN GUAYANA**

Una propuesta de diseño de una red de comunicación formal para coordinadores y periodistas de una corporación de medios (prensa, radio y televisión) en la cobertura y divulgación de hechos noticiables

Trabajo presentado como requisito parcial para optar al Título de Magister en Comunicación Organizacional

Autora: Lic. **María Esther Becerra**  
Tutor: Dr. **Antonio Nicolás Rubino**

**Caracas, noviembre de 2002**

**"LA ESENCIA DE LA SINERGIA  
CONSISTE EN VALORAR LAS DIFERENCIAS:  
RESPETARLAS,  
COMPENSAR LAS DEBILIDADES,  
CONSTRUIR SOBRE LAS FUERZAS"**

*STEPHEN COVEY*

**“ES IMPERATIVO TENER  
UNA CONCEPCIÓN POSITIVA  
DE LA ORGANIZACIÓN  
PARA PODER PLANEAR UN CAMBIO POSITIVO.  
CUANDO SE DECIDE QUE ES POSIBLE  
REALIZAR UN CAMBIO POSITIVO,  
ENTONCES DEBE INICIARSE LA RECOLECCIÓN DE DATOS  
PARA PASAR DE LO QUE ES  
A LO QUE DEBERÍA SER”.**

*ROGER KAUFMAN*

**"ES TIEMPO YA QUE EL DIARISMO VENEZOLANO  
SE TRACE COMO CONDUCTA PERIODÍSTICA  
EL BUSCAR NUEVOS ÁNGULOS NOTICIOSOS DE UN HECHO  
PARA PRESENTADO AL DÍA SIGUIENTE  
DE HABER SIDO DADO A CONOCER  
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES.  
ESTO LO ENTENDEMOS COMO UN PROBLEMA  
DE DEDICACIÓN PROFESIONAL Y EDITORIAL  
EN ARAS DE UNA MEJOR CALIDAD PERIODÍSTICA"**

*GILBERTO ALCALÁ*

**"(...) LAS SINERGIAS ABREN LAS POSIBILIDADES  
QUE PUEDEN SER UTILIZADAS COMO UN TRAMPOLÍN  
O PASARELA PARA ENTRAR EN UN NUEVO OFICIO"**

*J. C. MIGUEL DE BUSTOS*

## DEDICATORIA

**A** los periodistas del *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y del *Noticiero CMS*, quienes tienen el noble oficio de engrandecer a la ciudad con su dedicación profesional y sus verdades irrenunciables.

## AGRADECIMIENTOS

A **Dios**, por la vida, la salud y la prosperidad.

A **Miguel Ángel**, por su amor y decidida confianza en el cierre del trabajo.

A **Pamela**, nuestra hija, impulso de acción y eterno gozo.

A **Nicolás**, el doctor de esta tesis, por su sapiencia y cordialidad.

A **David Natera Febres**, por su apertura al cambio y a la innovación.

A **Alicia Estaba**, por su entusiasmo y visión progresista.

A ti **lector**, por sumarte a la comprensión de nuevos escenarios de la comunicación organizacional en medios informativos de una misma corporación.

## ÍNDICE GENERAL

<b>LISTA DE CUADROS</b>	vii
<b>LISTA DE GRÁFICOS</b>	xi
<b>RESUMEN</b>	xiii
<b>Introducción</b>	1
<b>CAPÍTULOS</b>	
<b>I.- PROBLEMA</b>	6
Contexto	6
Definición	11
Objetivos: General y específicos	16
Importancia de la investigación	17
 <b>II.- MARCO TEÓRICO</b>	 20
Comunicación en red	20
Los medios de comunicación como sistemas abiertos	25
Resultado meta: La noticia	27
Lo que es y lo que debería ser	34
Todos para uno y uno para todos	42
La identidad corporativa también cuenta	48
Del hecho noticiable a la sinergia informativa	53
 <b>III.- METODOLOGÍA</b>	 63
Primera fase: Diagnóstico de la situación actual (Lo que es)	65
Segunda fase: Detección de necesidades (Lo que debería ser)	73

<b>IV.- LIMITACIONES DEL ESTUDIO</b>	79
<b>V.- RESULTADOS</b>	81
Investigación de campo: Diagnóstico	81
Proyecto Factible: Sinergia Informativa	99
Formulación del modelo: Red de comunicación formal	118
<b>VI.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	127
<b>REFERENCIAS</b>	154
<b>ANEXOS</b>	157
A    Glosario de Términos	158
B    Identificación de reporteros, hechos y fuentes; y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición en el <i>Correo del Caroní</i> , <i>TV Noticias</i> y el <i>Noticiero CNS</i>	160
C    Instrumentos y documentos utilizados en la dinámica del Grupo Focal	181
D    Intervenciones de los periodistas y coordinadores obtenidas durante la dinámica del Grupo Focal	191
<b>CURRICULUM VITAE</b>	206

## CURRICULUM VITAE (RESUMEN)

María Esther Becerra, cédula de identidad 8962816, nació en Ciudad Bolívar, estado Bolívar, el 2 de octubre de 1967. Realizó estudios de cuarto nivel en la Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, donde obtuvo el título de Especialista en Comunicación Organizacional en 1998. Con la presentación de esta tesis *Sinergia en la administración de la información en medios de comunicación en Guayana: Una propuesta de diseño de una red de comunicación formal para coordinadores y periodistas de una corporación de medios (prensa, radio y televisión) en la cobertura y divulgación de hechos noticiables*, opta al título de Magister en Comunicación Organizacional. Su pregrado lo estudió en la misma casa de estudio, donde obtuvo el título de Licenciada en Comunicación Social, Mención Impreso, en 1990. Como requisito para este grado defendió la tesis *La verdad de la información en la prensa: Caso del secuestro de los niños Treviño Bravo*, aprobada con la máxima calificación que otorga la institución. Entre los principales cargos académicos y profesionales destaca haber sido Directora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello-Guayana, donde se desempeñó también como profesora de las cátedras Introducción a la Comunicación y Teorías de la Comunicación, desde septiembre de 1999 hasta abril del 2002. Para la fecha de la entrega final de este trabajo, María Esther Becerra de desempeña como Coordinadora Corporativa de Comunicaciones, Región Oriente, en la Corporación Cantv, en la ciudad de Puerto La Cruz.

## LISTA DE CUADROS

Cuadro		Página
1	Cinco tipos de redes de comunicación estudiadas de acuerdo con la velocidad, precisión y saturación de la información, así como la satisfacción y el liderazgo de los participantes	23
2	Determinación de Necesidades entre Lo Que Es y Lo Que Debería Ser	39
3	Relación comparativa de la metodología utilizada para la recolección y análisis de los resultados	64
4	Muestra de productos comunicacionales durante seis días consecutivos	66
5	Cantidad y porcentaje de informaciones clasificadas por lugar de origen y por el sujeto periodístico que las genera en el <i>Correo del Caroní</i>	81
6	Cantidad y porcentaje de informaciones clasificadas por lugar de origen y por el sujeto periodístico que las genera en <i>TV Noticias</i>	82
7	Cantidad y porcentaje de informaciones clasificadas por lugar de origen y por el sujeto periodístico que las genera en el <i>Noticiero CNS</i>	82
8	Potencia informativa: Cantidad de información diaria presentada por los periodistas de planta y el número de fuentes consultadas en los tres medios de comunicación social	91
9	Lo que es: Intervención de periodistas y coordinadores sobre la situación actual en el <i>Correo del Caroní</i> , <i>TV Noticias</i> y <i>Noticiero CNS</i>	100
10	Lo que debería ser: Intervenciones de periodistas y coordinadores sobre lo que debe hacerse para implantar la Sinergia Informativa en el <i>Correo del Caroní</i> , <i>TV Noticias</i> y <i>Noticiero CNS</i>	103

11	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Correo del Caroní</i> el jueves 6 de mayo de 1999	161
12	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición meridiana, el jueves 6 de mayo de 1999	162
13	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Noticiero CNS</i> el jueves 6 de mayo de 1999	163
14	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición estelar, el jueves 6 de mayo de 1999	164
15	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Correo del Caroní</i> el viernes 7 de mayo de 1999	165
16	Identificación de periodistas, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, transmitidas en <i>TV Noticias</i> , edición meridiana, el viernes 7 de mayo de 1999	166
17	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Noticiero CNS</i> el viernes 7 de mayo de 1999	167
18	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición estelar, el viernes 7 de mayo de 1999	168

19	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Correo del Caroní</i> el sábado 8 de mayo de 1999	169
20	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición meridiana, el sábado 8 de mayo de 1999	170
21	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición estelar, el sábado 8 de mayo de 1999	171
22	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Correo del Caroní</i> , el domingo 9 de mayo de 1999	172
23	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Correo del Caroní</i> , el lunes 10 de mayo de 1999	173
24	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición meridiana, el lunes 10 de mayo de 1999	174
25	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Noticiero CNS</i> el lunes 10 de mayo de 1999	175
26	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, transmitidas en <i>TV Noticias</i> , edición estelar, el lunes 10 de mayo de 1999	176

27	Identificación de periodistas, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en el <i>Correo del Caroní</i> , el martes 11 de mayo de 1999	177
28	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición meridiana, el martes 11 de mayo de 1999	178
29	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>el Noticiero CNS el martes 11</i> de mayo de 1999	179
30	Identificación de reporteros, hecho noticioso, fuentes consultadas y clasificación de las informaciones en relación con su contenido y tiempo de aparición, presentados en <i>TV Noticias</i> , edición meridiana, el martes 11 de mayo de 1999	180

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico		Página
1	Modelo de Elementos Organizacionales (MEO)	35
2	Determinación de Necesidades entre Lo Que Es y Lo Que Debería Ser	38
3	Visión, objetivos y sinergia	54
4	Esquema de funcionamiento según el concepto de Sinergia Informativa	60
5	Matriz de doble entrada para presentar los resultados de las intervenciones de periodistas y coordinadores según las categorías del MEO (Entradas, Procesos y Productos)	78
6	Relación porcentual del lugar de origen de las informaciones reportadas en el <i>Correo del Caroní</i> , <i>TV Noticias</i> y <i>Noticiero CNS</i>	83
7	Relación porcentual de la identificación del sujeto periodístico que produce la información reportada en el <i>Correo del Caroní</i> , <i>TV Noticias</i> y <i>Noticiero CNS</i>	85
8	Tipo de contenido que prevalece en el <i>Correo del Caroní</i>	86
9	Tipo de contenido que prevalece en <i>TV Noticias</i>	87
10	Tipo de contenido que prevalece en el <i>Noticiero CNS</i>	88
11	Informaciones presentadas en <i>el Correo del Caroní</i> según el tiempo de su aparición, en relación con la publicación informativa de los otros dos medios	89
12	Informaciones presentadas en <i>TV Noticias</i> según el tiempo de su aparición, en relación con la publicación informativa de los otros dos medios	89
13	Informaciones presentadas en el <i>Noticiero CNS</i> según el tiempo de su aparición, en relación con la publicación informativa de los otros dos medios de información	90

14	Representación gráfica de la situación actual de comunicación en los tres medios de comunicación regional	119
15	Propuesta A para el diseño de una red de comunicación formal para periodistas y coordinadores de una corporación de medios de comunicación social	120
16	Propuesta B para el diseño de una red de comunicación formal para periodistas y coordinadores de una corporación de medios de comunicación social	120
17	Propuesta C para el diseño de una red de comunicación formal para periodistas y coordinadores de una corporación de medios de comunicación social	121
18	Diseño de una red de comunicación formal para periodistas y coordinadores de tres medios de comunicación social en la cobertura de hechos noticiables: Sinergia Informativa	123
19	Diseño de un organigrama para el área de Redacción del <i>Correo del Caroní</i>	134
20	Red Círculo integrada por los coordinadores de cada medio	144
21	Cuatro redes Timón lideradas por los cuatro coordinadores	144
22	Una red Timón liderada por la reportera de Cultura	144
23	Cuatro redes Timón lideradas por los coordinadores secundarios	144
24	Nueve redes Círculo integradas por los periodistas de una misma fuente y los coordinadores secundarios	145

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

**SINERGIA EN LA ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN  
EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN GUAYANA**

Una propuesta de diseño de una red de comunicación formal para periodistas y coordinadores de una corporación de medios (prensa, radio y televisión) en la cobertura y divulgación de hechos noticiables

Autor: María Esther Becerra  
Tutor: Antonio Nicolás Rubino  
Año: 2002

**RESUMEN**

En Ciudad Guayana operan tres medios de comunicación social, pertenecientes a un mismo propietario, que trabajan por separado en su función informadora, coincidiendo en audiencia, contenidos y fuentes. Con la finalidad de proponer una estructura organizativa que les permita aprovechar mejor sus recursos humanos, se procedió a conocer la situación actual de cada medio, para luego, a través de un análisis por discrepancia entre “lo que es” y “lo que debería ser”, formular el modelo que facilite la comunicación formal entre los profesionales de la información, con la consecuencia de mejorar la calidad del periodismo regional. En primer lugar se realizó un análisis morfológico y de contenido a una muestra de seis días de ejemplares de prensa (*Correo del Caroní*), ediciones de televisión (*TV Noticias*) y de radio (*Noticiero CNS*), donde se concluyó la tendencia de dar a conocer noticias nuevas con un bajo número de fuentes informativas y la poca actualización o seguimiento de las noticias en los medios de grupo. En segundo lugar se reunió a más del 80% de los periodistas y coordinadores de ediciones, con el objetivo de conocer su experiencia comunicacional como grupos de trabajo y recoger sus opiniones sobre la posibilidad de funcionar como un sólo equipo de alto desempeño en la cobertura y divulgación de hechos y noticias en la zona. Para ello se utilizó la técnica del Grupo Focal. Los resultados señalan que existen iniciativas espontáneas entre periodistas homólogos a las fuentes, de trabajar conjuntamente la misma noticia, así como recursos materiales disponibles para la comunicación durante el trabajo periodístico. En este sentido la Sinergia Informativa, percibida más como una visión organizacional, se sustenta en una estructura o red de comunicación formal para facilitarle un trabajo más efectivo en la calidad de las fuentes de información, el aprovechamiento del formato de cada medio y el análisis del hecho en cada edición, como seguimiento al desarrollo de la información que se produce. La conclusión fundamental es que para que se produzca la Sinergia Informativa es necesario que se conciba como una visión integradora, acompañada de estrategias empresariales como la de convertir al grupo de periodistas en un equipo de alto desempeño, a través de la capacitación y sistemas de recompensas grupales, con lo que se reforzaría la identidad corporativa.

# INTRODUCCIÓN

Visualizar el concepto multimedia comunicacional que prevalece en el cierre de siglo, determinado por el feroz desarrollo de los medios tecnológicos y el empuje del fenómeno mundial de la globalización, es un ejercicio que predispone la percepción humana al considerar nuevos modos de comunicación e información en las organizaciones.

En este sentido, tendrá mayor relevancia cuando la organización es un medio de comunicación social encargada de informar, entretener y/o educar a lectores, radioescuchas o televidentes, ya que se trata de la producción de un servicio público de información, basado en un proceso interno de comunicación.

Sin embargo, este contexto, analizado desde una óptica holística, o de un "pensamiento de amplio espectro" (Kaufman, 1991), tendrá mayor impacto si se considera la posibilidad de que tres medios de comunicación social que pertenecen a un mismo dueño, funcionen bajo una visión sistémica, con la finalidad de hacer más eficientes sus procedimientos y formas internas y externas de comunicación para potenciar aún más su función informativa y periodística global.

Ante esta realidad, surge la finalidad de esta investigación: diseñar un sistema de comunicación formal para los profesionales de la información de los tres medios de comunicación regional, a partir de la cobertura periodística de un mismo hecho noticioso, respetando siempre la dinámica y los tiempos de producción de cada empresa.

Se trata de un periódico (*Correo del Caroní*, con 25 años de fundado); una televisora (TV Guayana, la cual tiene un programa informativo conocido como *TV*

*Noticias*) y un grupo de emisoras locales (Circuito Norte Sur: CNS), unidas por un programa informativo, de transmisión en cadena, conocido como *Noticiero CNS*. Todos ellos guardan una relación informativa y de identidad por pertenecer a un mismo dueño y operar en una misma ciudad.

¿La consecuencia? Sensibilizar la óptica del funcionamiento integral de los tres medios de comunicación social, con la meta potencial de ofrecerle al lector, radioescucha o televidente, la última novedad acontecida de la(s) información(nes) o noticia(s) más destacada(s) en la región de Guayana y en el resto del estado Bolívar, principalmente.

Para lograr el objetivo de este estudio es necesario referirse a la acción conjunta de coordinadores, periodistas, reporteros y técnicos que asisten diariamente a cumplir un propósito común, en cada empresa con la potencial oportunidad de fortalecer un equipo de trabajo de alto desempeño, bajo el concepto de una sola corporación.

El trabajo en equipo es el nuevo esquema que actualmente está prevaleciendo en las organizaciones que se está sumando al cambio organizacional para mejorar su calidad y flexibilidad en el cumplimiento de sus metas y logros. Prácticamente, quien ignore trabajar en equipo está restado en el mundo laboral. Se ha comprobado que se logran más y mejores resultados cuando se comparte el compromiso entre las partes, y donde la sinergia, acción de dos o más causas, cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales, (Covey, 1992), es una inminente pauta de gestión.

Por supuesto, resulta poco común llevar este modo de trabajo a una empresa periodística donde se premia públicamente más el trabajo individual de los reporteros (léase Premios Regionales y Nacional de Periodismo) que a la labor de un equipo de trabajo de una organización informativa.

Es por eso que este estudio parte de un cambio de paradigma al considerar la posibilidad de cubrir un mismo hecho noticioso a través del seguimiento de una noticia, donde cada reportero, de cualquiera de los tres medios referidos, tiene el compromiso ineludible de elevar su gestión productiva al presentarle a su audiencia la última novedad del hecho reportado, en secuencia al trabajo de su homólogo en el reporte público anterior del medio de comunicación del grupo.

Esta propuesta se centra en la cooperación creativa, sustentada en la comunicación formal entre reporteros y coordinadores de los tres medios regionales de comunicación, a través de la consulta de una pluralidad de fuentes informativas claves en y para la región de Guayana.

Como lo afirma Fontcuberta (1993), el principal objetivo del periodismo sigue siendo el de informar, y la pieza fundamental de la información sigue siendo la noticia. Este concepto tendrá mayor relevancia si la labor individual del periodista está soportado en el trabajo de equipo de profesionales de la comunicación. Su aplicación es amplia. Para tener una idea del alcance de esta propuesta, hay que imaginarse por un momento, lo que sucedería si la información que reporta el corresponsal de Santa Elena de Uairén, hoy puerto libre, logra seguimiento informativo en los centros de decisión de la Gobernación del estado Bolívar a través del corresponsal en la capital de este estado; o las marchas sindicales de los trabajadores promueven que el periodista en Puerto Ordaz alcance una declaración con el presidente de la organización y con ello llame la atención en las dinámicas de los precios mundiales del producto, (sea hierro, acero, bauxita, aluminio o energía eléctrica), por mencionar algunos efectos que podría llegar a originar la gestión conjunta de periodistas comprometidos con propósitos comunes.

Con esta propuesta también se pretende avivar la conciencia de la empresa como corporación de medios de comunicación regional para evitar que se estanque como tendencia natural de su supervivencia. La meta es apuntar una visión, una conciencia sistémica que permita aprovechar mejor los recursos internos de cada medio de comunicación, partiendo que el periodista, en cualquiera de sus funciones, siga siendo el principal activo de una corporación informativa.

Por razones de alcance, este trabajo de maestría sólo analiza aspectos internos de las tres empresas seleccionadas, obviando el impacto, efecto o conocimiento de la satisfacción de los lectores, televidentes y radioescuchas, con lo que se estima podría considerarse insumo para otro trabajo de investigación que continúe en el área de la comunicación organizacional.

El contenido de este trabajo está organizado en seis capítulos. En el primer capítulo se contextualiza y se define el problema hasta la formulación de los objetivos y la importancia de la investigación.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico elaborado a partir de la teoría de las redes de comunicación, su vinculación con la Teoría General de Sistemas y los medios de comunicación social, la noticia como meta del trabajo periodístico, la planeación de las organizaciones entre “lo que es” y “lo que debería ser”, hasta los equipos de alto desempeño, la identidad corporativa de una organización y la conceptualización del término Sinergia Informativa.

El tercer capítulo está referido a la metodología utilizada, organizada en dos fases. La primera describe la realización de un diagnóstico de la situación actual, a partir de una investigación de campo sobre el promedio y tipo de información presentas por los periodistas de cada empresa. La segunda fase incluye la detección

de necesidades a través de un análisis por discrepancia entre la situación actual y lo que podría resultar al ejecutar la propuesta de esta investigación.

El cuarto capítulo se remite a las restricciones detectadas durante el desarrollo de esta investigación.

Seguidamente, en el capítulo quinto se exponen los resultados de la investigación de campo, la presentación del proyecto de Sinergia Informativa y la formulación del modelo, éste último expresado en el gráfico de la red de comunicación formal para periodistas y coordinadores de los tres medios de comunicación social en la cobertura y divulgación de hechos nocitables, luego de ensayar otras modalidades de organización comunicacional.

Para finalizar, en el capítulo seis, se incluyen las conclusiones y recomendaciones que se desprenden de esta propuesta que busca facilitar un aporte al desarrollo periodístico de tres medios regionales de comunicación social en el estado Bolívar, bajo una directriz común de desarrollo.

Después de los seis capítulos se presentan las referencias bibliográficas utilizadas y los anexos: glosario de términos, tablas comparativas, instrumentos y documentos utilizados, y las intervenciones (desgrabadas) de los periodistas y coordinadores que participaron en la dinámica del Grupo Focal.

# CAPÍTULO I

## PROBLEMA

### CONTEXTO

La asociación de más de un medio de comunicación social ha sido una modalidad común en el negocio de la industria de la información. Según Miguel de Bustos (1993) la noción de grupo multimedia (MM) está vinculado a los grandes grupos de medios de comunicación social “constituidos en torno a una actividad principal u oficio determinante” (p. 209).

En los últimos 50 años se ha hecho más evidente un impulso por la diversificación en el negocio de las comunicaciones, a partir de una misma función o a través de las adquisición o creación de otras empresas del ramo de la comunicación (periodismo multimedia), sea en el ámbito internacional, nacional o regional.

Ejemplos sobran. Uno de ellos es el servicio latinoamericano de la *British Broadcasting Corporation* (BBC) de Londres. Desde 1938 ha significado un puente de comunicación entre las naciones del continente, con la proyección de los hechos que son noticia y las manifestaciones de la cultura y los valores regionales. La BBC es el servicio público de radio y televisión de Gran Bretaña que ofrece informaciones de radio para todo el mundo en 44 idiomas, con la mayor audiencia de todas las emisoras internacionales, alrededor de 140 millones de personas. En el Reino Unido, la BBC brinda sus servicio a televidentes y oyentes británicos a través de dos canales

nacionales de televisión, dos nuevos servicios de televisión digital, cinco radios nacionales y una cadena de radios locales (<http://www.BBC.com>).

Otro ejemplo, en América del Norte, es *Turner Broadcasting System* (TBS), subsidiaria de *Time Warner*, uno de los mayores productores de programas de noticias y entretenimiento alrededor del mundo, y proveedor líder de programación para la industria básica del cable. TBS Latin America agrupa a CNN en Español, lanzada en 1997 y primera en el puesto como fuente de información más confiable de todas las cadenas de noticias regionales del continente; CNN *International*, *Cartoon Network* y TNT (<http://www.turner.com>).

Adicionalmente, los servicios del grupo de noticias CNN llegan a más de 700 millones de personas a través de seis cadenas de televisión por cable y por satélite (CNN, CNN *International*, CNN en Español, CNNfn <negocio y finanzas>, CNN/SI y CNN *Headline News*); dos cadenas de radio, ocho sitios en la *World Wide Web* y CNN *Newsourse*, un servicio de distribución de noticias para estaciones de televisión (<http://www.cnn.com>).

En América Latina destaca México a través de la Organización Editorial Mexicana (OEM), cadena que cuenta 56 periódicos, y por consiguiente el mayor empleador de periodistas que hay en la capital de este país. La OEM tiene 36 plantas industriales, cuyos procesos de eficiencia interna le han permitido bajar los precios de venta, mejorar los tiempos de entrega y reducir la tarifa para sus anunciantes, con lo que han aumentado la circulación de algunos de sus diarios (<http://www.plante.com>).

Al referirnos a Venezuela, los ejemplos más notables, en cuanto a las asociaciones y adquisición de empresas de información, son los grupos Unión Radio,

que tiene 19 estaciones de radio, entre propias y afiliadas, con más de 30 años de fundado (Producto 190, 1999); el Circuito Nacional Belfort (CNB), con 11 emisoras distribuidas en el país, (J. Bartolomeo, comunicación personal, 25 de mayo de 2001); y la Organización Diego Cisneros (ODC), un conjunto de empresas dedicadas al negocio de la televisión (100% Venevisión; 25% Televen; 25% Univisión; 20% Trinidad; 90% Argentina) y las telecomunicaciones, entre otros. (Cañizalez, 1997). Igualmente Empresas 1BC también podría considerarse como una iniciativa multimedia venezolana, integrado por un canal de televisión (Radio Caracas Televisión) y una emisora de radio (Radio Caracas Radio).

En el estado Bolívar, el grupo de medios de comunicación que prevalece son las empresas de David Natera Febres, venezolano, abogado, que ha orientado su gestión al campo de la información regional de Guayana. Se trata de uno de los pocos ejemplos en Venezuela que reúne a la prensa, la radio y a la televisión, simultáneamente.

Paralelo a esta óptica, y con la intención de precisar parámetros de comparación en la comunicación y funcionamiento de grupos multimedia como una sola organización, se precisaron tres investigaciones universitarias asociadas al enfoque de este trabajo. La primera, *Análisis de los Sistemas de Relaciones y Comunicaciones con los Públicos Internos (empleados) del Grupo Yukery Venezolana de Alimentos, CA -Diagnóstico y Estrategia-* (Tabori y Berrizbeitia, 1987), orientado a destacar la importancia y creación de un Departamento de Relaciones Institucionales en la empresa; la segunda, *Periodismo de Provincia y Desarrollo* (Mérida y Meo, 1983) en el estado Anzoátegui, basado en un análisis de contenido de tres diarios

regionales; y la tercera, Plan Estratégico para una Corresponsalia en Caracas de un diario de provincia: El Tiempo de Puerto La Cruz (Acosta y Baig, 1992).

Ante los resultados de esta búsqueda, el presente trabajo de investigación se perfila, por su enfoque y dimensión, como una referencia en el área de la investigación de la comunicación organizacional al considerar:

1. La creación de un sistema de comunicación formal para los profesionales de la información que trabajan en un mismo grupo multimedia, con el objetivo de elevar la calidad del periodismo.

2. La identificación de aspectos relevantes en la cobertura periodística de un hecho noticioso, a partir de la gestión de tres medios de comunicación social de distintos formatos e identidades, pertenecientes a un mismo grupo de accionistas.

3. El aporte al conocimiento de la investigación de la comunicación de masas al considerar el trabajo en equipo como una nueva manera de comprender la esencia del periodismo, que no es más que la presentación de la última novedad informativa, sustentada en una red de comunicación y en la productividad de la labor del equipo de reporteros en cada empresa.

4. La utilización del concepto "sinergia" en procesos de comunicación e información en el desarrollo del periodismo regional multimediático. "La esencia de la sinergia consiste en valorar las diferencias: respetarlas, compensar las debilidades, construir sobre las fuerzas". (Covey, 1972, p. 304)

Al hacer extensiva la definición del término sinergia, en el campo de la comunicación social, asociados a los conceptos de periodismo y equipos de trabajo, se podría referir al concepto de sinergia informativa entendido como el esfuerzo de

un trabajo reporteril en equipo para presentarle a la audiencia la última novedad informativa a través de los medios de comunicación social que conforman el grupo de empresas o la corporación.

En estos tiempos, la inmediatez de la información actual es cada vez más determinada por la globalización, incluso más allá de las asociaciones estratégicas o la creación de otros medios de comunicación social. Con la irrupción de Internet esta posibilidad se hace mucho más concreta. Una propuesta lo representan los diarios nacionales en el ciberespacio (El Nacional On-Line y El Universal Digital), los cuales testifican este inminente proceso al anunciar durante el día algunas de las novedades, cuyas informaciones ampliadas aparecerán en la edición de papel del día siguiente. Así como sucede con la nueva tecnología, igual funciona en de los medios tradicionales de comunicación social: deben mantenerse al día con la actualidad.

Otra manera de percibir el concepto de Sinergia Informativa es a través de la multifuncionalidad del comunicador social de hoy, quien tiene la posibilidad de trabajar, ya de modo individual, en cualquier formato en el área de la información. La evidencia más reciente: profesionales de la comunicación que simultáneamente escriben en la prensa nacional, comentan las noticias en la radio, conducen un programa de entrevista en la televisión; y además dictan clases en aulas universitarias en las escuela de Comunicación Social del país (Producto 190, 1999).

## DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

En el estado Bolívar, específicamente en Ciudad Guayana, funcionan tres medios de comunicación social que pertenecen a un mismo propietario. Se trata de un periódico (*Correo del Caroní*), una televisora (TV Guayana) y un grupo de cuatro emisoras de radio (Pentagrama, Sur y Alegre en Puerto Ordaz; y Candela en Ciudad Bolívar), los cuales realizan una labor informativa diaria para los habitantes del estado y sus adyacencias. Estos tres medios de comunicación social operan con autonomía e independencia.

El *Correo del Caroní* es un periódico formato estándar, de circulación diaria en Ciudad Guayana, Upata y Ciudad Bolívar, principalmente. Está constituido por cuatro cuerpos informativos, con fotografías a color en las portadas y contraportadas. Contiene informaciones locales, nacionales e internacionales en las áreas de política, economía, educación, cultura, deportes y misceláneas. Sus secciones fijas son: Opinión, Clasificados y Femenina (dedicada a la mujer), más los espacios de publicidad.

El primer número del *Correo del Caroní* se publicó el 27 de junio de 1977, justamente el Día del Periodista, en conmemoración del nacimiento del Correo del Orinoco, principal vocero de la emancipación de Venezuela, en 1818. El *Correo del Caroní* ha sido el primer periódico que apareció en Ciudad Guayana, urbe que arriba a sus 38 años de fundada, y se reconoce por su impecable calidad de impresión y puntual logística de distribución. Circula de lunes a domingo, exceptuando Jueves, Viernes y Sábado Santo, 25 de octubre (Día del Trabajador Gráfico), 25 y 26 de

diciembre, y 1 y 2 de enero. Para la fecha de esta investigación el diario está organizado en tres áreas: redacción, producción gráfica y administración, y con el staff de siete periodistas y tres coordinadores. (A. Pacheco, comunicación personal, 20 de abril de 1999).

El segundo medio de comunicación social es *TV Guayana*, "el canal de los guyaneses", un canal de televisión que surgió como un reto comunicacional para su propietario: un espacio para propiciar la información, el entretenimiento y la educación. El 10 de junio de 1992, por el canal 12, salió al aire la primera señal, y como parte de su programación se incluyó *TV Noticias*, el programa informativo que se produce de lunes a sábado. Actualmente *TV Noticias* tiene dos ediciones diarias: la meridiana, de 12:30 a 1:30 pm; y la estelar en el horario de 8 a 9 pm. Cada programa está constituido por cuatro negros, donde se incluyen las informaciones regionales, nacionales e internacionales, en las áreas de política, educación, deportes, cultura y misceláneas. Por su compromiso informativo, este noticiero, obtuvo en 1997, el Premio Regional de Periodismo Andrés Roderick. (A. Estaba, comunicación personal, 21 de abril de 1999).

Por su parte, TV Guayana se ha destacado por su diseño y programación, cuyo contenido le ha valido al canal importantes reconocimientos. Por demostrar un compromiso con el desarrollo de la infancia y la juventud, esta emisora obtuvo en 1998 el Premio Monseñor Pellín y el Premio Rafael Angel García. Adicionalmente, por su corte comunicacional, TV Guayana fue elegida como finalista en el Premio EMMY Internacional, entre más de 2 mil emisoras y televisoras de 35 países, junto con TV Cultura de Brasil y YTV de Canadá, ambas subsidiadas por sus respectivos

gobiernos. Ha sido la primera vez en la historia de la televisión venezolana que un canal de Venezuela es proclamado finalista para el EMMY, el premio de más alto prestigio de la televisión mundial. TV Guayana se sintoniza en la región de Guayana, sur de Anzoátegui, Monagas y Delta Amacuro (TV Guayana, 1999)

Paralelo a este desarrollo, con la propiedad de cuatro emisoras de radio y la oportunidad de encadenarlas, Natera Febres materializó en 1998 un nuevo espacio informativo, conocido hoy como *Noticiero CNS* (Circuito Norte Sur) para atender a los radioescuchas del estado Bolívar y parte del Oriente del país. Transmitido de lunes a viernes, por espacio de media hora, de 6 a 6:30 pm, este programa radial se escucha en Ciudad Bolívar (Candela 101.5 FM), Ciudad Guayana (Alegre 101.5 FM) y Guayana y Oriente (Pentagrama 107.3 FM y Sur 700 AM). *Noticiero CNS* contiene informaciones regionales, nacionales e internacionales en las áreas de política, economía y cultura, principalmente. (P. Carreño, comunicación personal, 21 de abril de 1999).

Por historia, el desarrollo informativo de estos medios de comunicación, y sus respectivos programas de noticias, ha sido autónomo e independiente, lo que ha permitido que muchos de los acontecimientos, hechos e informaciones regionales sean reportados con el mismo contenido en los espacios del *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y/o *Noticiero CNS*, resultando en más de una ocasión la presentación de la misma versión informativa, con distinto sentido de jerarquización en el orden de su presentación. En este aspecto, informaciones que son prioritarias para un medio dejan de serlo para otro.

Sin embargo, para la fecha de esta investigación se conoce del trabajo que realizan periodistas para más de un medio de comunicación del grupo. En el *Correo del Caroní* hay una periodista que reporta simultáneamente para el *Noticiero CNS*; en *TV Noticias* hay también cuatro periodistas (dos de Puerto Ordaz, y dos de Ciudad Bolívar) que colaboran con el *Noticiero CNS*, lo que significa que este programa informativo de media hora se realiza con el apoyo del recurso interno de las otras dos empresas, lo que es un indicativo de una estructura para canalizar lo que propone este aporte académico. La pregunta es ¿si la Sinergia Informativa se puede lograr solo con una estructura que carece de coordinación sistémica?

*Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS* son tres organizaciones que difieren en el uso de sus tecnologías y se asemejan en su función informativa. Aunque cada una tiene una estructura y concepción distinta de funcionamiento, las tres disponen del potencial de informar sobre los mismos hechos regionales. Lo que se extraña es la ausencia de un trabajo de cooperación interna entre los tres medios en el tratamiento periodístico de los hechos, comenzando en su sentido de valoración y jerarquización de las noticias.

Ante la posibilidad de diseñar una red formal de comunicación en un escenario de funcionamiento sistémico de los medios informativos (*Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS*), en la cobertura periodística de hechos noticiables, se plantean las siguientes interrogantes del problema a investigar.

¿Actualmente existe Sinergia Informativa en la divulgación de noticias en relación con los tres medios del grupo? ¿Las versiones de cada medio en torno a una misma noticia son actualizadas o repetidas? ¿Se complementan o redundan?

¿Es posible establecer una relación comunicacional entre los tres medios regionales de comunicación social en la gestión informativa de cada uno, respetando su dinámica de producción sin unificar sus contenidos?

¿Se están utilizando los recursos humanos y materiales de los tres medios de comunicación (*Correo del Caroní, TV Noticias y Noticiero CNS*) del modo más efectivo para lograr que un mismo hecho noticioso sea reportado en relación con la última novedad o versión de su desarrollo?

¿Qué tipo de recursos, mecanismos o procedimientos requerirían los tres medios de comunicación para que un mismo hecho noticiable regional de alto impacto tuviera la cobertura más completa durante su desarrollo?

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Diseñar una red de comunicación formal entre coordinadores y periodistas de tres medios de comunicación social (prensa, radio y TV) en la cobertura y divulgación de hechos noticiables.

### **ESPECÍFICOS**

1. Identificar, de acuerdo con su función, a los coordinadores y reporteros que serían seleccionados para informar o indagar un determinado hecho noticioso antes y después de su publicación, sea en prensa, radio o televisión.
2. Determinar los medios (teléfono, fax, correo electrónico, cara a cara) que los coordinadores y reporteros de cada medio de comunicación preferirían utilizar para comunicarse con los coordinadores y reporteros de los demás medios de comunicación social en la cobertura y divulgación de un mismo hecho noticioso.
3. Determinar la frecuencia de contactos comunicativos que los coordinadores y reporteros de cada medio de comunicación mantendrían con los coordinadores y reporteros de los demás medios de comunicación social, en la cobertura periodística de un mismo hecho noticioso.
4. Determinar los tipos de noticias que contextualizaría la comunicación entre coordinadores y reporteros en la red de comunicación formal a desarrollar.
5. Establecer los procedimientos de cobertura de un hecho noticiable en relación con: a) el número de reporteros de los tres medios de comunicación asignados; b) las fuentes consultadas; y, c) los mecanismos de comunicación entre

- coordinadores y reporteros para compartir la información, luego de su cobertura.
6. Determinar los beneficios que obtendrían los coordinadores y reporteros al trabajar en equipo para informar en los tres medios de comunicación las noticias regionales y sus naturales consecuencias.

## **IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN**

Esta investigación se preparó para la consideración del doctor David Natera Febres, director del *Correo del Caroní* y las emisoras de radio del *Circuito Norte Sur*, y presidente de *TV Guayana*, como parte de una oferta de cooperación académica, en víspera del funcionamiento de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello en Puerto Ordaz (UCAB-Guayana).

La razón por la que se realiza esta investigación obedece a una inquietud organizacional: visualizar el funcionamiento sistémico de tres empresas, que pertenecen a un mismo propietario, las cuales cumplen una misión informativa y tienen la oportunidad de potencializar el periodismo regional de Guayana a través de la conciencia del desarrollo de equipos de trabajo de alto desempeño entre los coordinadores y reporteros del *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS* en la cobertura periodística de un mismo hecho noticioso. La visión es concebir una organización constituida por tres partes, las cuales están estrechamente relacionadas en el proceso de producción informativa y en el protagonismo que tiene cada medio de comunicación social en el contexto y duración de su circulación o

transmisión de las informaciones y acontecimientos que interesan a los habitantes de la región.

Algunos de los beneficios que se proponen con esta investigación:

1.- Los periodistas que trabajan en cualquiera de las tres organizaciones tendrían mayores posibilidades de participación, comunicación, intercambio y desarrollo profesional en los medios de comunicación del grupo.

2.- La concepción sistémica de una organización constituida por tres partes facilitaría un uso más efectivo de sus recursos humanos y materiales en la cobertura periodística de un mismo hecho informativo.

3.- La función de dirección y coordinación se apoyaría en la gestión de un solo equipo de trabajo, con lo que garantizaría una información más completa al considerar el alcance informativo de todos los medios y reporteros.

4.- Los habitantes de Guayana tendrían la oportunidad de recibir información más actualizada o versiones más recientes sobre los hechos regionales más importantes de la región al leer el *Correo del Caroní*, ver *TV Noticias* o al escuchar *Noticiero CNS* durante el día.

Considerando los beneficios que se desprenderían de esta propuesta, vale preguntarse: ¿Es necesario establecer una red de comunicación formal entre los reporteros y sus respectivos superiores, incluyendo a los homólogos de fuentes informativas en las otras empresas del grupo?

# CAPÍTULO II

## MARCO TEÓRICO

### COMUNICACIÓN EN RED

Una red puede definirse como un aparejo de mallas para pescar, como un conjunto de nodos conectados entre sí o un conjunto de personas organizadas para un mismo fin, entre otras acepciones (Color, 1998). Sin embargo, cuando se combina esta palabra con el concepto de comunicación, red de comunicación, el planteamiento es distinto: “interacción entre los individuos, bien como una consecuencia de la accesibilidad de un canal de comunicación, o a causa de la libertad percibida para utilizar los canales disponibles” (Fernández, 2001, p. 73).

Históricamente Claude Henri de Saint-Simon representa el advenimiento del pensamiento “organismo-red” al concebir la sociedad como un sistema orgánico, un entramado o tejido de redes, en la realidad industrial en la Europa percibida en ese siglo (Mattelart, 1995). Le siguió Herbert Spencer, quien hace avanzar la comunicación como sistema orgánico. “Una sociedad.-organismo cada vez más coherente e integrada, donde las funciones son cada vez más definidas y las partes cada vez más interdependientes. [...] Se comparan las noticias con descargas nerviosas que comunican un movimiento de un habitante de una ciudad al de otra”. (Matterlard, 1995, p. 16).

Años más tarde le correspondió al biólogo Ludwig von Bertalanffy conceptualizar la Teoría General de los Sistemas (TGS), una terminología general que describe características, funciones y comportamientos sistémicos, en un intento por facilitar la comprensión de su principio clave: la noción de la totalidad orgánica, estudiado en las ciencias naturales a través de los seres vivos, y trasladado luego, por otros autores, al campo de las ciencias sociales (<http://www.sanloz.cjb.net>, 1999).

Rivadeneira (1988) parte de la hipótesis de que los objetos están relacionados entre sí, en complejas redes de interrelaciones recíprocas. Para ello se apoya en la afirmación de Wittgenstein, quien sostiene que el mundo es la totalidad de los hechos, no de las cosas. Al respecto, Rivadeneira (1988) sostiene que un sistema como totalidad, o las partes que lo integran como subsistemas o sistemas propios (considerados individualmente), son objetos cuya existencia (temporal o espacial) se debe a la realidad de un ambiente o entorno donde se producen los fenómenos de función y relación. En este aspecto, considerando el objeto de este estudio, el sistema como totalidad serán los tres medios de comunicación social, integrado por tres subsistemas o sistemas propios como las empresas *Correo del Caroní*, *TV Guayana* y *el Circuito Norte Sur*, desarrollados en un mismo entorno.

Si se afirma, según la hipótesis de Rivadeneira, que los objetos del sistema están relacionados entre sí en complejas redes de interrelación recíproca, podría establecerse que en un sistema organizacional conformado por personas las partes estarán vinculadas a través de la comunicación como acto inherente al hombre, en cuyo proceso deberá prevalecer la norma de reciprocidad. Gouldner en 1960) establece que "quien proporcione información puede, justificadamente, esperar que

la otra parte se la devuelva en la misma cantidad y en un nivel de intimidad comparable" (citado por Fernández y Gordon, 1988, p. 51)

Sobre este aspecto Katz y Kahn (1977) destacan que la comunicación (intercambio de información y transmisión de significados), es en esencia un sistema social y de organización. El insumo de energía humana es posible solo a través de actos de comunicación. De modo similar, "la transformación de energía (la realización del trabajo) depende de la comunicación entre la gente, de cada subsistema organizacional y de la comunicación entre subsistemas" (p. 249).

El aporte de la TGS marcó pauta en la dirección de la investigación en la comunicación organizacional. Durante la década de 1950 se definieron tres direcciones conceptuales: redes de comunicación, clima organizacional y retroalimentación interpersonal. Para efectos de este estudio, por obvia razón, interesa la primera orientación.

"Una de las más importantes líneas de investigación que destacaron durante este período estuvo representada por los pequeños grupos de estudio de redes organizacionales cuyos descubrimientos indicaban que: a) los grupos que no tenían una estructura predeterminada generalmente formaban redes de comunicación en respuesta al tipo de trabajo que realizaban; b) los miembros de redes descentralizadas tendían a sentirse más satisfechos que los miembros de las redes muy centralizadas; c) las redes centralizadas no eran tan flexibles o adaptables como las descentralizadas; d) surgían más líderes entre quienes ocupaban posiciones centralizadas en el grupo que entre quienes ocupaban posiciones periféricas" (Fernández, 2001, p. 105)

Según Gordon (1997), las redes de comunicación representan los patrones de comunicación formal ("impuesta por una autoridad externa", Fernández, 2001, p. 73) e informal ("derivada del proceso de interacción del grupo", Fernández, 2001, p. 73) a lo largo y ancho de una organización. "Una red de comunicación describe las

interacciones relativamente permanentes de los roles dentro de los grupos. Estos arreglos reflejan el carácter de la comunicación entre quienes desempeñan los roles y pueden contribuir a la unión del grupo" (Gordon, 1997, p. 175).

Al diferenciar la organización en subsistemas, Gordon identifica la red de camarilla, referida a un grupo de personas o departamentos que se comunican entre sí; y la red personal, determinada por las personas específicas con quienes tienen una comunicación regular.

Como lo muestra Gordon (1997), existen cinco patrones de comunicación o redes que se han estudiado de acuerdo con la **velocidad** (intercambio de información, solución de problemas), la **precisión** (cantidad, frecuencia y tipos de errores que se cometen), la **saturation** (cantidad de información que se pasa a los segmentos de la red) y la **satisfacción** general de los miembros (liderazgo compartido y decisiones descentralizadas). Gráficamente:

### Cuadro 1

CINCO TIPOS DE REDES DE COMUNICACIÓN ESTUDIADAS DE ACUERDO CON LA VELOCIDAD, PRECISIÓN Y SATURACIÓN DE LA INFORMACIÓN, ASÍ COMO LA SATISFACCIÓN Y EL LIDERAZGO DE SUS PARTICIPANTES

	TIMÓN	Y	CADENA	CÍRCULO	TOTALMENTE CONECTADO
VELOCIDAD	MUCHA	POCA	POCA	POCA	MUCHA-POCA
PRECISIÓN	MUCHA	BASTANTE	BASTANTE	POCA	MUCHA
SATURACIÓN	POCA	POCA	MODERADA	MUCHA	MUCHA
SATISFACCIÓN	POCA	POCA	POCA	MUCHA	MUCHA
LIDERAZGO	SÍ	SÍ	SÍ	NO	NO
CENTRALIZACIÓN	SÍ	SÍ	MODERADA	NO	NO

Fuente: Basado en A. Bavelas, "Communication patterns in task-oriented groups", *Journal of Acoustical Society of America* 22 (1950): 725-730. En Gordon, 1997, p. 176.

Argumenta Gordon (1997) que la red en forma de Timón consta de una sola persona que se comunica con todos los demás miembros del grupo de trabajo.

La red en forma de Y (sobre todo invertida) y la red en forma de Cadena se parecen a la cadena de mando de un grupo. La comunicación fluye hacia arriba y hacia abajo por toda la jerarquía, con pocos saltos de niveles o poca comunicación fuera de la jerarquía.

El Círculo se parece a la Cadena, salvo que los extremos de comunicación se juntan.

En la red Totalmente Conectada, todos los miembros del grupo se comunican regularmente con los demás (Gordon, 1997).

Al respecto, Katz y Kahn (1977) consideran que la comunicación es un proceso social de suma importancia para el funcionamiento de cualquier grupo, organización o sociedad; es posible resumir en ella formas de interacción grupal como son: influencia, cooperación, contagio o imitación social y liderazgo.

Sin embargo, Katz y Kahn (1977), aclaran que el hecho de que los procesos de información sean importantes para el funcionamiento organizacional, no significa que haya una relación sencilla entre el grado de comunicación y la efectividad organizacional. Es necesario limitar la defensa de la comunicación como el desiderato de las necesidades de la organización, respecto al tipo de información requerida para resolver un problema dado y a la naturaleza del proceso de comunicación entre individuos, grupos y subsistemas de la organización. "De hecho, puede definirse a los sistemas sociales como redes de comunicación limitados, ya que una comunicación ilimitada produce ruido y resulta ineficaz" (p. 286).

Sobre este punto, Kreinter y Kinick (1996) señalan que el principio de unidad de mando establece que cada empleado debe informar a un solo superior. De lo contrario, siguiendo este razonamiento, prevalecería la ineficiencia si el empleado recibiera órdenes posiblemente conflictivas de varios superiores, con lo que no habría lugar para la responsabilidad personal. Este es un aspecto que habrá de considerarse en el diseño de una red de comunicación formal, más aún por la responsabilidad de ser preciso en la información que se utilizará con fines periodísticos, con lo que nos referimos al concepto de comunicación eficiente: "que el mensaje se transmita en forma efectiva y que suceda algo a consecuencia a él" (Bland y Jackson: 1992, p. 2).

### **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO SISTEMAS ABIERTOS**

Una clara definición de organización se obtiene de Katz y Kahn (1977), quienes definen a las organizaciones humanas como sistemas de información. La información es importante por lo que implica, propicia o controla. En general, "cuanto más cerca se llega al centro de control organizacional y de la toma de decisiones, más hincapié se hace en el intercambio y transmisión de información" (p. 286).

Como se ha establecido, un sistema social abierto trabaja con insumos del ambiente (*input*) para generar un resultado como retorno (*output*). En este sentido, los insumos energéticos son las materias primas y el trabajo; y el resultado: las actividades diseñadas de la producción, la transformación de la energía y el producto terminado (Katz y Kahn, 1977).

Al aplicar estos conceptos al funcionamiento de un medio de comunicación social se infiere que los insumos, para generar un resultado (de producción), estarán representados por las informaciones, datos, cifras, fotos e imágenes que obtienen los periodistas, reporteros gráficos y camarógrafos a través de las consultas a las fuentes informativas de las ruedas de prensa, suceso, declaraciones, entrevistas, entre otros. El resultado como retorno serán las noticias en los periódicos o en los noticieros radiales o audiovisuales que circulen o se transmitan, respectivamente, en su horario regular.

Al establecer que una organización es un sistema abierto por su relación con el entorno, los medios de comunicación social, por analogía y naturaleza, constituyen un sistema abierto. Justamente porque el resultado productivo (la nota para el lector, la información para los televidentes y radioescuchas) es obtenido del ambiente, es elaborado para un público externo que se interrelaciona con el resultado productivo de cada medio de comunicación social (*Correo del Caroní, TV Noticias y Noticiero CNS*).

Según Rivadeneira (1988), el periodismo impreso es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas o sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico.

Para este autor, el periódico (al igual que la radio y la televisión) asume la calidad de elementos básicos del sistema a través de las áreas de Redacción, Administración y Talleres, y en cuanto a los insumos de entradas señala los *inputs* funcionales: Hechos noticiables que proceden de fuentes informativas; anuncios comerciales e

ideológicos; elementos informativos de entretenimiento, educación y opinión; elementos humanos para la redacción, administración y talleres; materiales, maquinarias y repuestos; conocimientos tecnológicos y científicos; normatividad del sistema sociopolítico-económico en el que se desenvuelve; e influencias políticas y religiosas.

### **RESULTADO META: LA NOTICIA**

Justamente por ser el hecho noticiable el insumo principal de entrada en el sistema de una organización informativa, a continuación se explica la diferencia que existe entre una noticia y un hecho noticiable. La noticia, en su función informadora, está definida como "el hecho verdadero (comprobable) actual o inédito, de interés general, y que unos expertos calificados comunican a un número considerable de personas a través de los llamados medios de comunicación de masa" (Martínez, 1989, p. 64).

Sin embargo, hay una diferencia entre lo que se conoce como hecho noticiable y noticia. La diferencia es que si el hecho noticiable aparece en un medio de comunicación social se convierte en noticia. Para Alcalá (1980), un hecho noticiable tiene características y condiciones internas que le son inherentes: actualidad, veracidad, novedad e interés social (es decir, una noticia antes de su divulgación en los medios). "Estas tres últimas características no siempre se captan en un primer intento y sólo se encuentra o se descubren con la investigación" (p. 58) Y aquí hay

posibilidades de pensar en un equipo de periodistas (dos o más personas) en un trabajo de indagación en el seguimiento de un hecho noticiable hasta su divulgación en los medios.

Para Fontcuberta (1993), el principal objetivo del periodismo sigue siendo el de informar, y la pieza fundamental de la información sigue siendo la noticia. “Pero una noticia no empieza en el momento de su redacción. La noticia es un auténtico síntoma social y el análisis de su producción arroja muchas pistas sobre el mundo que nos rodea” (p 12). En un sentido más amplio, Rivadeneira (1988) considera que los objetivos de la “ciencia periodística” son la noticia, la opinión pública, los medios masivos, las fuentes de información, la ética periodística, la objetividad y subjetividad en la elaboración de mensajes, los efectos de las informaciones sobre el receptor, la libertad de prensa, entre otros aspectos.

Por ser la noticia parte de un mundo dinámico de acontecimientos y oportunidades, importará la valoración que se les dé a las informaciones, dependiendo de su contexto y trascendencia. En este sentido, Roglán y Equiza (1996) consideran que la valoración que se le puede dar a una información, idea o hecho noticiable, estará determinada por el impacto, la oportunidad, la preeminencia, la proximidad, el conflicto, la rareza y la aceptación general de esa información. Sin embargo, hay otro aspecto en la valoración de la noticia que tiene relación directa con los profesionales de la información, y es un punto de atención para este estudio, “que dos periodistas ante un mismo hecho tienen apreciaciones distintas desde el punto de vista profesional y encuadrado dentro de la objetividad posible porque cada uno de ellos puede considerar como más noticiable un aspecto diferente, lo cual

puede ocurrir a causa de los criterios imperantes, según sea la capacidad, la especialidad o la cultura del periodista" (Alcalá, 1980, p.72).

Otro aspecto para valorar la noticia, según Foncuberta (1993), es la proximidad, sea geográfica, social, o incluso psicológica, determinante para elegir y valorar una noticia. Para ella tiene tanto atractivo conocer lo que ha sucedido en el barrio como lo acaecido a un determinado grupo social al que nos sentimos vinculados, aunque se haya producido a miles de kilómetros. "Importan las noticias de compatriotas desaparecidos en un accidente lejano, o de violaciones de los derechos de personas, en razón de su etnia o sexo a lo largo y ancho del planeta, si coinciden con los nuestros" (p. 45).

Sin embargo, para Tucumán (citado por Martínez, 1989) "siempre es un periodista (por sí mismo o por decisión en equipo) el que utiliza su instinto para decidir si un acontecimiento reviste el suficiente interés general como para merecer los honores de convertirse en noticia para la comunidad" (p. 156). Al respecto se pregunta Alcalá (1980) cuál de las dos etapas que anteceden a la publicación de la noticia es más exigente: si la de la investigación o comprobación de los hechos o, de la valoración de los aspectos noticiosos, "en un proceso que a veces no concluye con la publicación de la noticia porque muchas veces esta versión escrita que puede morir al publicarse, da nacimiento a otra noticia y, no menos repetido han sido las veces en que un solo aspecto de una noticia ha servido para, en un interminable suspenso, dar origen a otras muy interesantes a la colectividad" (p. 72). Otro punto a favor de la Sinergia Informativa que pueden asumir periodistas de los otros medios de grupo.

En cuanto a la valoración, Fontcuberta destaca que la construcción de un temario (un tema en la opinión pública puesto por los medios de comunicación) muestra la valoración que cada medio efectúa de todos los acontecimientos de la realidad y la intención de transmitir al público ese orden de importancia para que lo haga suyo. “No se trata de que el público piense igual que el medio, sino que hable, tenga opinión y dé importancia a los mismos temas y con la misma intensidad que el medio” (p. 41).

Sostiene Fontcuberta (1993), que a pesar de que cada día suceden cientos de noticias, la mayoría de los medios de un mismo lugar suelen coincidir en dar relevancia a las mismas noticias. “La razón se debe a que existe un código no escrito que comparten la mayoría de los periodistas, compuesto a la vez por una percepción semejante de la realidad, y por un tipo de idénticas rutinas profesionales: trabajan del mismo modo, acuden a los mismos actos, reciben las mismas informaciones” (p. 57). Esto es justamente uno de los riesgos que podría promover la Sinergia Informativa para los tres medios en estudio: otorgar la misma relevancia informativa, que los tres medios abran con la misma información y tiendan a homogeneizar el contenido. Sin embargo, la manera de evitarlo será con el trabajo de investigación, y que en el entendido de Fontcuberta (p. 57) se referirá a la intervención de dos factores: la selección de fuentes informativas y la elección de los aspectos formales de la información” (p. 57).

En cuanto a las fuentes informativas, Borrat (1989, citado por Fontcuberta, 1993) señala que cuanto mayor sea la cantidad, la calidad y la diversidad de las informaciones que comunica y de las fuentes que cita, tanto mayor será su

creatividad y, por tanto, su influencia. “La potencia informativa del periódico se pone de manifiesto entonces en el número, la calidad y el pluralismo de sus fuentes de información” (p. 54) Aquí hay otro aspecto a favor de la Sinergia Informativa que es la pluralidad de las fuentes consultadas, el cual debe ser un requisito: cada medio debe presentar, por lo menos, 2 fuentes distintas de información en su reporte. Una fuente de información o de noticia es la “persona, organización, organismo, entidad o institución que suministra la información o la noticia, o por lo menos, los datos básicos para el trabajo periodístico” (Tellería, 1986, p. 144).

“Para una publicación periodística lo ideal es trabajar con materiales novedosos, inéditos, pero en la práctica ocurre frecuentemente que hay que apelar a materiales ya publicados o conocidos, divulgados por nosotros o por otros” (Tellería, 1986, p. 246). En este sentido, Borrego (citado por Tellería, 1986) plantea que un buen refrito, por bueno que sea, nunca iguala a la noticia nueva, la que ofrece algo novedoso, ya sea un dato no publicado o un aspecto poco explorado. “Lo novedoso no suele estar muchas veces a ras del hecho y exige también esfuerzo profesional para encontrarlo y cuando se haya aquella novedad, interesante, entonces ese atributo es lo esencialmente noticioso” (Alcalá, 1980, p. 58)

La atención de esta investigación está dirigida a la calidad de la información y no a la cantidad de las informaciones publicadas en las tres empresas periodísticas del grupo; es lograr centrar los esfuerzos en la noticia o tema central durante la cobertura y su divulgación, no la de producir más información de la que se presenta, con lo que se apunta a mejorar más la calidad que la cantidad del contenido informativo.

Aún cuando hay elementos comunes en los tres medios (procesos, uso de recursos), también existen aspectos que diferencian cada subsistema abierto que integran la totalidad del sistema identificado como una corporación multimedia.

1.- En cuanto a la información, la prensa entrega su contenido de una sola vez; en la radio o en la televisión el receptor depende de una hora concreta para recibir la información.

2.- En relación con la lectura, en un diario se permite el **hojeo**, facilitándole al lector centrarse en aquello que más le interesa. En televisión y radio la lectura es secuencial.

3.- Los recursos narrativos son diferentes: Textos y fotografías para la prensa; sonido e imagen para la televisión; y sonido y silencio para la radio.

4.- La acción de la audiencia en su proceso de decodificación del mensaje es distinto. En la prensa lee, en la TV ve y escucha, y en la radio sólo escucha.

Sin embargo, aún cuando los *media*, desde la óptica periodística, tienen una misma finalidad (informar), cada uno destaca por su fortaleza. “La especificidad de la prensa, su propio estatuto y la función que le es propia, no pueden ser sustituidas en ningún caso por la televisión, sino más bien al contrario, el desarrollo de la televisión sirve a la prensa” (Miguel de Bustos, 1993, p. 224), en tanto que aquella “engrandece los enigmas a los cuales es asignada la prensa responder” (Desbarats, 1987, citado en Miguel de Bustos, 1993, p. 224).

En otras palabras, “cuando ocurre un suceso cubierto por todos los medios, la radio y la televisión dominan como fuente primaria de información, y los medios impresos desempeñan un papel que en medida es complementario” (Greenberg,

citado en Fernández y Dahnke, 1998, p. 159). En relación con la efectividad de los medios audiovisuales (satisfacción y necesidades de los radioescuchas y televidentes), este autor sostiene que cuando la radio y la televisión deciden concentrar sus baterías para seguir mientras ocurre, “es posible vaticinar que el 90 por ciento del público se encontrará informado en el lapso de una hora”. (p. 159). Sin embargo, señala que una de las primeras acciones que llevan a cabo las prensas cuando reciben una información de los medios es “intentar verificar la noticia recurriendo a otro canal de televisión o a otra estación de radio para tratar de encontrar información adicional” (p. 159). Si esta es la tendencia natural del público informado, entonces tiene sentido considerar la dinámica informativa de los tres medios de comunicación presentados en esta tesis con la certeza de contribuir con la velocidad de difusión, la verificación de la información y la información adicional del hecho ocurrido o en desarrollo a través de los reportes periodísticos de cada medio.

En este sentido, en palabras de Alcalá (1980):

“Lo obligante, periodísticamente hablando, es que el medio que publique esa noticia deba buscar un nuevo ángulo noticioso – la mayoría de las veces se hace así para actualizarla - a fin de darle el tratamiento que despierte interés en la colectividad. Por cierto, esta es una obligación que a diario debería cumplir los medios impresos para publicar noticias ya difundidas en los medios auditivos y audiovisuales porque resulta absurdo para el entendido y hasta para el lector común recibir en un periódico una versión noticiosa de un hecho cuyas características y detalles interesantes oímos un día antes por radio o vimos en la televisión [...] es tiempo ya que el diarismo venezolano se trace como conducta periodística el buscar nuevos ángulos noticiosos de un hecho para presentado al día siguiente de haber sido dado a conocer a través de los medios audiovisuales. Esto lo entendemos como un problema de dedicación profesional y editorial en aras de una mejor calidad periodística”. (p. 77)

Y si por cuenta de la historia se tejen otras diferencias, Miguel de Bustos (1993) señala que la prensa es poco susceptible de modificación, "porque al término de una evolución de más de quinientos años ha adquirido una forma definitiva y ha creado hábitos de lectura casi inmutables, los productos audiovisuales, con alrededor 70 años la radio y 40 años la televisión, están en continua mutación y no han alcanzado ni su plenitud ni su estabilidad" (p. 224).

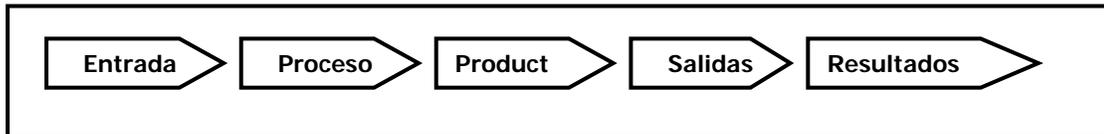
Desde que el periodista asume su pauta de trabajo suceden otros procesos que enriquecen el resultado. En palabras de Alcalá (1980):

"Nos interesa la génesis de la noticia, la creación de tan fundamental género periodístico, visto desde un punto de vista estrictamente periodístico también y con la carga humanística que le aporta el profesional que, aunque siendo miembros de una colectividad por la propia necesidad de convivencia social, se sale de ésta en los continuos y fascinantes momentos de su ejercicio profesional para evaluar lo que de interés colectivo tenga un hecho que le ha causado asombro en su capacidad cognoscitiva y para verificarlo y darlo a esa colectividad en una versión escrita en que deban aparecer sistematizados los aspectos interesantes de ese hecho" (p. 57).

### **LO QUE ES Y LO QUE DEBERÍA SER**

Un medio de comunicación social es una organización o empresa constituida, como cualquier otra, por diferentes partes y recursos en el contexto de una sociedad en la cual existe. Según Kaufman (1991) "las organizaciones existen para producir resultados sociales útiles", (p. 41), y bajo esta óptica concibe a la organización como un mundo interno que se le debe a un mundo externo (impacto en la sociedad). En este sentido, Kaufman propone un tipo de estructura que denomina "Modelo de Elementos Organizacionales (MEO)", (p. 42), el cual se explica como propuesta

teórica, y cuyas definiciones se adoptarán para presentar y analizar los datos obtenidos en la dinámica del Grupo Focal, metodología de recolección de datos explicada en el Capítulo III de esta tesis.



Fuente: En Kaufman (1991), p. 42.

### **Gráfico 1**

#### MODELO DE ELEMENTOS ORGANIZACIONALES (MEO)

Estos elementos constituyen un estándar en cualquier organización que se interese por su planificación, incluyendo a las empresas informativas.

**1.- ENTRADAS:** Referidas a las condiciones y los recursos de que dispone la organización para introducirlos al sistema "Son los ingredientes en existencia y disponibles, tales como materias primas, recursos, personal, reglamentaciones, normas, metas y objetivos, tiempo dinero y leyes" (p. 42) En el caso de los medios de comunicación y programas informativos (*Correo del Caroní, TV Noticias, Noticiero CNS*), en la cobertura y divulgación de las noticias, se referirá, para efectos de este estudio, a:

1.1.- Materias primas: hechos noticiables por cubrir y divulgar.

1.2.- Recursos: Grabadores, cámaras, libretas, celulares, teléfonos, correo electrónico, radio, transporte, oficinas, computadoras, entre otros

1.3.- Personal: Coordinadores y periodistas. Para efectos de esta investigación no se consideran ni a los fotógrafos, camarógrafos, editores, diseñadores, ya que sus

funciones surgen como consecuencia de la labor informativa del periodista, sujeto de atención en este estudio.

**2.- PROCESOS:** “Son los métodos de ejecución y administración de los recursos e ingredientes, procedimientos para hacer las cosas, conductas y técnicas que utilizan las personas” (p. 42) Específicamente las actividades que realizan los coordinadores y periodistas para realizar su trabajo informativo. “La mayor parte de los esfuerzos organizacionales se vuelcan al área de procesos. Al observar el proceso de producción informativa en cada medio, se identifica el siguiente procedimiento:

2.1.- Coordinador y/o periodista identifica el **insumo de información** (datos, novedad informativa, anuncio de un suceso, invitación de una rueda de prensa, entre otros).

2.2.- El periodista recibe de su coordinador o colega, o propone al coordinador la **pauta de su trabajo** para elaborar su informe de la información preliminar recibida.

2.3.- El periodista **consulta las fuentes informativas** pertinentes con el desarrollo y consecuencia del hecho para su verificación y divulgación.

**3.- PRODUCTOS:** “El resultado básico y primordial de una organización antes de llegar al consumidor” (p. 42). En este sentido el periodista elabora su reporte escrito o en audio, según sea el formato del medio: prensa, radio o televisión; y lo presenta a su coordinador inmediato para su conocimiento y publicación. En el área de Redacción del medio de comunicación se jerarquiza la noticia, según los criterios de valoración en comparación con el resto de las informaciones recibidas.

**4.- SALIDAS:** “Producto de una compañía que puede ser entregado al consumidor (p. 43) [...] Implica la sumatoria de todos los productos internos listos para ser entregados al consumidor. Es también el resultado *interno*, ya que todavía no se conoce su impacto en la sociedad” (p. 44) . El medio de comunicación prepara la edición para su salida: diagrama e imprime los ejemplares del *Correo del Caroní*; edita los sonidos e imágenes de *TV Noticias*, graba y produce el *Noticiero CNS*, y los coloca a la disposición de la sociedad: ediciones diarias del *Correo del Caroní* de venta en los kioscos de la ciudad desde el 6 am; transmisión de las ediciones, de lunes a sábado, de *TV Noticias* al 12:30 pm y el 8 pm; transmisión de la edición del día, de lunes a viernes, del *Noticiero CNS*, el 6 pm.

**5.- RESULTADOS FINALES:** Se trata del efecto (positivo o negativo) que produce la organización en el entorno y la comunidad. “Es el resultado *externo* que incluye el marco de referencia de la sociedad y por lo tanto permite formular juicios sobre su utilidad, valor, beneficio y demanda de la sociedad” (p. 44). En otras palabras se trata del interés social que tiene la noticia como elemento inherente a ella. Si se observa, el resultado final de cada medio estará representado por el grado de satisfacción informativa que genera entre lectores, televidentes y radioescuchas.

El MEO separa los Medios (entradas y procesos) de los fines (producto, salidas y resultados finales). “En el fondo, el punto de vista de la sociedad es que las organizaciones son los medios de la sociedad para lograr fines útiles” (p. 41).

Uno de los aportes del Modelo de los Elementos Organizacionales de Kaufman (1991), adoptado para este estudio, es facilitar la precisión de la situación A presente (Lo que es) para formular una situación B (Lo que debería ser). En otras palabras, se

trata de la Determinación de Necesidades de la organización. “Para definir las necesidades es preciso determinar primero las diferencias en los resultados finales y sucesivamente las de las salidas, los productos, los procesos y las entradas. Es necesario seguir este patrón (inverso) ya que la necesidad es una diferencia en los resultados, y no una diferencia en los recursos o procesos” (p. 79). Aquí se observa, al analizar las salidas de cada medio de comunicación social previstos en esta investigación, que si se pretenden que las versiones informativas del mismo hecho noticioso sean más actualizadas (con nuevos ángulos y nuevas fuentes) que redundantes (versiones iguales o las mismas fuentes) entre los reportes correspondientes de cada medio. En este sentido, tal y como lo expresa Kaufman (1991), la necesidad debe localizarse en el resultado final o, en su defecto, en la salida, no en el proceso como tal, muy particular en cada medio de comunicación, ni en los recursos (la idea no es emplear a más periodistas ni redoblarle el trabajo). El asunto es pasar de lo que es (versiones iguales) a lo que debería ser (versiones nuevas y actualizadas); y esto conlleva una atención en la comunicación entre las partes, de modo de hacer más efectivas las coberturas y divulgación de los hechos noticiables. Gráficamente la Determinación de Necesidades queda expresada así:

	ENTRADAS	PROCESO	PRODUCTO	SALIDA	RESULTADO
LO QUE ES	1	2	3	4	5
LO QUE DEBERÍA SER	10	9	8	7	6

Fuente: En Kaufman (1991), p.80.

## **Gráfico 2**

DETERMINACIÓN DE NECESIDADES ENTRE LO QUE ES Y LO QUE DEBERÍA SER

“La Determinación de Necesidades identifica y justifica las discrepancias (o diferencias) en los resultados. El MEO facilita un camino recto para determinar, recolectar y exhibir estas necesidades. Le proporciona igualmente una estructura que al mismo tiempo que abarca la totalidad de la organización, le permite realizar juicios individuales de cada uno de sus elementos” (Kaufman, p. 79).

Otra manera de apreciar estos escenarios es a través de una comparación preliminar observada hasta esta etapa de la investigación:

### **Cuadro 2**

#### DETERMINACIÓN DE NECESIDADES ENTRE LO QUE ES Y LO QUE DEBERÍA SER EN LOS TRES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

<b>LO QUE ES</b>	<b>LO QUE DEBERÍA SER</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tres grupos de periodistas separados en la cobertura de hechos noticiables.</li> <li>2. Tres medios de comunicación social que trabajan independientemente.</li> <li>3. Tres redes de comunicación centralizadas.</li> <li>4. Desempeño destacado de periodistas y coordinadores.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un equipo integrado de periodistas y coordinadores en la cobertura y divulgación de hechos noticiables.</li> <li>2. Tres empresas integradas bajo la óptica de una corporación de medios de comunicación social.</li> <li>3. Una red de comunicación formal centralizada y descentralizada.</li> <li>4. Un equipo de coordinadores y periodistas de alto desempeño, determinado por su selección, capacitación y recompensas.</li> </ol>

De acuerdo con un principio convenido entre autores y estudiosos de la organización (Chandler, 1962; Woodward, 1965; y Lawrence y Lorsch, 1967; citados en Nadler, Gerstein, Shaw y asociados, 1994) no existe una manera óptima de organizarse. “La forma final es el conjunto de la historia de la organización, la estrategia y las circunstancias externas” (p. 33)

Sin embargo, para precisar modos de organización que permitan comprender la propuesta de este estudio es necesario exponer algunas consideraciones sobre la organización como estructura, más que función o sinónimo de empresa, y aquí se retoma el concepto de red de comunicación planteado al principio de este marco teórico.

Bueno (1996) define la estructura organizativa de una empresa (que para Kaufman (1991) se ubicaría en la categoría "proceso") como "una red de comunicación o de relaciones o sistema de flujos entre un conjunto de unidades en las que se transmite información" (p. 131) Para ello identifica tres estructuras o redes de comunicación:

Una **funcional**, representada por las tareas, actividades y procesos diferentes para lograr los objetivos de la organización (comunicación entre iguales: coordinador-coordinador; periodista-periodista)

Una de **autoridad**, la que ordena un conjunto de niveles jerárquicos y permite actuar a las personas bajo unos criterios de responsabilidad y de control de las tareas (coordinador-periodista).

Una de **decisión**, por la que cada miembro, según su función y autoridad reconocida, y gracias a la información recibida, puede adoptar las decisiones más adecuadas, sean racionales o eficientes (el periodista en su labor).

De acuerdo con esta clasificación, una propuesta que destaca para el funcionamiento multimediático de los tres medios de comunicación, en cuanto a la Sinergia Informativa planteada, es una red más funcional y de autoridad que de decisión, considerando que la misión que hace común a los tres *media*, es la

elaboración y presentación de información. En relación con la estructura de autoridad, queda claro que el aspecto del problema abordado es un asunto de autoridad y de función y coordinación entre los homólogos, como un único equipo de trabajo de alto desempeño.

Bueno (1996) señala que la estructura de una organización no es más que una forma de ordenar un conjunto de relaciones entre los centros funcionales u operativos que llevan a cabo las tareas, actividades y procesos (funciones de la empresa), "bien para formalizar los flujos de autoridad, decisiones y los niveles jerárquicos en que éstas se ponen en práctica, o bien para lograr la adecuada comunicación y coordinación de la organización, para que los procesos o funciones desarrolladas respondan al plan común que se persigue" (p. 129).

Nadler y otros (1994) precisan que el modo en que una empresa organiza sus esfuerzos puede significar una ventaja competitiva, particularmente en épocas donde lo más importante es la flexibilidad, el poder de adaptación y el manejo de los cambios. Al respecto ya se vislumbran las formas de arquitecturas organizacionales que prevalecerán en el siglo XXI como los equipos de trabajo autónomos, los sistemas laborales de alto rendimiento, alianzas y *joint venture*, satélites, redes, organizaciones autodiseñadas y el trabajo en equipo a nivel directivo.

Al referirse a las redes, Nadler y otros (1994) las identifican como aquellas compañías que se tornan expertas en enfrentar una combinación de operaciones con un solo propietario, alianzas, empresas conjuntas, satélites o subsidiarias adquiridas.

En este pensamiento, Gerstein (citado en Nadler y otros, 1994) define que la organización en red va más allá de su estructura formal. "Tanto los bienes materiales

como los intelectuales están repartidos en múltiples sitios" (p. 62), sin embargo, "dentro de la organización en red los modelos de interacción (flujos de información, producto y personas) son dinámicos y se establecen por una necesidad más que por un plan estricto" (p. 62). En otras palabras: cada vez que es necesario se inicia un contacto directo entre individuos o grupos que deben trabajar juntos. No se emplea la jerarquía como forma principal de comunicación, coordinación o inicio de acciones. "El sistema de valores de la organización está caracterizado por la cooperación frente a la propiedad, la confianza frente al recelo, la autoridad del conocimiento frente a la posición, y el valor del aprendizaje frente a la expresión *aquí no se inventa nada*" (p. 63)

Gerstein (citado en Nadler y otros, 1994), además de destacar las virtudes de esta forma de organización también expresa una limitación: "La red sería una panacea si no resultase tan difícil crearla y mantenerla" (p. 64). Por eso destaca que su misma naturaleza hace que sea imposible planificarla desde un centro para luego extenderla. "La red debe ser cultivada. Eso suele llevar muchos años y sus posibilidades de éxitos dependen en gran medida de la gente que la integre, junto con una completa colección de relaciones interpersonales generadas a lo largo del tiempo". (p. 64)

### **TODOS PARA UNO Y UNO PARA TODOS**

El planteamiento principal de esta investigación es proponer el diseño de una red de comunicación formal entre los coordinadores y periodistas de las tres empresas de información *Correo del Caroní*, TV Guayana (*TV Noticias*) y emisoras de radio

(*Noticiero CMS*), con el propósito de funcionar como una sola empresa o sistema informativo. En este sentido, el concepto de trabajar como un único equipo, y de alto desempeño, es imprescindible para generar la Sinergia Informativa (resultado final).

Como lo plantea Robbins (1997), los equipos están siendo introducidos en todo el mundo como un medio para incrementar la productividad, la calidad y la satisfacción del empleado en el trabajo, por lo que "muchas organizaciones han reestructurado recientemente sus procesos de trabajo con base en equipos" (p. 294), y que no es la propuesta de esta tesis, ya que los procesos productivos de trabajo en cada medio siguen siendo los mismos. Lo que varía es el enfoque de divulgar la noticia. Se ha descubierto que los equipos son más flexibles y responden mejor a los eventos cambiantes que los departamentos tradicionales. "Los equipos tienen la capacidad de reunirse, desplegar esfuerzos, cambiar de enfoque y disgregarse rápidamente" (p. 308).

Al diferenciar el concepto de grupo de trabajo con el de equipo de trabajo, Robbins (1997) sostiene que estos últimos generan una sinergia positiva a través del esfuerzo coordinado. "Los esfuerzos individuales dan como resultado un nivel de desempeño mayor que la suma de las contribuciones individuales" (p. 294).

En este aspecto, Gordon (1997) señala que los grupos de trabajo efectivos se suelen formar porque existen metas e intereses en común. "Los equipos que se forman tan sólo debido a las necesidades en común, la proximidad física o incluso la similitud cultural tal vez no sean tan eficaces" (p. 171). Para efectos de esta investigación, la meta común será reportar el mismo hecho noticioso desde varias

perspectivas o fuentes durante su desarrollo y consecuencia a través del reporte oportuno de cada medio de comunicación social del grupo.

Para crear o desarrollar equipos de alto desempeño, o convertir a un grupo de trabajo común (empleados con áreas separadas de responsabilidad) en uno de estos equipos, son varios los aspectos que habría que considerar. Al respecto Robbins (1997) señala:

**1.- TAMAÑO:** Los mejores equipos de trabajo tienden a ser pequeños. “Cuando tienen más de 10 ó 12 miembros, les resulta difícil realizar una cantidad respetable de trabajo” (p. 311) En el caso que nos ocupa, para cubrir un mismo hecho noticioso lo apropiado será considerar estas cifras para el número de periodistas que trabajará con el mismo acontecimiento o en cada empresa bajo la supervisión de un coordinador. Difícilmente la cobertura tomaría a más de 10 personas. Por lo general la referencia estaría cubierta con un máximo de tres periodistas, uno por medio al registrar seis fuentes distintas, exigiendo mínimo 2 fuentes por periodista, en la sumatoria de esfuerzos.

**2.- CAPACIDADES DE LOS MIEMBROS:** Para que un equipo sea efectivo se requieren tres tipos de habilidades. Primero, se necesita gente con experiencia técnica (Es decir, que sean profesionales de la información, y todos los son). Segundo, “se necesita gente con habilidades de solución de problemas y de toma de decisiones requeridas para identificar los problemas, generar alternativas, evaluar esas alternativas y hacer las elecciones acertadas” (p. 312). Y por último, gente que escuche bien, con una buena retroalimentación, resolución de conflictos, entre otras habilidades personales. “La gerencia puede y debe asumir la responsabilidad de crear

la mezcla adecuada a través de la selección y de la capacitación en habilidades de equipo según se vaya necesitando” (p. 312). Para rendir bien como miembro de un equipo, Robbins (1997) sostiene que “los individuos deben ser capaces de comunicarse abiertamente y con honestidad, de confrontar las diferencias y resolver los conflictos y de sublimar las metas personales por el bien del equipo” (p. 315).

**3.- DISTRIBUCIÓN DE PAPELES:** Sobre este punto Robbins señala que los gerentes necesitan entender las fortalezas individuales que cada persona puede traer al equipo, seleccionar a los miembros con sus fortalezas en mente y distribuir tareas que se adapten a los estilos preferidos de los miembros. “Al emparejar las preferencias individuales con las demandas de papeles del equipo, los gerentes incrementan la posibilidad de que los miembros del equipo trabajen bien juntos”(p. 312).

**4.- PROPÓSITO COMÚN:** No es más que la visión compartida que proporciona dirección, impulso y compromiso a sus miembros, y que va más allá de las metas específicas. En el caso de las tres organizaciones de comunicación social podría ser: *informar a la audiencia del estado Bolívar sobre los hechos y acontecimientos más destacados en la región, el país y/o el mundo con el objetivo de presentar el desarrollo de la noticia, promover el sentido crítico de sus consecuencias y su impacto en la calidad de vida de los guayaneses.* Para Robbins (1997), cuando “este propósito común es aceptado por el equipo se transforma en el equivalente de lo que la navegación celestial es para el capitán de un barco: proporciona dirección y guía bajo cualquier condición” (p. 313). En palabras de Alarico Gómez (1980), se trata de promover la sinergia en un 100% a través de la visión compartida.

**5.- METAS ESPECÍFICAS:** Se refiere a la traducción del propósito común en metas mensurables y realistas. "Así como las metas conducen a los individuos a un rendimiento más alto, de la misma manera dan energía a los equipos. Estas metas específicas facilitan una clara comunicación" (Robbins, 1997, p. 313). Este es uno de los aspectos que tiene relación directa con el objetivo de este estudio. Por eso la importancia de definir metas específicas comunes, que podrían ser los temas de la línea editorial informativa para las tres organizaciones de comunicación, con la intención de facilitar la identificación de la red interna, y con ella la sinergia del equipo, en sentido del propósito común.

**6.- HOLGAZANERÍA SOCIAL Y RESPONSABILIDAD:** Los equipos de alto rendimiento debilitan la tendencia de la holgazanería social (individuos irresponsables que se esconden dentro del trabajo de un grupo) al hacerse responsables tanto en el nivel individual como en el de equipo. "Tienen claro qué es responsabilidad del individuo y qué es responsabilidad del grupo" (p. 313). Este punto sería una consecuencia natural que se desprendería al proponer el desarrollo de un equipo de alto desempeño entre homólogos de cada medio de comunicación social.

**7.- EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO Y SISTEMAS DE RECOMPENSA:** Sobre este tópico, Robbins argumenta que la evaluación orientada al individuo y el sistema de recompensas tradicionales deben ser modificados para reflejar el desempeño del equipo. Sobre este aspecto sostiene que las evaluaciones de desempeño individual, el salario fijo por hora, los incentivos individuales y otros elementos similares no son compatibles con el desarrollo de equipos de alto desempeño. "Además de la evaluación y recompensas de los empleados por sus contribuciones individuales, la

gerencia debería considerar las evaluaciones basadas en los grupos, la participación de las ganancias, incentivos a los grupos pequeños y otras modificaciones al sistema que refuercen el esfuerzo y el compromiso de equipo" (p. 314).

Gordon (1997), por su parte, considera esencial la creación de una cultura que sustente la colaboración para fomentar los equipos altamente eficaces. "Edificar la confianza permite a los miembros seguir concentrándose en el problema, fomenta una mejor comunicación y coordinación, mejora la calidad de los resultados de la colaboración y propicia que los miembros del equipo se den fuerzas unos a otros; en consecuencia mejora el desempeño general del equipo" (p. 185). Al considerar la recompensa grupal, Gordon (1997) argumenta que por vía de la remuneración, el reconocimiento y otros refuerzos, los miembros de la organización deben recibir el mensaje claro de que la colaboración es prioritaria, y fortalece, a su vez, el trabajo en equipo. Sobre este particular, el director de los tres medios, a quien corresponde este tipo de decisiones, tendrá la última palabra, como autoridad máxima de la organización.

En resumen, las tres opciones que recomienda Robbins (1997) para transformar individuos en jugadores de equipos son: **selección** (personas que además de poseer habilidades técnicas también tengan habilidades personales para formar parte de un equipo efectivo), **capacitación** (talleres para los empleados sobre solución de problemas, comunicación y negociación, entre otros) y **recompensas**, que refuercen más los esfuerzos cooperativos que los competitivos: "Los ejemplos de comportamientos que deberían ser recompensados incluyen entrenar a nuevos colegas, compartir información con miembros del equipo, ayudar a resolver conflictos

de equipo y dominar nuevas habilidades que el equipo necesita pero en las cuales es deficiente" (p. 316).

Al trasladar este conocimiento a una empresa multimedia informativa (prensa, radio y televisión), específicamente en la selección del personal, hay que considerar al grupo de cada organización como un equipo distinto, ya que "la realidad indica que los grupos de prensa informativos se ven obligados a buscar personal con competencias específicas en la radio, televisión o telemática" (Miguel de Bustos, 1993, p. 212).

Al retomar el concepto de Sinergia Informativa la selección del personal debe apoyarse en el resultado que se esperaría del equipo de reporteros y coordinadores del grupo de medios, para cumplir con el propósito común de la organización.

### **LA IDENTIDAD CORPORATIVA TAMBIÉN CUENTA**

Concebir a las tres empresas de información como un sólo equipo de trabajo, que suman más de 30 miembros, entre coordinadores y periodistas, significa visualizar una nueva organización, integrada por tres partes, que funcionan bajo un propósito común, con el potencial de materializar una Identidad Corporativa (IC), aspecto que refuerza el resultado final de esta investigación.

Para van Riel (1997), la identidad corporativa, diferente a lo que es imagen corporativa, es la autopresentación de una organización. "Consiste en la información de las señales que ofrece una organización sobre sí misma por medio del comportamiento, la comunicación y el simbolismo, que son sus formas de expresión" (p. 37).

El comportamiento, la comunicación y el simbolismo de una empresa (mix de IC), son, según van Riel (1997), las formas concretas dentro de las cuales cristaliza la personalidad de la misma, el elemento más profundo que se encuentra detrás de los tres componentes de la IC.

Al referirse al comportamiento, van Riel señala que se trata del medio más importante por el cual se crea IC de una empresa. "En última instancia, son los públicos objetivos los que juzgarán a la empresa por sus acciones" (p. 30). En este sentido, siguiendo al autor, es posible dar mayor o menor importancia a los determinados aspectos del comportamiento de la empresa por medio de la comunicación y/o símbolos.

Según Birkigt y Stadler (citado por van Riel, 1997), la comunicación, en sentido reducido, está referida al envío de mensajes verbales o visuales. "Este es el instrumento de IC más flexible, y puede utilizarse tácticamente con rapidez. La flexibilidad de la comunicación estriba en el hecho de que es posible transmitir más señales abstractas de forma directa a los públicos objetivo" (p. 30).

El simbolismo, según Olins (1989) (citado por van Riel, 1997) está representado por "los nombres, logotipos y colores que la empresa utiliza para distinguirse a sí misma, a sus marcas, y a sus empresas asociadas" (p. 37) como agente vinculante a los públicos meta. "En cierto modo, éstos (el simbolismo) tienen el mismo propósito que los iconos religiosos, la heráldica, las banderas nacionales y otros símbolos: encierran en sí mismos sentimientos colectivos de pertenencia, y los hacen visibles" (p. 37)

Tal y como lo sostiene Olins (citado por van Riel, 1997), las organizaciones no tienen tales símbolos a su disposición de forma automática. "A veces es necesario crear nombres, inventar una y otra vez tradiciones y maneras de actuar para la empresa" (p. 38). Al respecto señala que puede verse, en el mundo corporativo, las tendencias a ubicar las oficinas centrales de la empresa en edificios impresionantes, normalmente altos y con estilo. "Pretenden ganar prestigio en el mundo exterior y estimular la lealtad dentro de la empresa, utilizando un enfoque sofisticado, apoyado por símbolos: banderas, museos, libros sobre la historia de la empresa y estilo corporativo, incluyendo mobiliario y vestuario del personal a tono" (p. 38).

Al referirse a la introducción de un estilo corporativo, Olins (citado por van Riel, 1997) establece que se trata del inicio de un proceso de autoconciencia dentro de la empresa. "Las visibles muestras de pertenencia incrementan el orgullo de la empresa, de los empleados y producen un aumento demostrable en la disponibilidad de las diferentes partes interesadas a cooperar" (p. 38). Igualmente señala que los empleados necesitan tener el sentimiento de pertenencia y el de formar parte de una cultura compartida. "Estos temas no pueden dejarse al azar en una organización. Para despertar el sentimiento de lealtad, la organización debe crear símbolos (banderas, rituales, eventos y nombres) para celebrar lo que es y la razón de su existencia" (p. 39). De lo contrario, como afirma este autor, la empresa puede empezar a estancarse. "El poder de un símbolo se encuentra en la acrecentada atención que atrae sobre el *output* comunicativo de la organización" (p. 40), y para ser más específico "un buen símbolo reduce al mínimo la redundancia en la

comunicación. Este es uno de los propósitos para los que las empresas utilizan el logotipo" (p. 40).

De acuerdo con van Riel (1997), una identidad corporativa fuerte y convincente aumenta la motivación entre los empleados, inspira confianza entre los públicos objetivo externos de la empresa y refuerza la conciencia del importante papel de los clientes.

Al relacionar el término comunicación con el concepto de identidad corporativa, resulta claro una línea de política en la empresa. Según Chandler (citado por van Riel, p. 41), la comunicación sigue a la estructura como la estructura sigue a la estrategia. En este sentido, existen tres clases de identidad corporativa: monolítica (toda la empresa utiliza un único estilo visual); respaldada (se reconoce a la empresa matriz y cada subsidiario tiene su propio estilo. Cada empresa conserva su propia cultura); y de marca (las marcas no tienen relación entre ellas ni entre la empresa matriz). Al analizar las referencias visuales y culturales de los tres medios de comunicación regional, se interpreta que la clase de identidad corporativa, en cuanto a la comunicación, que debe prevalecer al concebir a una corporación es la monolítica.

En cuanto a la estructura, Kammerer (citado por van Riel, 1997, p. 41) identifica cuatro tipos de estrategia de identidad:

**1.- ORIENTACIÓN FINANCIERA:** Las subsidiarias conservan su propia identidad global y la dirección de la empresa matriz no interfiere en el funcionamiento diario ni en la estrategia de la subsidiaria.

**2.- ORIENTACIÓN ORGANIZATIVA:** La empresa matriz se hace cargo de una o más funciones directivas de las filiales. La empresa matriz influye en la cultura de las

subsidiarias y el funcionamiento de la identidad corporativa a nivel de la organización global es interno y no es directamente visible al mundo exterior.

**3.- ORIENTADA A LA COMUNICACIÓN:** El hecho de que las subsidiarias pertenezcan a una empresa matriz queda claramente expresado en la publicidad y el simbolismo. Una de las razones más importantes para la elección de esta clase de identidad corporativa es el de transmitir la extensión de la relación. Esto creará un aumento de confianza en las subsidiarias, y el respeto por toda la organización. También significa que la reputación adquirida por una de las subsidiarias puede ser explotada por otras. "La identidad corporativa de orientación comunicativa puede proceder de la identidad corporativa dirigida organizativamente, pero esto no tiene por qué ser así. Puede ser que sólo se cree una fachada común" (van Riel, 1997, p. 42)

**4.- IDENTIDAD CORPORATIVA PROPIA:** La unidad de acción va mucho más allá que en los otros tipos. Se trata de una identidad monolítica real: todas sus acciones, mensajes y símbolos llegan como unidad consistente.

La estrategia de identidad que podría prevalecer en el funcionamiento de esta propuesta estará vinculada con la visión del propietario de los medios de comunicación social. Por asociación se infiere que la estrategia definitiva tendría una combinación de todas. Habrá orientación financiera por salud de la economía empresarial; orientación organizativa por la cercanía geográfica y el tamaño de cada filial, que son pequeñas, en la implantación de un nuevo funcionamiento como equipo de alto desempeño sustentado en una red formal de comunicación; orientada a la comunicación expresada en la promoción de los medios de comunicación entre los

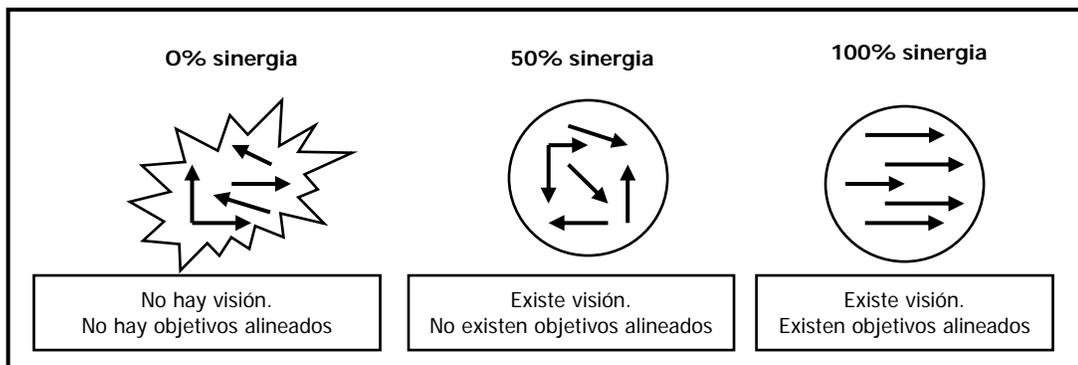
mismos medios (el *Correo del Caroní* promueve el trabajo de *TV Guayana* y del *Noticiero CNS*, y viceversa, entre otras combinaciones, sustentado en el trabajo creativo del equipo de producción informativa); y como consecuencia sería una estrategia corporativa propia, donde no prevalecería alguna de las anteriores sino un sincretismo que representa una sola IC, con un mismo nombre, un sólo logo, un mismo equipo, un sólo propósito.

### **DEL HECHO NOTICIABLE A LA SINERGIA INFORMATIVA**

En un intento por inferir la definición del concepto central de esta investigación Sinergia Informativa, se procederá a exponer las diferentes definiciones consultadas de la palabra sinergia, desde la concepción de una visión compartida de un equipo de trabajo hasta la combinación de varios elementos de un mismo sistema, la coordinación, complementariedad y mutua influencia positiva de las personas en un propósito común; para luego asociarle la definición de hecho noticiable, noticia antes de su divulgación en los medios de comunicación social, (Alcalá, 1980), pieza fundamental de la información (Fontcuberta, 1993).

La primera acepción parte de Alarico (1996), quien relaciona el concepto de sinergia con la existencia de una visión con objetivos alineados a ésta. Al definir sinergia expresa que se trata del uso combinado y coherente de todas las fuerzas existentes en una organización. Es decir, de la coordinación sistémica y efectiva de las acciones. De acuerdo con una relación porcentual que se establece entre la visión,

los objetivos compartidos y la sinergia en una organización, Alarico (1996) plantea tres situaciones:



Fuente: En Alarico (1996), p. 16.

### Gráfico 3

#### VISIÓN, OBJETIVOS Y SINERGIA

Las fuerzas existentes en una organización podrían implicar las acciones humanas y los recursos disponibles en la empresa, que trasladado a un medio de comunicación podría inferirse que se tratase de las acciones de los periodistas y coordinadores en la elaboración de informaciones y en el uso de los recursos de comunicación, transporte, equipos y mobiliarios, entre otros. Y por encima de esto la claridad de una visión compartida entre los miembros (equivalente al propósito común de los equipos de alto desempeño), con objetivos alineados en una misma dirección, para evitar con ellos desperdicios en la acción de cada integrante.

Desde un punto de vista más individual, la sinergia reside inicialmente, por un asunto de actitud, en el radio de acción más inmediato a la persona. Al respecto Covey (1992) sostiene que "aunque en una interacción interdependiente no podemos controlar los paradigmas de los otros, ni el proceso sinérgico en sí, gran parte de la sinergia reside en nuestro círculo de influencia (p. 328)". Es decir, "cosas con

respecto a las cuales podemos hacer algo" (p. 94). En este sentido, mucho importa lo que anteriormente señaló Gerstein (citado por Nadler y otros, 1994): "las posibilidades de éxitos (red de comunicación) depende en gran medida de la gente que lo integra" (p. 63). De aquí la importancia de considerar la consolidación de un equipo de alto desempeño de periodistas través de su selección, capacitación y recompensas.

Para Covey (1992), la sinergia es un principio de cooperación creativa. "Las formas más altas de sinergia se centran en los cuatro dones singulares humanos, en el motivo ganar/ganar, y en las aptitudes para la comunicación empática sobre los desafíos más crueles que afrontamos en la vida" (p. 303) Considera Covey (1992) que la sinergia es la esencia del liderazgo transformador. Cataliza, unifica y libera las más grandes energías en el interior de la persona.

Ya en el plano grupal, la sinergia se relaciona con la fuerza de voluntad o vigor de trabajo de un equipo. Katz y Kahn (1977) comparan la diferenciación que realiza R. Cattell en 1951, "cuando al examinar la dinámica de los grupos diferenció sinergia efectiva de sinergia de mantenimiento" (p. 42). Cattell define la sinergia como la suma total de energía que un grupo puede manejar. Sinergia de mantenimiento la identifica como aquella parte de la energía que se emplea para mantener vivo al grupo (que para la filosofía de equipos de alto desempeño se tratará de la capacitación y de las recompensas), y sinergia efectiva la porción que se invierte para lograr los objetivos del grupo, que bien podría asociarse con la óptica de Alarico (1996) en la combinación de las fuerzas de la organización, tras una visión compartida; y las metas de un equipo de alto desempeño.

Ya desde una mirada más operativa, la palabra sinergia también tiene sus atribuciones. Miguel de Bustos (1993) plantea tres escenarios. El primero proviene de la existencia de un mismo tronco común entre dos actividades. “Es el aprovechamiento del mismo estudio de producción cinematográfica para el film o para la televisión, o el aprovechamiento de un mismo taller de prensa para un periódico u otro” (p. 165). La aplicación de esta definición, en el caso de estudio, estará relacionada con el aprovechamiento de recursos como transporte, grabadores de audio, recursos de comunicación (teléfonos, busca personas, correo electrónico) y estudio de radio, por disponer de un grupo de emisoras en el grupo de medios de comunicación social. El segundo escenario, denominado funcional, está definido por la búsqueda de la satisfacción de una necesidad a partir de una actividad diferente. “Un diario de información general y CNN, en esencia cumplen la misma función: informar. Es este tipo de sinergia que está detrás cuando un diario o grupo de diarios hablan del lanzamiento de una televisora, conservando el tono, por ejemplo, de prestigio que poseía el diario” (p. 165). En este sentido el prestigio de cada medio de comunicación del grupo (*Correo del Caroní*, *TV Guayana* y *Noticiero CNS*) reforzaría la imagen del medio en un sentido corporativo al funcionar como una sola empresa comunicacional e informativa. El tercer escenario está referido a la capacidad de inversión, pagos y número y calidad de personas que trabajan en las empresas. Aquí de vuelta está la inevitable asociación de la consolidación o formación de un equipo de alto desempeño para la tarea.

Como propuesta global, Chapignac (1989, citado por Miguel de Bustos, 1993), señala que “la diversificación en el sector de la comunicación, como en otros

sectores, está condicionado por numerosos factores, entre los cuales se encuentran los talentos particulares de los dirigentes o las circunstancias" (pp. 166 y 167). En este sentido, Guillou (1984), (citado igualmente por Miguel de Bustos, 1993), sostiene que "la diversificación en varios medios de comunicación debe ser cualificada mediante el establecimiento de sinergia entre las diferentes actividades, debiendo tener éstas un peso importante en términos de cifra de negocios, de resultados, entre otros" (p. 209), que para el objetivo de esta investigación de trata de elevar la calidad del periodismo regional (peso en calidad de resultado), y al ofrecer mejor información se atrae potencialmente mayor cantidad de anunciantes para los medios del grupo (fortalecimiento del negocio).

Según Miguel de Bustos (1993), cabe definir las sinergias (recursos técnicos, financieros y humanos) con los términos de coordinación, complementariedad o mutua influencia positiva. En este sentido, "las sinergias abren posibilidades que pueden ser utilizadas como un trampolín o pasarela para entrar en un nuevo oficio" (p. 164), que aplicado a una empresa de comunicación social, parafraseando a este autor, se tratará de un conjunto de competencias necesarias para poner en manos del público, con un carácter extremadamente regular y sobre un soporte escrito o audiovisual, información basada en la investigación y el trabajo en equipo. "Para los partidarios de la diversificación multimedia hacia la radio y la televisión, ésta se presenta como propicia para el aprovechamiento de las sinergias, como las que provendrían de la utilización de los corresponsales locales para hacer una información en televisión" (p. 226).

Según Covey (1992), la relación entre las partes es también el poder que permite crear una cultura sinérgica, en una familia o una organización. "Cuanto más auténtico sea el compromiso, más sincera y sostenida sea la participación en el análisis y resolución de los problemas, mayor la liberación de creatividad de todos y el compromiso con lo que se cree" (p. 328).

Al relacionar los significados de la palabra sinergia y comunicación, la asociación es obvia. En tal sentido, Rubino (1997), en el programa de la cátedra de postgrado "Comunicación y Organización" que dicta en la Universidad Católica Andrés Bello, señala que las organizaciones constituyen el contexto donde las personas sinergizan sus potencialidades hasta el punto de producir creaciones que superan las creaciones individuales. "La capacidad sinérgica de una organización y su capacidad para alcanzar objetivos con la participación de muchos individuos se debe a la estructura organizativa. El mantenimiento de la organización y su estructura organizativa es posible gracias a la comunicación" (p. 1). Y en un medio de comunicación los mensajes que prevalecen en los actos de comunicación de sus miembros, principalmente entre coordinadores y periodistas, y viceversa, son informaciones referidas a la cobertura de hechos noticiables y la divulgación del desarrollo y consecuencias de las informaciones de interés público registradas en las ediciones diarias de los medios de comunicación del grupo.

Referirse al efecto que produce la sinergia, como experiencia personal o de grupo, es atender a un intangible. Para Covey (1992), cuando la persona se comunica con sinergia, simplemente abre su mente, su corazón y sus expresiones a nuevas posibilidades, nuevas alternativas, nuevas opciones. "Al comprometerse en la

comunicación sinérgica uno no está seguro de cómo saldrán las cosas o cuál será el resultado, pero interiormente experimentamos una sensación de entusiasmo, seguridad y aventura; confiamos que todo será mejor después del proceso" (p.305).

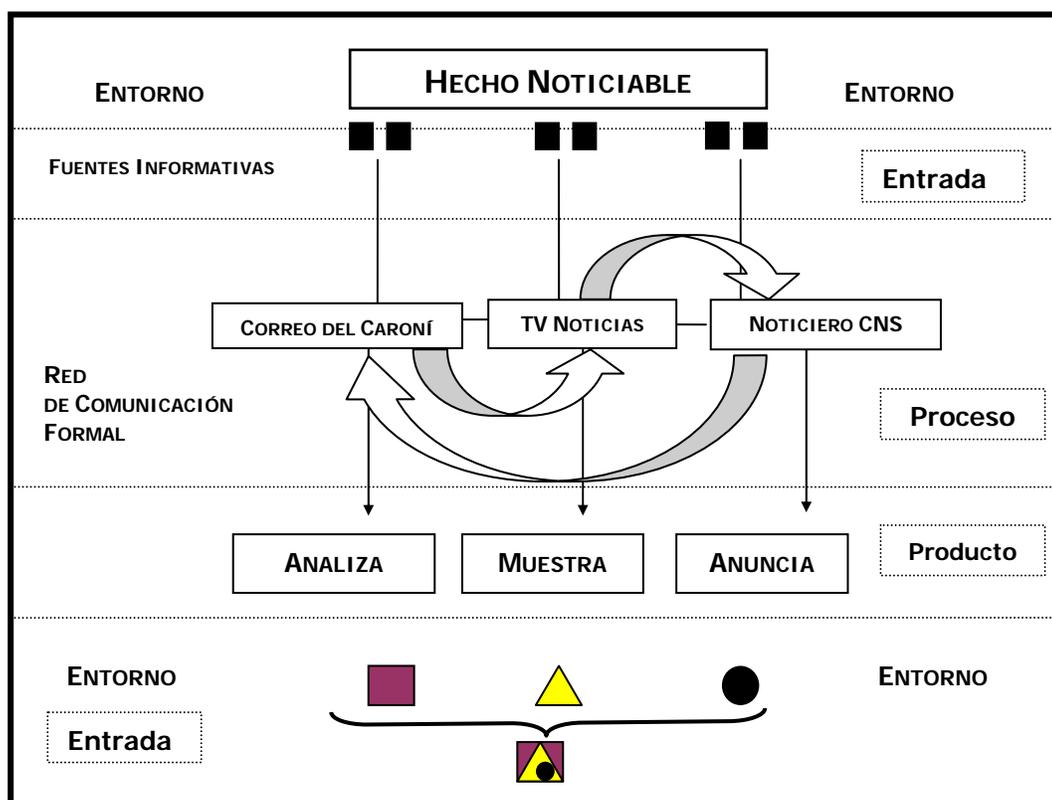
Considera Covey (1992) que la palabra sinergia significa acción de dos o más causas, cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales. "El todo es más que la suma de sus partes, uno más uno es igual a tres o más" (p. 304).

Gráficamente podría pensarse en la coexistencia de los tres medios de comunicación en un entorno donde suceden los hechos y donde habita el lector, el radioescucha y el televidente. De funcionar la red de comunicación formal entre coordinadores y periodistas en la cobertura y divulgación de hechos, el receptor recibiría, como posibilidad, más y mejor información, ya que los medios no tenderían a redundar entre sí, sino que complementarían el reporte informativo a través del valor agregado del periodista en su trabajo de investigación. Por la inmediatez del hecho, la radio anuncia, la televisión muestra y la prensa analiza el hecho. De este modo la calidad del periodismo mejoraría y el receptor recibiría una información más completa (Ver Gráfico 4)

Considerando que el concepto de sinergia está asociado a aspectos individuales, grupales y operativos, entre otras vinculaciones, para efectos de esta investigación la expresión Sinergia Informativa está determinada por las siguientes condiciones:

**1.- PLURALIDAD DE FUENTES INFORMATIVAS:** El periodista que divulga la noticia, su desarrollo o consecuencia debe, como mínimo, presentar la versión de dos fuentes de información por cada reporte o edición. Con ello se pone de manifiesto, lo que asegura Fontcuberta (1993), sobre la potencia informativa del medio, y la

oportunidad que tiene el periodista de mostrar su creatividad e influencia.



**Gráfico 4**

ESQUEMA DE FUNCIONAMIENTO SEGÚN EL CONCEPTO DE SINERGIA INFORMATIVA

**2.- APROVECHAMIENTO DEL FORMATO:** Los coordinadores y periodistas deben enfatizar su trabajo en relación con las oportunidades de cada formato: la TV lo muestra, la radio lo reitera, la prensa lo profundiza, tanto en el tiempo como en sus características.

**3.- RED DE COMUNICACIÓN:** Los periodistas y coordinadores están en la obligación de contactar a sus homólogos de fuente antes y durante de reportar el hecho o noticia, para evitar la redundancia informativa en su gestión, y promover el

concepto de principio de cooperación activa a través del trabajo de investigación. Con esta propuesta el periodista ya deja de percibir su labor individual por un trabajo en equipo, y necesariamente de alto desempeño para que funcione y se destaque como tal.

**4.- ANÁLISIS DEL HECHO EN LOS OTROS MEDIOS DEL GRUPO:** Es imperante conocer los detalles informativos que el periodista ha generado para evitar el “refrito” de la información y trabajar sobre lo novedoso del hecho. De allí la importancia, si el periodista trabaja en el *Correo del Caroní* que antes de su jornada de trabajo vea *TV Noticias* y escuche el *Noticiero CNS*; si labora en *TV Noticias* que lea *el Correo de Caroní* y escuche el *Noticiero CNS*, sucesivamente, para dirigir su cooperación creativa en lo que aún no se conoce del hecho, con lo que se reforzaría la labor profesional y, por consiguiente, la calidad del periodismo venezolano, especialmente el regional.

Para los efectos de esta tesis, el concepto **SINERGIA INFORMATIVA** se define como la cobertura y divulgación del desarrollo y consecuencias de hechos noticiables, trabajo sustentado en la investigación de un equipo de coordinadores y periodistas de alto desempeño profesional, a través de un grupo de medios de comunicación del grupo, que en este caso son prensa, radio y televisión.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

A continuación se describen los métodos y procedimientos utilizados en la recolección y análisis de los datos. Por su dimensión, este estudio está considerado un Proyecto Factible por consistir en el diseño de un modelo operativo viable: una red de comunicación para coordinadores y periodistas de una corporación de medios de comunicación social, en la cobertura y divulgación de hechos noticiables. Por tratarse de un Proyecto Factible, la organización de la investigación se realizó en dos fases:

**1.- DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL**, a partir de una investigación de campo sobre el promedio y tipo de información que presentan los periodistas en cada medio de comunicación, número de fuentes de información consultadas y la relación temporal de las informaciones (Nuevas, Repetidas o Actualizadas) aparecida en los medios en sus respectivas ediciones durante seis días de divulgación de noticias analizados.

**2.- DETERMINACIÓN DE NECESIDADES**, a partir de un análisis por discrepancia entre la situación actual (Lo que es) y lo que podría resultar (Lo que debería ser) al ejecutar la propuesta de esta investigación, cuyo fin último es apostar a mejorar la calidad del periodismo regional: divulgación de noticias de un equipo de investigación de coordinadores y periodistas de alto desempeño profesional, a través de los medios de comunicación social del grupo: prensa, radio y televisión.

En la tabla siguiente se muestra, a modo de esquema, los aspectos más destacados en la metodología utilizada al puntualizar el diseño de la investigación, población y muestra, instrumentos, procedimientos y análisis de los resultados.

### **Cuadro 3**

#### RELACIÓN COMPARATIVA DE LA METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

	<b>LO QUE ES</b>	<b>LO QUE DEBERÍA SER</b>
<b>METODOLOGÍA</b>	<b>INVESTIGACIÓN DE CAMPO</b>	<b>PROYECTO FACTIBLE</b>
<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	Se seleccionaron seis días consecutivos para observar simultáneamente la cantidad, tipo de contenido, número de fuentes y actualidad de las informaciones (noticias y reseñas) divulgadas en los tres medios de comunicación del grupo.	Se consultó la opinión de coordinadores y periodistas, de los tres medios, en cuanto a la posibilidad de funcionar como un sólo equipo de alto desempeño en la cobertura y divulgación de hechos noticiables.
<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>	<i>Correo del Caroní:</i> 6 ejemplares de 8 mil 600. <i>TV Noticias:</i> 10 ediciones de 3 mil. <i>Noticiero CNS:</i> 4 ediciones de 260.	<i>Coordinadores (generales y medios):</i> 8 de 8 . <i>Periodistas:</i> 22 de 26 (88% de la población).
<b>INSTRUMENTOS</b>	Tablas comparativas	Protocolo de Entrevista Tablas comparativas
<b>PROCEDIMIENTOS</b>	Análisis morfológico y de contenido	Grupos Focales ( <i>Focus Group</i> )
<b>ANÁLISIS DE DATOS</b>	Comparación numérica entre las muestras.	Análisis por discrepancia Detección de necesidades

## PRIMERA FASE

### **DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL (LO QUE ES)**

Por analizar diversas variables en un momento dado (número de fuentes informativas, contenido de la noticia, autor de la información, entre otros), esta investigación se clasifica como una investigación no experimental de tipo transversal descriptivo, ya que “se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, con el objetivo de indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables” (Hernández, Fernández y Baptista, 1998 p. 187).

La estrategia diseñada para responder a una de las preguntas de esta investigación (¿Actualmente los medios de comunicación social del grupo divulgan las mismas versiones informativas de una noticia o se complementan con versiones actualizadas?) Se resume en un número de informaciones generada por los periodistas de los tres medios de comunicación, durante seis días consecutivos, para conocer la actualidad de las informaciones a través del uso de fuentes informativas, principalmente.

En este sentido, se analizó una muestra al azar constituida por: 6 ejemplares del *Correo del Caroní*, 10 ediciones de *TV Noticias* y 4 programas del *Noticiero CNS*, del 6 al 11 de mayo de 1999.

La unidad de análisis que se utilizó en esta representación fue la información, reconocida como las noticias y reseñas generadas por los periodistas que laboran en los referidos medios de comunicación social.

En el caso del *Correo del Caroní* se contabilizaron las informaciones identificadas con título, texto y/o foto(s), excluyendo artículos de opinión, clasificados, editoriales, columnas y avisos de publicidad.

Para identificar las unidades de información en *TV Noticias* se contaron las intervenciones que emitió cada locutor en cámara hasta el sonido y las imágenes de apoyo que presentaron los periodistas o fuente(s) consultada(s).

En el caso del *Noticiero CNS* se sumaron las novedades que informó cada locutor hasta el sonido del periodista o de la(s) fuente (s) consultada(s).

En total fueron 20 ediciones, con una suma de 1129 unidades de información. A continuación se presenta una tabla donde se discriminan las cifras de información por medio de comunicación social.

#### **Cuadro 4**

##### MUESTRA DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES DURANTE 6 DÍAS CONSECUTIVOS

<b>PRODUCTOS / DÍAS</b>	<b>J</b>	<b>V</b>	<b>S</b>	<b>D</b>	<b>L</b>	<b>M</b>	<b>EDICIONES</b>	<b>INFORMACIONES</b>
CORREO DEL CARONÍ	1	1	1	1	1	1	6	732
TV NOTICIAS	2	2	2	-	2	2	10	313
NOTICIERO CNS	1	1	-	-	1	1	4	84
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>1129</b>

En la sumatoria de las informaciones del *Correo del Caroní* se consideraron las informaciones que aparecieron en primera plana como informaciones aparte de las notas ampliadas en el interior de la edición.

Para realizar el análisis morfológico se contabilizaron las informaciones, se clasificaron por lugar de procedencia (dónde sucede), fuente periodística generadora (nota de prensa, agencia de noticia o periodista nómina), contenido de la información (suceso, deporte, cultura, entre otras) y actualidad de la información, en

relación con las informaciones de los otros medios de comunicación de la muestra seleccionada.

## **CATEORÍAS**

Para clasificar la información por lugar de procedencia de la noticia (dónde sucede), se definieron las siguientes categorías:

### **1.- PROCEDENCIA DE LA NOTICIA**

**1.1.- DEL ESTADO BOLÍVAR:** Informaciones referidas a hechos o acontecimientos que sucedieron en las ciudades o poblados del estado Bolívar.

**1.2.- DEL RESTO DE VENEZUELA:** Informaciones referidas a hechos o acontecimientos que sucedieron en Venezuela, excluyendo al estado Bolívar.

**1.3.- FUERA DE VENEZUELA:** Informaciones referidas a hechos que acontecieron en cualquier país del mundo. En esta categoría se incluyen, principalmente, las informaciones que se reciben a través de las agencias internacionales de noticias.

### **2. - SUJETO PERIODÍSTICO**

La siguiente categoría por definir fue la referida al autor de la información o sujeto periodístico, identificado por la firma, fuente o crédito de la información. En este aspecto las informaciones se registraron por las categorías:

**2.1.- PERIODISTA NÓMINA O DE PLANTA:** Profesional de la información que trabaja exclusivamente para los medios de comunicación *Correo del Caroní*, *TV Noticias (TV Guayana)* o *Noticiero CNS*, en la producción de información diaria, y perciben un ingreso mensual de remuneración por su trabajo.

**2.2.- PERIODISTA EXTERNO:** Trabajo que presenta y firma un periodista que no está empleado en los medios de este estudio, representado por las notas de prensa y comunicados.

**2.3.- CABLE NACIONAL:** Información reportada por servicio informativo nacional: AVN y ANSA para la prensa; y red Globovisión para *TV Guayana*.

**2.4.- CABLE INTERNACIONAL:** Información generada por las agencias internacionales de noticias: AP, EFE, AFP, Telenoticias, entre otras.

### **3.- TIPO DE CONTENIDO**

Luego de conocer el número de informaciones generada por los periodistas adscritos a la nómina de los medios de comunicación social, se procedió a clasificar cada información según su contenido a través de las siguientes categorías:

**3.1.- POLÍTICA (P):** Información relacionada con la gestión del gobierno regional (memorias y cuentas de la Gobernación y Alcaldías), con partidos políticos (MVR, PPT, AD, COPEI, MAS), así como con el proceso de la Asamblea Nacional Constituyente (ANC), el movimiento sindical (Sitralum, Sutic, Sutiss) y la participación de los gremios (Central Única de Taxistas, Cámara del Transporte Pesado, entre otros).

**3.2.- INDUSTRIA (I):** Información relacionada con las empresas básicas y CVG (donde no intervienen los sindicatos), así como la información que generan los gremios de Fedecámaras, Fedeindustria y Asopenia.

**3.3.- ECONOMÍA (E):** Información relativa al Impuesto al Valor Agregado (IVA), al Impuesto al Débito Bancario (IDB), Fondo de Inversión de Venezuela, entre

otros relacionados con la administración de recursos financieros de impacto para los habitantes.

**3.4.- EDUCACIÓN (ED):** Información relativa a conflictos y mejoras en las universidades y colegios; descripción de carreras universitarias, entre otras.

**3.5.- SUCESO (S):** Información referida a muertes, accidentes de tránsito, incendios, desastres, atracos, detenidos, asesinatos, desaparecidos, entre otros.

**3.6.- EVENTO (EV):** Información referida a jornadas, conferencias, encuentros, simposios o talleres planificados, sean antes o después, por empresa o institución, así como las actividades culturales: conciertos, teatro y artes plásticas; y las actividades sociales: cumpleaños, bautizos, aniversarios.

**3.7.- DEPORTES (D):** Información referida a las competencias y eventos de baloncesto, softbol, béisbol, golf, fútbol tenis y acuáticas, entre otros.

**3.8.- CIVIL (C):** Todas las informaciones que no se clasifiquen en las categorías anteriores, cuyos contenidos tienden a referirse a la ciudad o a las quejas de vecinos.

A cada información se le identificaron las fuentes informativas (nombre y apellido de las personas u organizaciones que suministraron datos para el reporte periodístico) y se contabilizaron para efectos del análisis (una de las condiciones para que suceda la Sinergia Informativa). Las informaciones generadas por los periodistas nómina que no presentaron fuentes informativas se registraron como Reseña.

#### **4.- APARICIÓN CRONOLÓGICA**

Adicionalmente, y eso justifica porqué se escogieron días consecutivos, se analizaron las informaciones generadas en el estado Bolívar, reportadas por los periodistas nómina: por aparición cronológica, para observar si una misma noticia tendía a repetirse en el *Correo del Caroní* (circula temprano en la mañana), en *TV Noticias* (en su edición meridiana), en el Noticiero CNS (en su edición de las 6 de la tarde) o en la segunda edición del día de *TV Noticias*, a las 8 de la noche. Para ello se definieron las siguientes categorías, con la finalidad de conocer el tiempo de la información, partiendo de la idea de que en el periodismo mucho importa la inmediatez de la publicación del hecho o acontecimiento.

**4.1.- NUEVA (N):** Si es la primera vez que aparece referido el hecho noticioso en la muestra de las ediciones informativas que se estudiaron.

**4.2.- REPETIDA (R):** Si la información del referido hecho ya se conoció con anterioridad en el mismo o en otro medio de comunicación analizado en la muestra.

**4.3.- ACTUALIZADA (A):** Si la información se refiere al seguimiento o declaración de una nueva fuente informativa de un hecho ya reportado con anterioridad, en el mismo medio o en cualquiera de los espacios informativos de la muestra analizada.

Seguidamente se analizaron y se identificaron, en orden cronológico y con las iniciales de las categorías explicadas anteriormente, cada una de las informaciones que generaron los periodistas nómina de cada *media*. Para facilitar el trabajo de análisis, cada hecho noticioso se enumeró en orden consecutivo, respetando el orden de aparición en la muestra. Esto significa que cada vez que aparecía una

información referida al Débito Bancario, la información como hecho tenía el mismo número (108, por ejemplo).

Para la tabulación de toda la data, se diseñó una tabla de doble entrada para las 20 ediciones analizadas, de 6 columnas cada una de ellas, donde se registraron: (a) nombre y apellido del periodista nómina que firmó la información; (b) el número que se le asignó a cada hecho noticioso; (c) el título u oración que se utilizó para identificar el hecho noticioso como tal; (d) el (los) nombre(s), apellido(s) y cargo(s) de la(s) fuente(s) informativa(s); (e) la sigla del tipo de contenido de la información: P (política), Ec (económica), Ev (evento); y (f) la inicial referida a la actualidad de la información en relación con su aparición cronológica en la muestra analizada: N (nueva), A (actualizada) o R (repetida en otro medio). En total se elaboraron 20 cuadros de datos que se incluyen en la sección de Anexos (B-1 al B-20). Seguidamente se realizaron gráficos de tortas y barras para visualizar mejor el comportamiento de la información, los cuales se presentan en la sección de los resultados.

Con la finalidad de conocer la potencia informativa, referido al número de fuentes consultadas por noticia, se elaboró una tabla de 10 columnas. En la primera se colocaron los medios por orden de aparición en el día; en la segunda columna las categorías Periodista, Información y Fuente; y en las siguientes seis columnas se colocó el número de periodistas de planta, el número de información identificadas y el número de fuentes informativas registradas, respectivamente. En la novena columna se registraron los totales de cada fila para colocar en la décima columna los promedios numéricos de las categorías referidas anteriormente.

Para esta fase de la investigación también se consideraron las intervenciones que tuvieron los coordinadores y periodistas, en el grupo focal, sobre la situación actual en cada medio de comunicación del grupo, partiendo de la experiencia laboral de cada uno de ellos.

## SEGUNDA FASE

### **DETECCIÓN DE NECESIDADES (LO QUE DEBERÍA SER)**

Según Balestrini (1998), la búsqueda y observación de los hechos relevantes (los datos) en las ciencias sociales y en todas las ciencias, que permitirán construir los conceptos teóricos convenientemente operacionalizados, parten de diversos métodos de observación, entre los cuales se ubican aquellos que se dedican a la observación de la realidad, y "exigen respuestas directas de los sujetos estudiados donde se interrogan a las personas en entrevistas orales o por escrito con el uso de encuestas, entrevistas, cuestionarios o medidas de actitudes" (p. 131). Es por eso que se utilizó, para la segunda etapa de esta investigación, la participación de los miembros de las empresas vinculados con la producción de la información regional.

Como el objetivo de este estudio es diseñar una red de comunicación formal para coordinadores y periodistas en la cobertura y divulgación de hechos noticiables, se consideró la importancia de conocer de los mismos beneficiarios de este estudio los siguientes aspectos:

- 1.- Las preferencias comunicacionales que utilizaría cada coordinador o periodista al enterarse de una noticia, pensando en los cuatro contactos públicos del grupo de medios de comunicación social en la sociedad.
- 2.- Aspectos actitudinales de los coordinadores y periodistas al compartir con sus otros homólogos una primicia regional.
- 3.- Criterios de valoración de las noticias en cada medio de comunicación social.

4.- Recomendaciones para generar Sinergia Informativa (uso de recursos humanos y materiales), hechos que requerirían seguimiento periodístico en el *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y en el *Noticiero CNS*.

Para más detalles de estos aspectos se recomienda conocer el instrumento que se elaboró. (Anexo C-4, Guía de preguntas o Protocolo de Entrevista)

Seguidamente se planificó la dinámica de discusión grupal, con el apoyo de la técnica del Grupo Focal (Davis, 1997), bajo los cuatro criterios de discusión ya expuestos.

Siendo consistente con la propuesta de Balestrini (1998), dadas las características de esta población pequeña y finita, se tomaron como unidades de estudio e indagación a todos los individuos que la integran. "Por consiguiente, no se aplicarán criterios muestrales, a objeto de extraer una muestra reducida del universo, y extender la indagación a esta parte elegida de la población, para posteriormente efectuar la inferencia o generalización en el universo estudiado" (p. 130). En total se reunieron 30 participantes: 3 coordinadores principales, 5 coordinadores medios y 22 periodistas (entre reporteros, cronista, investigadores y corresponsales: Upata y Ciudad Bolívar).

Para ello se organizaron seis grupos, de 3 a 7 personas, de acuerdo con la función de cada participante en los tres medios de comunicación: reporteros de información regional (grupos A, B, C y D) y coordinadores (grupos E y F) (Anexo C-1, Organización de los Grupos Focales). La invitación a cada uno de ellos se formalizó a través de comunicaciones escritas indicándoles objetivo, fecha, hora y

lugar del encuentro, cuyo sitio fue establecido en un salón especial de adiestramiento, fuera del ámbito laboral. (Anexo C-2, Carta de Invitación).

El diseño de cada reunión se estableció en dos horas máximo de duración. El objetivo fue presentar los resultados obtenidos en la primera fase de esta investigación: gráficos que representan el diagnóstico de la situación actual, explicada anteriormente; y cubrir los cuatro tópicos de discusión a través de la participación activa de cada invitado.

Los tópicos que se establecieron para la reunión fueron: preferencias comunicacionales en caso de trabajar como una sola organización de información; aspectos actitudinales en el caso de compartir una primicia informativa y jerarquización del valor de las noticias, los beneficios de trabajar con Sinergia Informativa y las recomendaciones que ellos propondrían para funcionar como un solo equipo de trabajo (de alto desempeño) (Anexo C-4, Protocolo de Entrevista).

El orden de la dinámica, con el apoyo de la técnica del Grupo Focal, se escribió y se ensayó cuatro días antes de la actividad para garantizar el cumplimiento del tiempo establecido (Anexo C-3, Instructivo de la Reunión).

Los recursos de apoyo que se utilizaron en cada dinámica fueron: un retroproyector de láminas de transparencias para presentar los resultados de la muestra analizada; un rotafolio donde se escribieron las reglas de la dinámica, los tópicos de discusión y la pauta para la identificación cualitativa de cada participante; un reloj para llevar el tiempo de cada punto de la reunión, un grabador para recoger la información, cintas de audio para la grabación y un notero para que el observador

informase por escrito al instructor cualquier información en relación con la dinámica acordada.

Cada sesión estuvo moderada por la autora de esta investigación, con el apoyo de una persona invitada, ajena a las empresas en estudio, quien estuvo en el rol de observador. Sus funciones fueron: garantizar el cumplimiento del tiempo, la participación de los invitados y de la moderadora, cambiar las cintas de la grabadora, entre otros aspectos logísticos.

La mayoría de las reuniones se realizaron de 7 a 9 de la noche, entre días de semana, por ser la hora más disponible para los reporteros y coordinadores. El grupo de los tres coordinadores principales de cada medio se estableció a las 9 de la mañana, por los compromisos de tiempo que tiene el *Correo del Caroní* todas las noches; y el grupo de corresponsales de Ciudad Bolívar se organizó un sábado a las 5 pm. Para la realización de esta reunión, la investigadora se trasladó, junto con la persona observadora, hasta esa ciudad para garantizar la cobertura de los datos y la participación de todo el equipo, objeto de estudio de esta segunda parte del trabajo.

De las 34 personas invitadas (26 reporteros y 8 coordinadores, totalidad del universo) asistieron 30, cifra que representa el 88% del universo considerado, lo que significa un alto nivel de confiabilidad y validez de la información obtenida. Al final, cada participante recibió una carta de agradecimiento por su intervención en la dinámica. (Anexo C-5, Carta de Agradecimiento)

Seguidamente se transcribieron las intervenciones de los participantes y se destacaron en dos cuadros comparativos de tres columnas cada uno. El análisis de

los resultados de esta fase se realizó a través de la detección de necesidades (análisis por discrepancia) entre Lo que es (situación actual) y Lo que debería ser (Proyecto Factible: Sinergia Informativa). Para ello se adecuó el Modelo de Elementos Organizacionales (MEO), de Kaufman (1991), en combinación con la teoría de los equipos de alto desempeño, explicados en el marco teórico:

**1.- ENTRADAS:** Datos referidos a los hechos noticiables por cubrir y divulgar; al uso de recursos como grabadores, radio, celulares, teléfonos, entre otros; y a los criterios de selección de periodistas y coordinadores.

**2.- PROCESOS:** Datos referidos a los procedimientos de cobertura de hechos noticiables (consulta de fuentes); conductas (actos de comunicación para compartir la primicia entre homólogos); control de calidad; capacitación de los empleados y criterios de recompensa (remuneración, reconocimientos, eventos sociales).

**3.- PRODUCTOS:** Datos referidos a criterios de valoración y a la redacción de las noticias para su divulgación, en el medio de comunicación social respectivo. Aquí se incluye el trabajo final que presenta cada medio, el cual será el insumo para que otro periodista del grupo desarrolle su próximo reporte, cuarta condición para que se produzca la Sinergia Informativa. Si se observa, el trabajo final del periodista está categorizado más como una Salida que como un Producto. Sin embargo, para efectos de una mejor comprensión se incluye en la categoría Producto para precisar mejor la finalidad de este trabajo académico.

Seguidamente se presenta la matriz utilizada para la presentación y análisis de los resultados obtenidos en esta indagación académica.

	ENTRADAS	PROCESOS	PRODUCTOS
LO QUE ES			
LO QUE DEBERÍA SER			

### **Gráfico 5**

MATRIZ DE DOBLE ENTRADA PARA PRESENTAR LOS RESULTADOS DE LAS INTERVENCIONES DE PERIODISTAS Y COORDINADORES SEGÚN LAS CATEGORÍAS DEL MEO (ENTRADAS, PROCESOS Y PRODUCTOS)

Según el MEO, las categorías consideradas son Entradas, Procesos, Productos, Salidas y Resultados Finales. Para esta investigación únicamente se utilizaron las tres primeras categorías, excluyendo las categorías Salida y Resultado. La propuesta de este trabajo académico abarca hasta el concepto de Producto (noticias preparadas para prensa, radio y televisión), y no contempla los procesos de distribución (en el caso de la prensa) y de transmisión (en el caso de la radio y televisión), ni tampoco la satisfacción de los usuarios finales (sociedad).

## CAPÍTULO IV

### LIMITACIONES DEL ESTUDIO

Entre las restricciones detectadas durante el desarrollo de la investigación se menciona lo poca representatividad que tiene la muestra de ediciones de seis días consecutivos, en relación con el universo de estos productos comunicacionales. Sin embargo, su análisis arrojó datos pertinentes para visualizar, de una manera aproximada, la situación actual de los medios.

Otra limitación fue adaptar las intervenciones de los periodistas y coordinadores, según los tópicos abordados en el Protocolo de Entrevista, en función de las categorías teórica Entradas, Proceso y Productos de Kaufman (1991). Las mismas se establecieron después de realizar la dinámica de Grupo Focal.

Otra dificultad fue la conceptualización de la palabra Sinergia Informativa, al asociar sus distintas acepciones, y su vinculación con los términos comunicación y trabajo informativo de los periodistas.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS

#### INVESTIGACIÓN DE CAMPO: DIAGNÓSTICO

Luego de contabilizar las informaciones registradas en la muestra (*Correo del Caroní, TV Noticias y Noticiero CNS*), y clasificar cada unidad de análisis de acuerdo con las categorías establecidas, se elaboraron los siguientes cuadros de datos, para luego realizar 12 gráficos de tortas y barras con el objetivo de visualizar mejor la lectura e interpretación de los resultados.

#### Cuadro 5

CANTIDAD Y PORCENTAJE DE INFORMACIONES CLASIFICADAS POR LUGAR DE ORIGEN Y POR SUJETO PERIODÍSTICO QUE LAS GENERA EN EL *CORREO DEL CARONÍ*

Lugar	Cifras absolutas (informaciones)	Porcentajes
Estado Bolívar	282	38%
Resto de Venezuela	93	12%
Exterior	357	50%
<b>TOTAL</b>	<b>732</b>	<b>100%</b>
Sujeto	Cifras absolutas	Porcentajes
Periodista nómina	175	24%
Periodista externo	226	31%
Cable nacional	26	3%
Cable internacional	305	42%
<b>TOTAL</b>	<b>732</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 6**

CANTIDAD Y PORCENTAJE DE INFORMACIONES CLASIFICADAS POR LUGAR DE ORIGEN  
Y POR SUJETO PERIODÍSTICO QUE LAS GENERA EN *TV NOTICIAS*

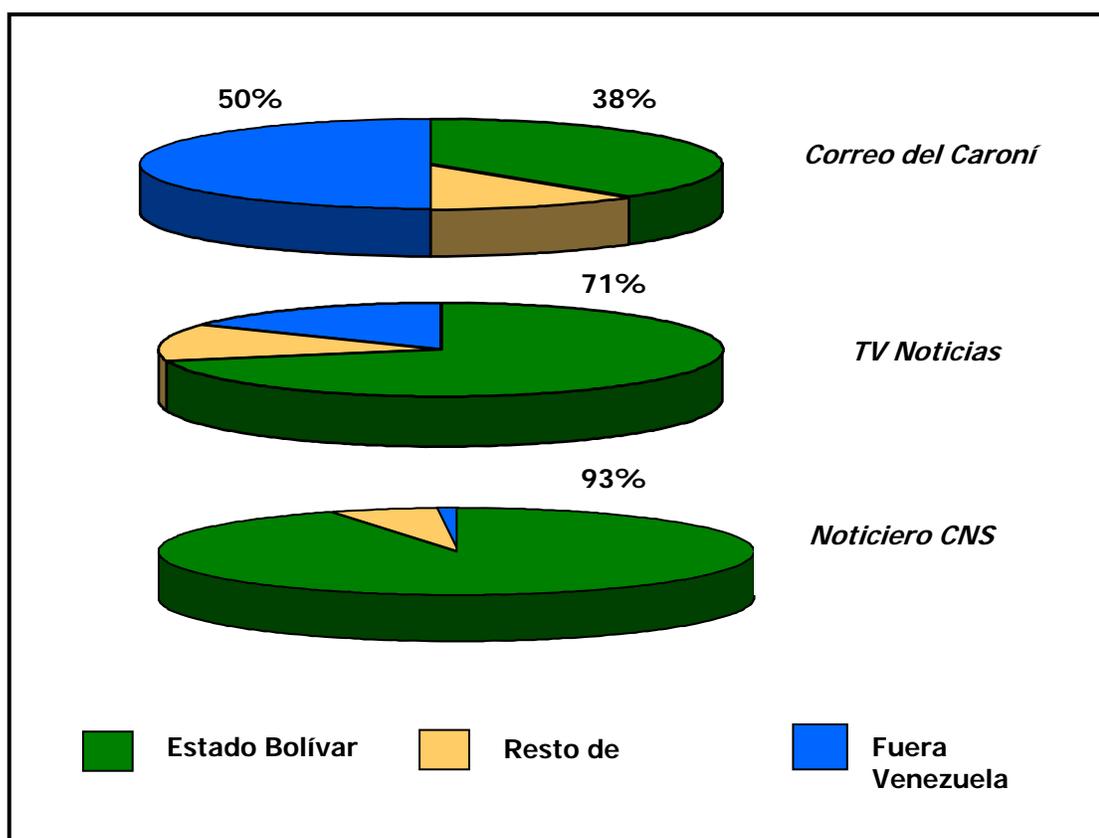
Lugar	Cifras absolutas (informaciones)	Porcentajes
Estado Bolívar	218	71%
Resto de Venezuela	42	13%
Exterior	53	16%
<b>TOTAL</b>	<b>313</b>	<b>100%</b>
Sujeto	Cifras absolutas	Porcentajes
Periodista nómina	212	68%
Periodista externo	16	6%
Cable nacional	32	10%
Cable internacional	53	16%
<b>TOTAL</b>	<b>313</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 7**

CANTIDAD Y PORCENTAJE DE INFORMACIONES CLASIFICADAS POR LUGAR DE ORIGEN  
Y POR SUJETO PERIODÍSTICO QUE LAS GENERA EN EL *NOTICIERO CNS*

Lugar	Cifras absolutas (informaciones)	Porcentajes
Estado Bolívar	78	93%
Resto de Venezuela	5	6%
Exterior	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>
Sujeto	Cifras absolutas	Porcentajes
Periodista nómina	78	93%
Periodista externo	5	6%
Cable nacional	1	1%
Cable internacional	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

Como se aprecia en los cuadros anteriores, el número de información varía en cada medio. Durante los días analizados, el *Correo del Caroní* presentó, por diseño de formato, más informaciones que los otros de medios de información. Se contabilizaron 732 informaciones de prensa, en comparación con *TV Noticias*, que registró 313; y *Noticiero CNS*, 84.



**Gráfico 6**

RELACIÓN PORCENTUAL DEL LUGAR DE ORIGEN DE LAS INFORMACIONES REPORTADAS EN EL *CORREO DEL CARONÍ*, *TV NOTICIAS* Y *NOTICIERO CNS*

Como se observa en el Gráfico 6, la mitad de las informaciones que se reportaron en el *Correo del Caroní* se originaron fuera de Venezuela. Si se considera este diario como un medio de información regional, llama la atención que el 50% de su

contenido esté referido a hechos que sucedan en el exterior. Sin embargo, podría considerarse una fortaleza del periódico, el hecho de disponer un servicio de agencias internacionales, sobre todo por las informaciones referidas a la zona del sur del estado, cercanas a Brasil y Guyana. En este caso predominan las internacionales, en primer lugar; las regionales de segundo; y las nacionales de tercero.

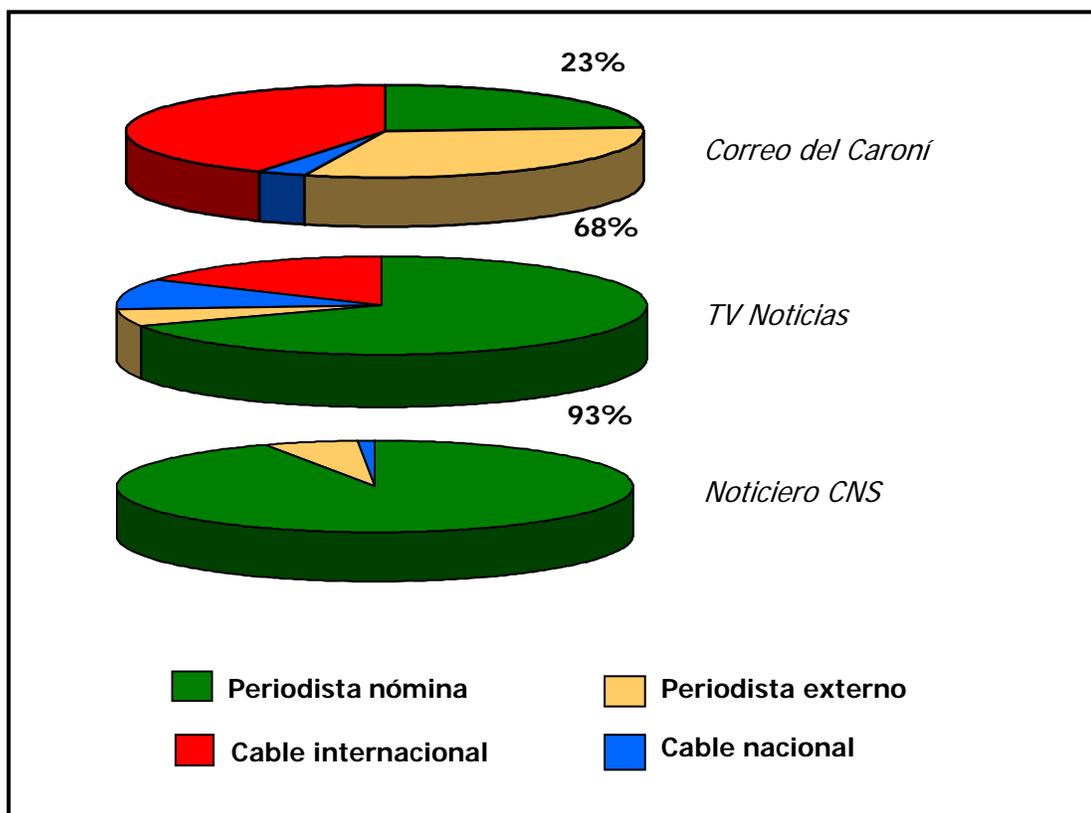
En contraste con el contenido de *TV Noticias*, más del 70% de las informaciones reportadas proceden del estado Bolívar, resultado que califica más al medio de comunicación como un medio de información regional. Aún cuando el número de informaciones internacionales es algo mayor que las informaciones que suceden en el resto de Venezuela, se puede inferir que *TV Noticias* guarda un equilibrio entre las informaciones nacionales e internacionales, dedicando su mayor contenido a las informaciones que suceden en el estado Bolívar.

En el caso del *Noticiero CNS*, predominan las informaciones regionales, en 93%, siguiendo con las nacionales, y en menor escala las internacionales.

Como se observa, los medios audiovisuales tienen una tendencia más marcada a presentar informaciones referidas al estado Bolívar que el medio impreso, donde predominan las informaciones internacionales, lo que pudiera interpretarse que en este último medio no se dispone de suficientes recursos humanos para aumentar el número de informaciones regionales en relación con el resto de las informaciones, o que la productividad de los periodistas es baja.

Con el objetivo de conocer la participación de los periodistas de planta en el reporte informativo de cada edición, se contabilizaron los trabajos firmados por los mismos, según la lista de nombres confirmada por los coordinadores de cada medio;

en relación con las informaciones proveniente de cables nacionales e internacionales y las notas de prensa (periodistas externos).



### Gráfico 7

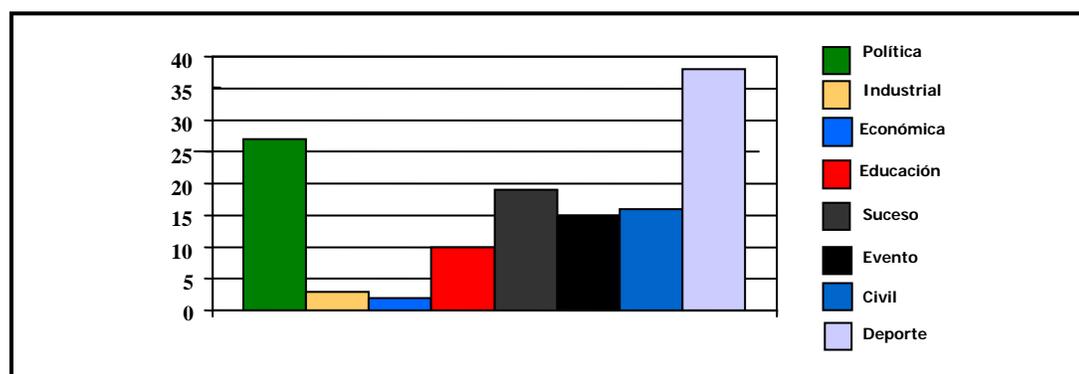
RELACIÓN PORCENTUAL DE LA IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PERIODÍSTICO QUE PRODUCE LA INFORMACIÓN REPORTADA EN EL *CORREO DEL CARONÍ*, *TV NOTICIAS* Y *NOTICIERO CNS*

Como puede apreciarse en el Gráfico 7, la mayoría de las informaciones del *Correo del Caroní* las registran las agencias internacionales, seguidamente los periodistas externos, los periodistas de planta y, en cuarto lugar, las agencias nacionales de información. Aquí se observa que las formaciones regionales provenientes de notas de prensa (periodistas externos) son mayores que las informaciones generadas por los periodistas de planta. De ser esta una tendencia del

medio, podría considerarse una debilidad informativa, ya que se dispone de más espacio para divulgar el trabajo de terceros que el trabajo del personal del periódico, situación que habría que estimar al pensar en el concepto de Sinergia Informativa, sobre todo por el esfuerzo de investigación periodística que se pretende.

Por su parte *TV Noticias*, registra el 68% de sus informaciones generadas por su equipo de periodistas, lo que representa una fortaleza para la Sinergia Informativa.

En el caso del *Noticiero CNS*, más del 90% de las informaciones son producidas por el personal de planta, lo que pudiera interpretarse que el recurso humano está dedicado exclusivamente al periodismo regional. La pregunta que se desprende de esta información es ¿tienen los periodistas de los tres medios la misma carga de trabajo? Pareciera que en el *Correo del Caroní* faltasen más periodistas para nivelar la producción de informaciones locales, en relación con la producción informativa de los otros dos medios del grupo.

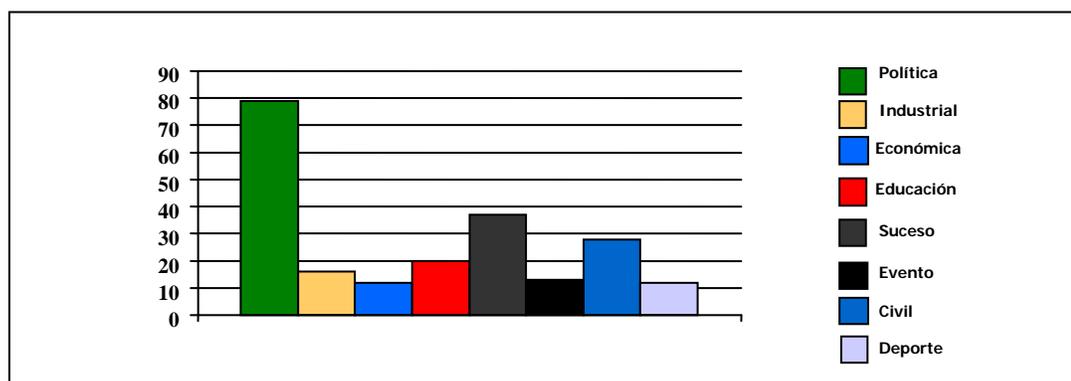


**Gráfico 8**

TIPO DE CONTENIDO QUE PREVALE EN EL *CORREO DEL CARONÍ*

Al indagar sobre el tipo de contenido que predomina en cada medio, resultó importante la relación que ilustran las barras. Como se observa en el Gráfico 8, el

tipo de información que predomina en el *Correo del Caroní* es Deporte, seguida de Política y Suceso. Llama la atención que las informaciones relativas a Industria, donde no participa el sindicato, y las informaciones sobre Economía tengan poca presencia en el contenido, siendo Ciudad Guayana un polo industrial y económico para la región y el país (Empresas Básicas, Siderúrgica, Hidroelectricidad). Eso refleja la tendencia temática que tiene el diario: Deporte, Política y Suceso, en primer orden. Otro aspecto que se destaca, por lo menos así lo indica esta muestra, es la cuarta posición de contenido representado por la categoría Civil, lo que indica el interés del diario por facilitar espacios de comunicación a las denuncias y quejas de los habitantes de la ciudad.



### Gráfico 9

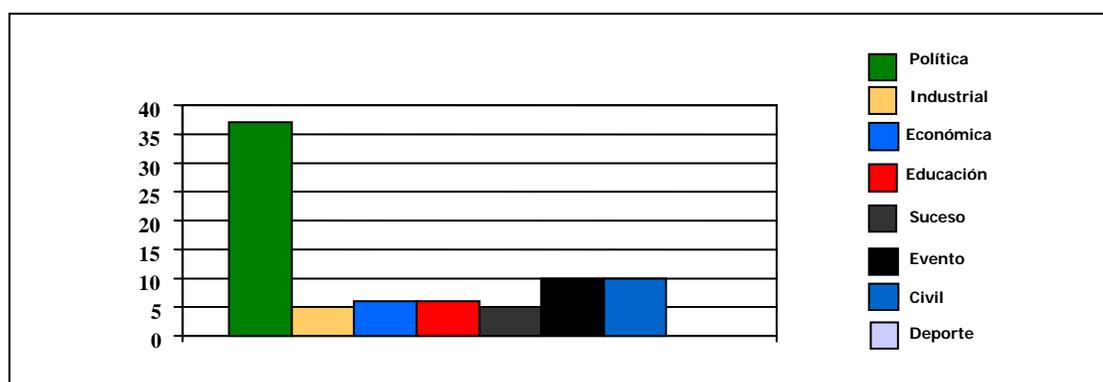
#### TIPO DE CONTENIDO QUE PREVALE EN TV NOTICIAS

Tal y como está expresado en el Gráfico 9, el tipo de contenido que prevalece en *TV Noticias* es Política, con mucha participación del sindicato. Le sigue Suceso, en una proporción menor, así como una relación pareja entre las restantes categorías, incluyendo Deporte, en contraste con el espacio que le dedica el *Correo del Caroní*.

Lo que llama la atención es que en *TV Noticias* el contenido relacionado con Industria, Economía y Educación es bajo, en comparación con las otras categorías.

En el caso del *Noticiero CNS* el contenido predominante es Política. Existe una ausencia de informaciones deportivas y una relación pareja con el resto del contenido. ¿Qué pasará con las informaciones sobre Industria? ¿Será más fácil tener acceso a las fuentes políticas que a las industriales?

En general se interpreta que cada medio tiene un perfil diferente en sus contenidos, lo que asegura una oferta informativa distinta para una misma audiencia. Sin embargo, esto no es condición para confirmar que la información ofrecida en una misma categoría (Deporte, por ejemplo) sea la más actualizada en



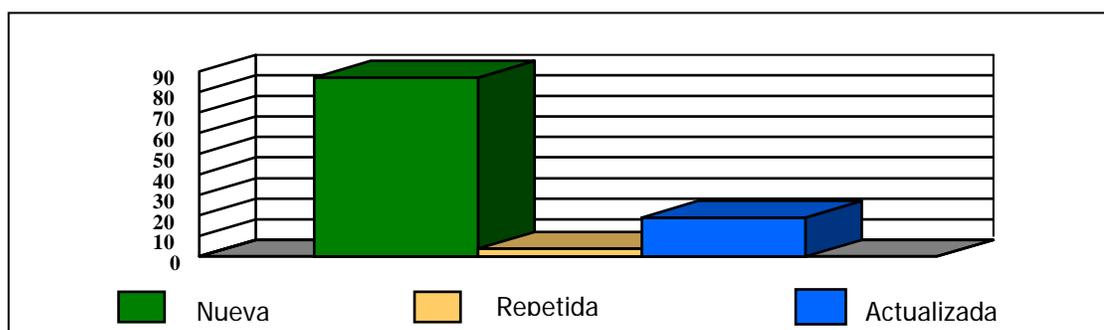
### Gráfico 10

#### TIPO DE CONTENIDO QUE PREVALE EN EL NOTICIERO CNS

relación con la transmisión o divulgación que realicen los otros medios sobre la misma información. Ahora bien, si el tipo de contenido informativo hubiese resultado parejo entre los tres medios (igual tendencia en Política, Suceso o Deporte, por ejemplo), tampoco sería indicio para señalar una homogeneización de contenido

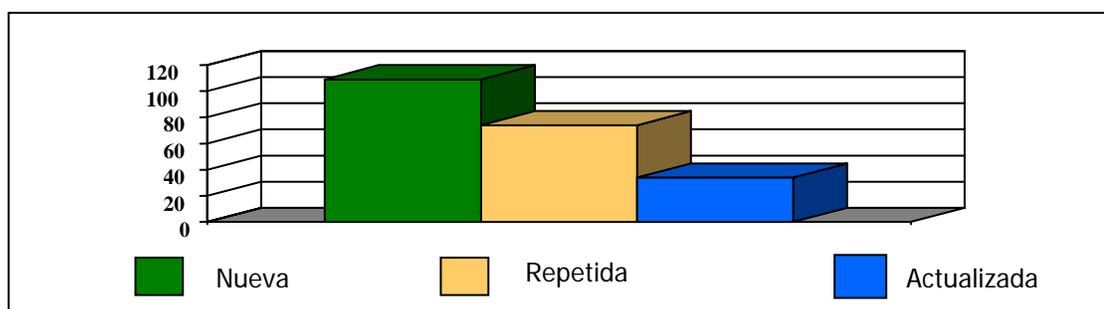
entre los tres medios, ya que dependerá de la cantidad y calidad de las fuentes consultadas que presenta cada medio en la divulgación de sus informaciones.

Con la finalidad de conocer si la información que ofrecen los periodistas de planta es actualizada o repetida, en relación con las ediciones del grupo, a continuación se presentan los Gráficos 11, 12 y 13.



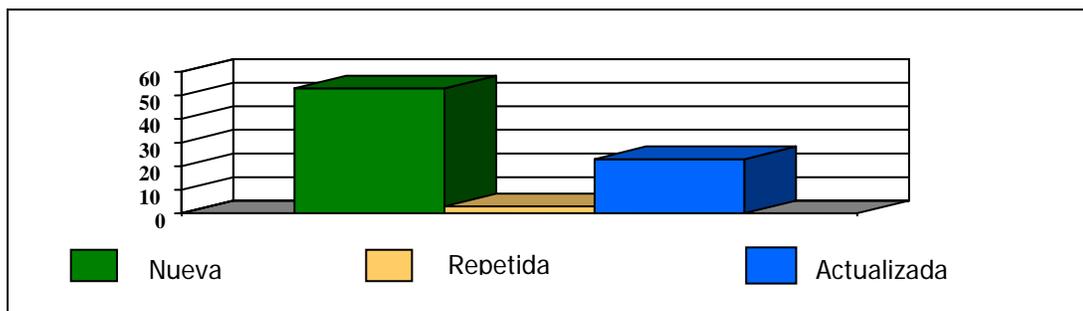
**Gráfico 11**

INFORMACIONES PRESENTADAS EN EL *CORREO DEL CARONÍ* SEGÚN EL TIEMPO DE SU APARICIÓN, EN RELACIÓN CON LA PUBLICACIÓN INFORMATIVA DE LOS OTROS MEDIOS



**Gráfico 12**

INFORMACIONES PRESENTADAS EN *TV NOTICIAS* SEGÚN EL TIEMPO DE SU APARICIÓN, EN RELACIÓN CON LA PUBLICACIÓN INFORMATIVA DE LOS OTROS DOS MEDIOS



**Gráfico 13**

INFORMACIONES PRESENTADAS EN *EL NOTICIERO CNS* SEGÚN EL TIEMPO DE SU APARICIÓN, EN RELACIÓN CON LA PUBLICACIÓN INFORMATIVA DE LOS OTROS DOS MEDIOS

Algo distinto sucede en *TV Noticias*, donde aún cuando predominan las informaciones Nuevas, le siguen las Repetidas; y en tercer lugar las Actualizadas, tal y como se aprecia en el Gráfico 12. ¿Por qué es tan alto el nivel de las informaciones Repetidas?. Hay dos hechos que hay que considerar que pueden explicar esta lectura: primero, en este gráfico se sumaron las informaciones de las dos ediciones del día, donde por razones de valoración algunas informaciones de la edición del mediodía se repiten en la edición estelar, y viceversa; en segundo lugar, cuatro reporteros que trabajan para *TV Noticias* también trabajan para el *Noticiero CNS*, y este programa informativo se escucha primero a las 6:00 pm, antes de la edición de *TV Noticias* de las 8:00 pm.

El Gráfico 12 indica la relación del tiempo de las informaciones para el *Noticiero CNS*, similar a la relación que plantean los datos del *Correo del Caroní*: predominan las informaciones Nuevas, le siguen las Actualizadas y en baja representación, las Repetidas.

Una observación pertinente para este estudio es la presencia alta de noticias Nuevas en comparación con las Actualizadas. De funcionar las tres empresa como un único equipo informativo, a través del pluralismo de fuentes consultadas sobre los hechos más destacados de la región, la columna de informaciones Actualizadas tendería a subir, resultado de la comunicación esperada entre los profesionales de la información, y el trabajo de investigación, lo que aumentaría la potencia informativa de cada medio.

En un intento por conocer la potencia informativa a la que se refiere Fontcuberta (p. 54), en Cuadro 8, se expresa una relación promedio entre el número de periodistas de planta y el número de fuentes consultas.

La primera columna muestra el orden de aparición de los medios de información durante un día. El *Correo del Caroní* circula en la mañana, *TV Noticias* presenta su edición a las 12:30 del mediodía; el *Noticiero CNS* se presenta a las 6:00 pm y la edición estelar de *TV Noticias* a las 8:00 pm. La segunda columna muestra las categorías periodista, información y fuentes consultadas. Las siguientes seis columnas son los días analizados, de jueves a martes.

### Cuadro 8

POTENCIA INFORMATIVA: CANTIDAD DE INFORMACIÓN DIARIA PRESENTADA POR LOS PERIODISTAS DE PLANTA Y EL NÚMERO DE FUENTES CONSULTADAS EN LOS TRES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

	Número	J	V	S	D	L	M	Total	Promedio
<i>Correo del Caroní</i>	Periodista	9	9	8	8	7	9	50	8.3
	Información	27	25	25	17	14	20	128	21.3
	Fuente	33	35	26	18	21	22	155	<b>25.8</b>
<i>TV Noticias Meridiana</i>	Periodista	7	6	6		8	9	36	7.2
	Información	19	23	11		19	14	86	17.2
	Fuente	26	16	8		16	19	85	<b>17</b>
<i>Noticiero CNS</i>	Periodista	6	6			5	6	23	5.75
	Información	17	22			19	21	79	19.75
	Fuente	10	16			16	17	59	<b>14.75</b>
<i>TV Estelar</i>	Periodista	9	6	7		7	7	36	7.2
	Información	24	20	16		25	20	105	21
	Fuente	35	24	24		20	23	126	<b>25.2</b>

La lectura de la tabla se hace desde arriba hacia abajo. Lo que es lo mismo decir que el día jueves, 9 periodistas del *Correo del Caroní* reportaron 27 informaciones (en promedio, 3 informaciones producida por cada uno de ellos) a través de la consulta de 33 fuentes. Es lo mismo decir que en 28 informaciones se identificó una fuente; y cinco informaciones se registraron dos fuentes de información. Igual interpretación merecen los demás medios de comunicación, específicamente el *Noticiero CNS*, que de 6 periodistas en promedio producen 20 informaciones diarias (de 3 a 4 informaciones por periodista) a través de la consulta de 15 fuentes, resultando información sin fuente identificada. Este es precisamente un aspecto a considerar en la propuesta de la Sinergia Informativa que persigue que se consulten la diversidad de fuentes posibles en torno al mismo hecho noticiable, evitando así la repetición de las fuentes, a menos que expresen nueva información sobre el acontecimiento, como parte de las consecuencias del hecho. Esta interpretación sugiere también que los tres medio apunten al hecho noticioso más destacado, o el que valdría el esfuerzo de promover, desde lo tres medios, una meta específica en la sociedad: opinión pública, conciencia colectiva, desarrollo, entre otros.

Otra lectura que se desprende del Cuadro 8 es la cantidad de información que producen al día los reporteros en cada medio. En promedio los periodistas publican, en general, de 3 a 4 informaciones por jornada, lo que explica que cada periodista cumple una cuota parecida de trabajo.

Lo nuevo sería pensar en el valor agregado que podría generar la totalidad de los periodistas nómina de los tres medios, en total 23, en el desarrollo de un trabajo conjunto en la cobertura y divulgación de las informaciones, con el objetivo de que

los reportes sean más complementarios que redundantes. En este sentido se mantendría la cantidad de informaciones, y se mejoraría la calidad de las mismas al incluir más fuentes informativas. Otra de las propuesta que exigiría la Sinergia Informativa es que cada periodista debe presentar, por lo menos dos fuentes de información, distintas a las que presentase su colega en otro medio.

Con los análisis morfológico y de contenido realizados a la muestra de las ediciones, se ha obtenido una aproximación a la situación actual de cada empresa. Sin embargo, en la dinámica del Grupo Focal, donde intervino más del 80% de los periodistas y coordinadores de los tres medios, se obtuvieron datos más precisos relacionados sobre el funcionamiento interno en cada empresa, cuyos resultados se presentan seguidamente para responder algunas interrogantes planteadas en el problema de esta investigación.

### **CORREO DEL CARONÍ**

Del *Correo del Caroní* se conoció una ausencia de autoridad en la asignación y seguimiento de pautas, lo que pudiera explicar la baja cantidad de fuentes consultadas. Analizando el proceso del trabajo diario de redacción, el cierre del periódico descansa en una sola persona, quien recibe el material de cada reportero por separado, sin un orden establecido. Una propuesta que podría contribuir a mejorar esta dinámica es un sistema de trabajo similar al que adoptan otros medios impresos regionales al identificar un cargo que pauté temprano en la mañana a los reporteros, conocido como **Jefe de Información o Redacción**; y otro que reciba el material redactado, jerarquice y cierre el periódico al final de la noche,

denominado **Jefe de Edición**, con lo que se garantizaría la continuidad informativa del diario hasta su cierre nocturno. De este modo se identificaría la autoridad oficial (Jefe de Información es igual a Coordinador) para la dinámica que se plantea con la Sinergia Informativa.

Otro aspecto identificado en el *Correo del Caroní* es número insuficiente de reporteros para aumentar la presencia de informaciones regionales y realizar acciones estratégicas para la organización (ampliación y contratación de fuentes de las notas de prensa recibidas; seguimiento de noticias; necesidad de un corresponsal con dedicación exclusiva en Ciudad Bolívar, con un fotógrafo asignado; suplencia del personal de vacaciones, coordinadores y reporteros de guardia; preparación de reemplazos; entre otras necesidades). Unido a esto se detecta una ausencia en la comunicación formal entre reporteros, corresponsales y coordinadores medios (exceptuando el trabajo de equipo del área de Deportes), así como una desvinculación comunicacional generalizada de periodistas del *Correo del Caroní* con homólogos de *TV Noticias* y *Noticiero CNS*, exceptuando el contacto espontáneo entre los colegas de Suceso del *Correo del Caroní* y *TV Noticias*, entre una reportera de *TV Guayana* y el corresponsal del *Correo del Caroní* en Ciudad Bolívar, así como la reportera de Política del *Correo del Caroní* que también informa para el *Noticiero CNS*.

Durante las intervenciones del Grupo Focal hubo coordinadores del *Correo del Caroní* que expresaron su preocupación por el bajo nivel de redacción de los periodistas; y los periodistas a su vez confirmaron una ausencia de autoridad para el seguimiento de sus trabajos. En este sentido, aclararon que cuando un reportero

de otro medio informa al *Correo del Caroní* sobre un acontecimiento de última hora prefieren acudir al vigilante de guardia que al encargado de la edición, por lo que en muchas ocasiones se pierde el mensaje y el periodista se dedica a otra información, lo que representa una ausencia total de una red de comunicación formal entre reporteros y coordinadores.

## **TV NOTICIAS**

En el caso de *TV Noticias* se pudo conocer que existe una comunicación constante y bilateral entre la coordinación y el equipo de reporteros, lo que permite conocer a tiempo muchos de los acontecimientos de la ciudad y lograr con ello una cobertura periodística más completa en las informaciones regionales. Por esta dinámica comunicacional, para los periodistas de *TV Guayana* se les hace más fácil pensar en la siguiente edición de *TV Noticias* que en las ediciones del *Correo del Caroní* y del *Noticiero CNS*.

Con esta información se puede inferir un conato de Sinergia Informativa en los tres medios a partir de la iniciativa natural del personal de *TV Noticias*. Si el problema es un asunto actitudinal podría pensarse en rotar a los periodistas de *TV Noticias* al *Correo del Caroní* para asegurar la comunicación. Otra iniciativa pudiera ser la conformación de un Comité o Consejo de Redacción entre los tres medios, representado por un coordinador de cada medio, para definir pautas comunes de trabajo.

Una detección identificada, por no funcionar como un equipo de trabajo alineado con una visión común de Sinergia Informativa, ha sido la pérdida de oportunidades

de transmisiones telefónicas en vivo que han tenido los enviados especiales *del Correo del Caroní*, por ejemplo, cuando han intentado transmitir sus informaciones por *TV Noticias*.

Otra limitación registrada fue la poca disponibilidad de equipos de grabación de TV, que en algunos casos ha privado a los reporteros de *TV Noticias* asegurarse una información compartida con otro medio. "Sin imágenes es poco lo que podemos mostrar", señaló un periodista.

## **NOTICIERO CNS**

El equipo de periodistas de este programa radial está integrado por dos reporteras, más el trabajo de cuatro periodistas de *TV Noticias* que apoyan la producción informativa de este noticiero. Ante esta relación se puede establecer otro indicativo que favorece la implantación de la Sinergia Informativa: la experiencia de algunos periodistas de trabajar en distintos medios (*Noticiero CNS* y *Correo del Caroní*), lo que permitiría disponer de un equipo de reporteros con más habilidades comunicacionales y, por consiguiente, más competente para la movilización de recursos humanos dentro del grupo. Lo contraproducente, desde el punto de vista comunicacional, es la tendencia a la redundancia informativa que promoverían los periodistas que trabajan simultáneamente para dos medios del grupo, al utilizar las mismas fuentes, sobre todo por lo cercano que están las ediciones del *Noticiero CNS* (6 pm) y *TV Noticias* (8 pm).

Está claramente identificado, entre coordinadores y periodistas, el canal de comunicación que establece *Noticiero CNS* con el *Correo del Caroní* (una periodista

trabaja para los dos medios) y con *TV Noticias* (con la coordinación principal, expresado en el cargo de la Gerente de Información). Esto demuestra que la red de comunicación, al considerar la Sinergia Informativa, debe establecerse entre varios niveles: entre reporteros homólogos, entre coordinadores de los tres medios, y entre reportero y coordinador en cada medio, principalmente.

Como plan potencial para formalizar la Sinergia Informativa, se conoció de un proyecto a mediano plazo: convertir a una emisora del circuito (Radio Sur 700 AM) en un canal de 24 horas de información, una oportunidad de desarrollo para todo el equipo de reporteros de los tres medios, incluyendo la posibilidad de disponer pasantes en entrenamiento.

Aún cuando los coordinadores y reporteros de los tres medios están conscientes de la situación de cada empresa, igualmente reconocen los beneficios que les aportaría trabajar como un único equipo de trabajo. En este aspecto, los coordinadores destacaron que se incrementaría la identificación e intercambio entre los integrantes de la organización al definir estructuras para el funcionamiento de la sinergia, así como el mejor aprovechamiento de los recursos humanos. "Hay buenos reporteros en los tres medios que pueden tener una mejor relación y realizar una mejor cobertura en el tratamiento de la información regional", señaló un coordinador, lo que indica que se podría utilizar mejor el recurso humano de los tres medios de modo más efectivo para la Sinergia Informativa. Esto demuestra una apertura por parte de los coordinadores de esperar un mejor resultado de los reporteros que dirigen, lo que incrementaría la confianza en el grupo y el refuerzo de la identidad corporativa. "Es mucho lo que se puede hacer si se fortalece el trabajo

regional entre los medios. Lo que ha faltado es más comunicación”, enfatizó otro participante. Precisamente, lo que pretende esta tesis es aportar una visión y un diseño de funcionamiento basado en una red de comunicación formal para hacer funcionar la Sinergia Informativa.

Por su parte, los periodistas destacan que compartir los recursos materiales (transporte, radio, computadoras) para lograr la Sinergia Informativa sería una señal de buena gerencia; y la oportunidad de participar en cualquiera de los medios de comunicación sería ideal para su desarrollo de carrera. En este sentido, la postura de los periodistas también es de apertura, lo que podría concluirse que entre ambas partes (coordinadores y reporteros) existe un clima favorable para incrementar el espíritu de cuerpo que facilite aún más las relaciones interpersonales y, con ello, la implantación de una red de comunicación formal y el fortalecimiento de una identidad corporativa.

**PROYECTO FACTIBLE:**  
**SINERGIA INFORMATIVA**

Por lo expuesto anteriormente, se concluye que cada empresa presenta una situación particular distinta, consecuencia de su cultura, historia y modos de hacer el trabajo. El análisis de las intervenciones de los reporteros y coordinadores se centrará, de aquí en adelante, en los datos que permitan realizar un análisis por discrepancia entre “Lo que es” y “Lo que debería ser”, en las categorías de Entradas, Procesos y Productos. La meta es formular un modelo de red de comunicación formal para coordinadores y periodistas, de un grupo de medios de comunicación, para que funcionen como un equipo de alto desempeño, en la cobertura y divulgación de hechos noticiables.

En los Cuadros 9 y 10 se registran las respuestas que ofrecieron los periodistas y coordinadores en cada Grupo Focal, las cuales se agruparon en las categorías Entradas, Procesos y Productos, ya definidas en el capítulo referido a la Metodología. El Cuadro 9 refleja la situación actual de los medios, y el Cuadro 10 lo que pudiera hacerse para generar Sinergia Informativa, a partir del funcionamiento de una red de comunicación formal para los profesionales de la información de los tres medios, uso aprovechable de recursos y nuevos procedimientos de trabajo y enfoques.

Luego de los Cuadros 9 y 10 está la interpretación de las referidas intervenciones en tres de las categorías que propone Kaufman (1991), en el Modelo de Elementos Organizacionales, al contrastar la situación actual con la posibilidad del Proyecto Factible, al que se le ha denominado Sinergia Informativa.

**Cuadro 9****LO QUE ES: INTERVENCIÓN DE COORDINADORES Y PERIODISTAS SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL EN EL CORREO DEL CARONÍ (CC), TV NOTICIAS (TVN) Y EN EL NOTICIERO CNS (CNS)**

<b>ENTRADA</b>	<b>PROCESO</b>	<b>PRODUCTO</b>
<p>El sistema de radio lo tiene el personal de seguridad del CC, y de TVG, no los periodistas.</p> <p>No hay personal de guardia para cubrir hechos nocturnos, los cuales son atendidos en muchas ocasiones por el fotógrafo de turno del CC.</p> <p>No hay suficientes cámaras en TVG, ni fotógrafos en el CC.</p> <p>Se requieren más cámaras en TVG para producir mejor las informaciones de deporte regional: "queremos más autonomía de recursos y de trabajo".</p> <p>El mantenimiento de los equipos de TVG (cámaras y grabadores) es fundamental. A veces no prenden los equipos y tenemos que correr con otros equipos.</p> <p>Hay periodistas en TVG y en el CC que trabajan en el CNS.</p> <p>Vivimos en una zona netamente industrial y la tendencia es referirse a otras empresas: Alcaldía Caroní, Prefectura, Sindicato.</p> <p>El CC dispone de carros y celulares suficiente para los periodistas.</p> <p>La coordinadora de cierre del CC solo tiene salida a celulares desde el teléfono de su oficina. El vigilante cuando se entera de novedades nocturnas no tiene manera de informarle al reportero de suceso.</p> <p>Los periodistas del CC tiene celulares y correo electrónico, no radios.</p> <p>Los periodistas del CC no tienen TV para ver TVN ni radio para escuchar CNS.</p> <p>Hace falta periodista de guardia, con cámara, en el CC que cubra los sucesos de la noche y dirija el manejo de la información en el trabajo de corrección de textos.</p> <p>En Ciudad Bolívar, el cronista tiene su cámara profesional y la reportera gráfica una cámara digital.</p> <p>Los periodistas de TVN tiene radio, celulares, y no tienen correo electrónico.</p> <p>Los periodistas de CNS solo tienen correo electrónico, mas no radio ni</p>	<p>En muchas ocasiones periodistas homólogos del CC y TVG en las fuentes de suceso, educación y política (sindicato), se llaman para consultarse las pautas y datos. Sin embargo los recursos no ayudan: no hay cámaras de TV disponibles.</p> <p>Ante procesos eleccionarios, cada medio trabaja por separado.</p> <p>En Ciudad Bolívar a veces ha pasado que el CC no ha estado en la pauta y TVN le facilita el sonido para que el periodista lo grabe.</p> <p>En la corresponsalia del CC en Bolívar si tenemos fallas. No tenemos por ejemplo esa comunicación que tienen las reporteras de TVG con su jefa, que es constante, todos los días. Nos gustaria tener un Jefe de Redacción que nos indique en qué debemos profundizar. Estamos acéfalos. Necesitamos más guía. Vamos a la Asamblea, a Hacienda y presenta la información en Puerto Ordaz y allá no le dan la importancia que yo sí le doy. Para eso más comunicación.</p> <p>La rutina diaria nos está quemando. Nos quedamos en "expresó", "precisamente", y "finalmente tal cosa". ¿Y la investigación".</p> <p>En el CC no hay una estructura de autoridad definida con criterio para pautar a los periodistas.</p> <p>Periodistas del CC cuando se enteran de una novedad llaman al colega de la fuente. No tiene vinculación con los otros medios de grupo.</p> <p>Hay carencia de reporteros, y quienes son no están en contacto permanente con la coordinadora.</p> <p>La coordinadora del CC garantiza que el periódico esté a la 6 am en la calle. "Si los reporteros no entregan completo su trabajo yo lo completo. No puedo salir con ¾ de página en blanco. Entonces, qué pasa, te revientan, y esto rompen cualquier intento de sinergia".</p> <p>El tratamiento de una noticia es diferente en cada medio.</p> <p>Los coordinadores no tienen problemas en compartir una primicia con otros colegas del medio. El peligro está en</p>	<p>El sentido y los criterios de valoración en las informaciones son distintos en cada medio.</p> <p>La primera plana del CC debe ser muy equilibrada entre informaciones regionales, nacionales e internacionales. La gente cuando está en el quiosco y las informaciones del CC coincide con las informaciones de los diarios nacionales, el lector de Guayana prefiere el CC.</p> <p>TVN siempre abre su estelar con una noticia regional, aunque no sea lo más noticioso de su edición, para no competir con los noticieros nacionales.</p> <p>Algunos coordinadores están de acuerdo con abrir con lo que sea más relevante, sea regional, nacional o internacional.</p> <p>Hay coordinadores que no están de acuerdo con que haya una norma tajante que siempre se abra con una noticia regional, a menos que sea demasiado importante. Eso es una orientación. Cada medio tiene su personalidad. Sin embargo eso no priva que podamos coordinar esfuerzos entre los tres medios.</p> <p>Para los habitantes de Guayana todo depende, puede ser nacional, internacional o regional, desde la muerte de un presidente de otro país o si el gobernador chocó contra un árbol. Eso es relativo. Se puede abrir con un suceso o con una información de política.</p> <p>Ciudad Bolívar es la plataforma de la pequeña y mediana industria minera del interior (oro y diamante). Aquí están los centro de operaciones y financieros, y el aeropuerto con más movimiento de operaciones de Venezuela, por la minería. TVG siempre lo destaca cuando cubre el aeropuerto de la ciudad.</p> <p>Sobre los créditos de la información, hay periodistas que le importa ser mencionado, a otros no le gusta, no les interesa.</p>

Cuadro 9 (cont.)

ENTRADA	PROCESO	PRODUCTO
<p>celulares.</p> <p>Compartir un mismo carro para los periodistas de TVN y el CC es incómodo, ya que TVG necesita los puestos para el chofer, el camarógrafo, el asistente y el periodista.</p> <p>El medio más utilizado, desde Ciudad Bolívar, es el teléfono o el celular, indudablemente. Ya tenemos la experiencia de pasar la información para radio y televisión. Desde aquí se ha reportado en vivo para ambos medios audiovisuales.</p> <p>En el CC en Ciudad Bolívar estamos un poco fallos. No tenemos correo electrónico, pero pronto nos mudaremos a la emisora de Candela, donde tendremos computadoras nuevas. Los disquetes de las fotos de Ciudad Bolívar tenemos que enviarlo por valija a Puerto Ordaz. Nos ha pasado que a las 3 o 4 de la tarde hay una noticia y no podemos enviar las fotos porque ya la valija se ha ido. Nos queda el fax, pero sin fotos. Y solo nos comunicamos por teléfono. No tenemos radio.</p>	<p>que otros medios de la región se enteren antes.</p> <p>Los periodistas se sienten orgullosos y satisfechos cuando comparten un trabajo, la jerarquización y su enfoque. Esto se está dando entre reporteros que cubren fuentes homólogas.</p> <p>Los periodistas difícilmente estamos en situación de compartir primicia con otros. Las primicias murieron hace mucho tiempo, desde que nació CNN. La primicia se convirtió en el tratamiento y en la forma de manejar la información.</p> <p>Hay mucha información de política en los medios nuestros porque estamos en un país politizado; y antes de que los periodistas busquen las noticias, los políticos van a los medios a ofrecerla, hablan con el director, el periodista y dan la información. Eso produce que el medio se llene de información política.</p> <p>Produce mucho orgullo cuando el medio abre con la información que produce como periodista. Es un estímulo para seguir trabajando.</p> <p>El nivel profesional del periodista en el CC es bajo (mala sintaxis, errores de redacción), con algunas excepciones.</p> <p>Hay momentos que en el CC que no hay profesionales de la información (están cubriendo)</p> <p>Ante una noticia de suceso, periodistas de otras fuentes llaman a los reporteros de suceso del CC y TVG.</p> <p>Hay una interrelación perfecta entre los periodistas de suceso de TVN y el CC, lo que demuestra que sí es posible la sinergia.</p> <p>Se desaprovecha la inmediatez de TVG en la transmisión en vivo de enviados especiales al exterior (Andrés Galarraga desde Estados Unidos), para ser diferidos en segunda tanda de noticias.</p> <p>Cuando los periodistas de TVN se enteran de novedades fuera de su horario informan por radio al CC, dando por enterado a los vigilantes.</p> <p>En rutina diaria, los periodistas de TVN avisan a su coordinador (gerente de información) para coordinar con los demás medios.</p> <p>Ante una novedad, la periodista de TVN de Ciudad Bolívar se comunica directamente con su coordinadora o con su colega en el CC, y envía por fax o correo letra de lo sucedido.</p> <p>Los periodistas de TVN piensan más en la próxima edición de este programa, más que en las ediciones de los otros</p>	<p>"Cuando se mencionan los nombres lo que se siente es más compromiso y reconocimiento, además de crear expectativas en la gente, la cual supondría que se tratará de algo muy bueno, y con ello se le garantizaría la continuidad de la información".</p> <p>Lo que más lee y busca la gente es deporte y suceso, y sus respectivos seguimientos.</p>

Cuadro 9 (cont.)

ENTRADA	PROCESO	PRODUCTO
	<p>medios.</p> <p>Favorece la experiencia de los periodistas de haber trabajado en otro medios de comunicación del grupo.</p> <p>En muchas ocasiones en CNS se señala que esa información será ampliada en el CC o en TVN.</p> <p>Por lo general, cuando CNS se entera de una novedad fuera de su horario de producción llama a la periodista del CC que trabaja también para CNS, y en el caso de TVN a la coordinadora (gerente de información del canal).</p> <p>Ha faltado más comunicación e integración entre los medios. Una propuesta es normar la comunicación entre los medios.</p> <p>Desde Ciudad Bolívar la fotógrafa del CC no tiene contacto con la coordinadora de Puerto Ordaz y pierde el trabajo en la mañana.</p> <p>Por experiencia no estamos acostumbrados a comunicarle a los demás medios lo que tenemos como noticias para que ellos también la traten.</p> <p>Por experiencia hay más comunicación entre TVN y CNS (están en el mismo edificio) que con el CC. Periodistas de los dos primeros medios se reúnen en la mañana para coordinar pautas.</p> <p>A veces se entrevista a un reconocido deportista en el CC y luego el periodista de TVN pasa varios días localizando a la persona para realizarle la misma entrevista.</p> <p>Ha sucedido que hechos que se conocen en TVN y CNS, y no se saben en el CC porque el vigilante del periódico no le dio importancia.</p> <p>Periodistas que tienen 6 meses trabajando en TVN no conocen los coordinadores del CC, más si algunos periodistas.</p> <p>La escasez de fotógrafos y cámaras limita la cobertura de la noticia. Sin imágenes es poco lo que se puede mostrar.</p> <p>Por lo general, los periodistas nos llamamos y nos conseguimos en las pautas. Somos independientes.</p>	

**Cuadro 10****LO QUE DEBERÍA SER: INTERVENCIÓN DE COORDINADORES Y PERIODISTAS SOBRE LO QUE DEBE HACERSE PARA IMPLANTAR LA SINERGIA INFORMATIVA EN EL CC, TVN Y EN EL CNS**

<b>ENTRADAS</b>	<b>PROCESOS</b>	<b>PRODUCTOS</b>
<p>En Ciudad Bolívar el CC debe tener un periodista y un fotógrafo a tiempo completo.</p> <p>De trabajar con sinergia informativa se aprovecharían mejor los recursos que tenemos, señal de buena gerencia.</p> <p>Los medios de comunicación que optarían utilizar los coordinadores para comunicarse con sus homólogos y periodistas, por orden de prioridad son:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- El teléfono.</li> <li>2.- El celular.</li> <li>3.- La radio.</li> <li>4.- Fax.</li> <li>5.- Correo electrónico.</li> </ol> <p>El teléfono es el medio que prefieren seguir usando los periodistas para comunicarse con sus homólogos o su respectivo coordinador</p> <p>Se debe asignar un vehículo para cada reportero en cada medio. Aprovechar más el usos de los vehículos para el trabajo de los periodistas. Hacer más ágil el proceso administrativo en la asignación de los mismo. No se justifica que queden vehículos en TVG cuando hay periodistas en el CC que no tienen vehículos.</p> <p>Para el CC se deben asignar más periodistas y más radios para los periodistas.</p> <p>Debe reforzarse la corresponsalia del CC en Ciudad Bolívar. La empresa debe garantizar que ese corresponsal sea bueno. Se requiere un periodista a tiempo completo, un corresponsal que atienda todo, con una unidad móvil, en constante comunicación con el periódico, inclusive a través del correo electrónico.</p> <p>Se deben inventariar los recursos materiales con que cuentan los periodistas de las tres empresas.</p> <p>Analizar el uso de la radio en relación con el celular: es más efectivo, no requiere ni batería ni tarjeta.</p> <p>A Santa Elena de Uairén ya está llegando al señal de Telcel. Hay que tener tecnología de punta; laptop</p>	<p>Tendríamos que empezar la sinergia entre tres los coordinadores y sentar al resto del equipo para indicarles por dónde comenzar.</p> <p>De trabajar con sinergia informativa se incrementaría la identificación y el intercambio entre los integrantes de la organización.</p> <p>Oportunidad de desarrollo y participación para definir si al periodista le gusta trabajar más en la prensa, la radio o la televisión.</p> <p>De enterarse de un hecho periodístico fuera o durante su jornada de trabajo, algunos coordinadores llamarían primero:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.- A la persona con quien tienen mejor relación interpersonal, por la garantía del retorno en la comunicación.</li> <li>2.- Al periodista de la fuente o al coordinador o jefe para que ubique a quien sea necesario.</li> <li>3.- Directamente al coordinador, porque es quien tiene la autoridad para decidir, y de ser necesario se acercaría hasta su oficina.</li> <li>4.- Al personal de seguridad le informarían en última instancia, y dependiendo de la hora.</li> </ol> <p>De enterarse de una noticia los reporteros llamarían al coordinador del medio de comunicación próximo a salir al aire o a la calle para que reporte la novedad informada.</p> <p>Por práctica al enterarse de hechos periodísticos fuera o durante de su jornada de trabajo llamas a su homólogo, y lo ideal sería también llamar al coordinador responsable o al Jefe de Información del otro medio.</p> <p>Otros opinan que lo importante es comunicarse con un periodista del medio para asegurar la cobertura por esa parte.</p> <p>Llamar al compañero de la fuente para avisarle la novedad a través del celular o teléfono Cantv, o por el sistema de radio. La frecuencia: las veces que sean necesarias para informar y confirmar que el periodista recibió la novedad. Hay que aprovechar la inmediatez de la radio como medio de comunicación social.</p> <p>Tendría que haber un Consejo de Redacción entre los tres medios. No tiene porqué haber una ruptura, sino que cada medio mantenga su personalidad. Crear mecanismos de consulta entre todos, así como discutir grandes temas que pudieran abordarse entre los medios.</p>	<p>Es mucho lo que se puede hacer si se fortalece el trabajo regional entre los medios.</p> <p>Debería suceder que se anuncien los trabajos y los nombres de los periodistas que preparan un reportaje sobre determinado aspecto de la noticia.</p> <p>Siendo los tres medios de un mismo dueño, quizá deberíamos tener una directriz común en la jerarquización para que se evidencie la fuerza de un mismo equipo.</p> <p>Temas actuales para trabajar entre los tres medios de comunicación social: la defensa de la democracia en el plano político, crecimiento político, empleo y calidad de vida en la ciudad. Estas podrían ser líneas maestras, sin necesidad de uniformar las cosas.</p> <p>El 50% del territorio nacional lo tiene el estado Bolívar: tenemos minas, industrias, y se pudiera generar información que le interese al resto del país y del mundo, lo que pasa con el oro, el acero y el hierro en el sur del estado.</p> <p>Ser más cuidadoso con la primera plana del CC, de modo de incluir informaciones que le interese más a los habitantes de la ciudad: sus empresas, sus comunidades, resultados de las elecciones.</p>

Cuadro 10 (cont.)

ENTRADAS	PROCESOS	PRODUCTOS
<p>(correo electrónico), cámara digital y un celular, sistema módem, ya que esta región está generando mucho más información.</p> <p>El CC debe tener un periodista de guardia para el trabajo nocturno. Pudiera ser cualquier periodista que no esté en su jornada.</p> <p>Se propone un programa de guardia para los tres medios.</p> <p>Lo ideal es quedarnos con la gente que debe ser y luego hacer una reunión con todos para explicarle lo que se pretende con la sinergia.</p> <p>Ubicar todos los medios en un mismo edificio (una sola sala de Redacción).</p> <p>Hechos que deben tratarse en los tres medios: suceso, política y economía (precios de la comida, hierro, acero, oro, diamante, dólar Mc Donald).</p> <p>Asignar una cámara exclusiva para el equipo Todo Deporte (programa aparte) para enriquecer el espacio deportivo en TVN.</p> <p>Utilizar con más frecuencia el uso de las llamadas telefónicas en las transmisiones de CNS y TVN para aprovechar la inmediatez de la noticia.</p> <p>Asignar móvil más pequeña para TVG para realizar más transmisiones en vivo y utilizar con discreción la imagen congelada en TV.</p> <p>Crear un cargo de coordinador para la corresponsalia de Ciudad Bolívar, donde están los poderes públicos, para que pauté y distribuya información para los tres medios.</p>	<p>Todos los tipos de hechos noticiosos podrían ser tratado en los tres medios de comunicación, siempre que sea importante. Prevaleció Sindicato, Suceso, Industria, los problemas de la ciudad, así como Campañas Informativas relacionadas con todas las</p> <p>fuentes vinculadas al problema. Para ello el Consejo de Redacción sería necesario (casos de las invasiones, problema de la basura).</p> <p>Es necesario realizar investigación y empezar a especializar con talleres a los periodistas en áreas claves: qué pasa con el acero a nivel mundial, en economía; y evitar generar información únicamente para llenar el periódico. Para ello se necesitaría un equipo dedicado a esa tarea. Se propuso una Unidad de Investigación que funcione simultáneamente para los tres medios a través de una estructura, distinta de las coberturas diarias. Esa unidad podría utilizar datos y elementos que sirvan para que los periodistas puedan realizar sus propios reportajes. Una unidad que reúna datos en una misma mesa.</p> <p>Evitar pasar periodistas a otros medios donde no tienen suficientes destrezas o capacitación de adaptación.</p> <p>El periodista de guardia debe estar capacitado para escribir cualquier tipo de información, desde suceso hasta deportes.</p> <p>Diseñar un Programa de Inducción para el grupo de los tres medios de comunicación, de modo que el personal nuevo conozca a todos sus colegas en la organización, así como los coordinadores y jefes de la información.</p> <p>Ofrecerle a los periodistas la oportunidad de trabajar en otro medio del grupo con la inclusión de un aumento en la remuneración.</p> <p>Hay periodistas en el CC que harían simultáneamente texto y fotografía de la noticia, siempre y cuando sea ocasional y no como parte de una rutina.</p> <p>Eventos que pueden cubrir entre los tres medios: juegos panamericanos, interempresas y los sucesos.</p> <p>Reunir a los periodistas de Ciudad Bolívar una vez a la semana para intercambiar ideas.</p> <p>Evitar la tentación de uniformar u homogeneizar a los medios. Cada medios debe mantener su propia identidad, su manera de hacer sus investigaciones a su modo, o que el periodista haga su propio</p>	

Cuadro 10 (cont.)

ENTRADAS	PROCESOS	PRODUCTOS
	<p>trabajo. De lo contrario iría en contra del oficio. La burocracia se comería las iniciativas. No se haría nada hasta que el consejo no decidiese.</p> <p>Promover encuentros informales entre los colegas homólogos de las fuentes de los tres medios de comunicación: almuerzos juntos durante la semana</p> <p>Las reporteras de TVN que cubre desde las 5 am se proponen a tomar las fotografías de los hechos ocurridos para que el periodista del CC amplie la información para la edición del día siguiente.</p> <p>Las informaciones que se conocen en el aeropuerto a primera hora de la mañana por parte de las reporteras de TVN, también se pueden realizar para el CC.</p> <p>Debe haber un Jefe de Información en el CC que marque pautas y realice seguimiento y reubique los trabajos para evitar el relleno de última hora.</p> <p>Hay una práctica común entre los reporteros de TVN que podría servir para el funcionamiento de los tres medios: el reportero saliente deja por escrito las informaciones que atendió durante su jornada para que el coordinador conozca el contenido así como la continuidad del trabajo. Podría pensarse de coordinador a coordinador.</p> <p>Periodismo cultural: además de consultar las fuentes tradicionales y tomar información adicional de TVN y CC, se propone chequear con CNS para verificar cualquier evento no comprendido en la Agenda Cultura.</p> <p>Es recomendable fomentar las relaciones interpersonales entre los periodistas.</p> <p>Hay problemas políticos, económicos y de comunidad que suceden en el sur del estado, los cuales se resuelve con las decisiones que se toman en la Gobernación y las reporteras de TVG pudieran cubrirlas.</p> <p>Se destacó la obligatoriedad de escuchar CNS, ver TVG y leer CC. Si vamos a trabajar en este sentido (sinergia informativa) es obligatorio que el CC tenga TVG encendido todo el tiempo, que la gente de TVG no salga a la calle si antes no se leyó el CC y sin escuchar CNS.</p> <p>Periodismo de Investigación; necesitamos profundizar y generar investigación sobre lo que se reporta. Una idea: trabajar 5 periodistas en la semana para investigar determinado tema, sin realizar trabajos de calle.</p> <p>Establecer un Consejo de Redacción entre las tres empresas para determinar</p>	

ENTRADAS	PROCESOS	PRODUCTOS
	<p>enfoques en el tratamiento de la información. Definir estructura y responsabilidades, sobretudo cuando el evento es predecible; juegos panamericanos: CC lo reseña, CNS transmite micros de historia, TVG muestra la imagen en vivo.</p> <p>Unificar criterio de remuneración entre los periodistas de los tres medios, de acuerdo con el rendimiento de cada uno.</p> <p>Internamente se pudiera hacer concurso sobre el mejor reportaje, la mejor foto, la mejor crónica del mes con la aprobación de un jurado, director y jefe de información y/o Consejo de Redacción.</p> <p>CNS tiene su programación y las emisoras podrían anunciar un extra informativo a cualquier hora del día. El periódico desplegaría y ofrecería la información más completa.</p> <p>Una propuesta para reforzar el periodismo regional: los periodistas del CC deben rehacer (con trabajo investigativo) las notas de prensa que recibe el periódico.</p> <p>Se proponen campañas sistematizadas de comunicación: invasiones, tratamiento del casco histórica, la influencia de los árabes. La iniciativa debe partir de los periodistas que están más cerca del problema y hay un director o jefe de redacción que apoye la situación hasta que se solucione el problema de interés social. Se hacen encuesta, se entrevista a las autoridades.</p> <p>El periódico tiene que tener un regulador, también para que fiscalice los trabajos de opinión mal redactado. Hay que tomar en cuenta que los medios de comunicación social son orientadores, y una palabra mal escrita o una ofensa personal desvirtúan la realidad. Hay que tener un Código de Ética, que aclare que no se puede ofender o insultar a nadie.</p> <p>Ideal que esta consulta que hoy se realiza se repitiese cada tres meses, y que se integraran a los camarógrafos.</p>	

## ENTRADAS

En esta categoría se analiza la disponibilidad de recursos materiales y humanos, así como la posibilidad de pautas informativas para la cobertura y divulgación de las noticias. Los datos describen la situación actual de los recursos materiales de comunicación en los tres medios: se observa un desequilibrio de distribución y asignación entre los periodistas y coordinadores. Los reporteros de *TV Noticias* tienen un sistema de radio instalado en cada vehículo de TV Guayana, en contacto directo con la coordinación de *TV Noticias*, lo que facilita la comunicación inmediata en la producción informativa del día. Entre tanto los reporteros del *Correo del Caroní*, tienen, cada uno, una dirección electrónica, mas carecen de un sistema de radio como el que disponen los reporteros de *TV Noticias*. Por su lado las reporteras del *Noticiero CNS* tienen correo electrónico, más no tienen celular ni radio asignados. Al considerar el funcionamiento actual de cada medio, podría pensarse que estos canales serían suficientes al considerar la naturaleza de cada medio: *TV Noticias* tiene dos emisiones al día y requiere una comunicación más constante entre su equipo de trabajo; el *Correo del Caroní* tiene un día completo para escribir sus informaciones y puede utilizar su dirección electrónica para recibir o procesar información escrita.

Ahora bien, si consideramos la Sinergia Informativa como el trabajo conjunto de todo el equipo de reporteros y coordinadores, interesará la velocidad de información, ya que sobre la marcha habrá que planificar la consulta de las diferentes fuentes, el tratamiento de la información, para así evitar la redundancia en el contenido. En este sentido será necesario una asignación equitativa de teléfonos (con acceso a

celulares), celulares personales, radio, fax, correo electrónico (*laptos* para las corresponsalías) y vehículos con chofer para cada periodista, con lo que se lograría la utilización de recursos materiales del modo más efectivo para el funcionamiento de la red de comunicación formal que se propone en esta tesis (periodista-coordinador; coordinador-coordinador, coordinador-periodista, periodista-periodista de la misma fuente).

Al consultar a los participantes sobre las preferencias de medios internos de comunicación, la mayoría estableció en primer lugar el teléfono, recurso disponible en las tres empresas. En este aspecto podría considerarse una infraestructura básica para comenzar el trabajo en equipo en el logro de la Sinergia Informativa.

El segundo medio que prefieren los periodistas es el celular, por la facilidad de ubicación en el sitio del reportero. Este recurso, potenciaría la función informativa para el medio de radio, más aún si se considera el proyecto del Circuito Norte Sur, 24 horas de información para la emisora Sur 700 AM. En este sentido, los periodistas de los tres medios manifiestan una apertura para informar para radio, a través del teléfono o celular, alguna novedad significativa para los habitantes de Guayana, que se presentase en su labor diaria, por lo que habría un aprovechamiento de recursos humanos (sinergia grupal).

El sistema de radio, el fax y el correo electrónico se ubicaron en los últimos lugares de preferencia. Se entiende que entre la radio y el celular se prefiere al segundo por su versatilidad; y el fax y el correo es más expedito para documentos. Sin embargo, el fax y el correo electrónico son medios muy utilizados por los corresponsales de Ciudad Bolívar, para el envío de sus informaciones.

En cuanto al recurso humano se detecta la necesidad de un personal periodista de guardia, para los tres medios, ubicado físicamente en el *Correo del Caroní*, que cubra las eventualidades nocturnas, así como el ingreso de un nuevo coordinador para las corresponsalías (Upata, Ciudad Bolívar, Santa Elena de Uairén), con lo que se reforzaría la optimización de recursos para la aplicabilidad del concepto de Sinergia Informativa, ya que se abarcarían más áreas regionales y, por consiguiente, mayor diversidad de fuentes.

Otros de los requisitos para que se cumpla la Sinergia Informativa es el conocimiento de los hechos que presentan los otros medios del grupo, por lo es requisito indispensable que los periodistas y coordinadores dispongan equipos de TV, radio y ejemplares de cortesía del *Correo del Caroní* en cada una de sus instalaciones. De este modo se pudieran realizar seguimientos al trabajo final de sus colegas de fuente, con lo que se evitaría la redundancia informativa, y se incrementaría la pluralidad de fuentes informativas a través del formato correspondiente (prensa, radio o televisión); así como la detección de nuevos hechos noticiables. Actualmente en los tres medios se recibe el *Correo del Caroní* como ejemplares de cortesía, lo que significa que cada periodista y coordinador tiene acceso a la consulta a tiempo del trabajo de su homólogo. La situación no es igual con la disponibilidad de televisores: en el *Correo del Caroní* únicamente hay un equipo en la oficina del encargado de la edición, cuando lo recomendable es disponer de un equipo en un sitio de fácil acceso para los periodistas; en TV Guayana se dispone de un radio para escuchar el *Noticiero CNS*; y en la oficina del

*Noticiero CMS* no hay televisión. Lo que debería ser, para la Sinergia Informativa, es que en cada medio se aseguren los equipos faltantes.

Otro aspecto referido en esta categoría es el mantenimiento de los equipos (cámaras, grabadores), el cual debe preverse para garantizar la continuidad del trabajo reporteril.

## **PROCESOS**

De las respuestas obtenidas por los periodistas y coordinadores, se registran algunas conductas de cooperación entre los colegas, que de algún modo facilitarían la Sinergia Informativa. En este aspecto periodistas mencionan la ayuda que le ha ofrecido el corresponsal de *TV Noticias*, en Ciudad Bolívar, a su colega del *Correo del Caroní*, cuando le permite grabar el sonido obtenido en la pauta durante su ausencia, conocimiento de la situación que le permitiría al periodista del periódico planificar la consulta de otra fuente vinculada a la novedad informativa. Otra iniciativa ha sido el contacto ocasional y espontáneo de periodistas del *Correo del Caroní*, en Ciudad Guayana, con colegas de *TV Noticias* en las fuentes Educación, Suceso y Política, para intercambiar datos. Lo más probable es que estas dos situaciones, sin una visión sistémica de la Sinergia Informativa, concluyan en versiones iguales, lo que permite concluir que la Sinergia Informativa, en su primera fase, es un concepto más de visión que de operatividad.

Como se sabe, el principal insumo de trabajo de un periodista es una primicia o novedad informativa. Al consultar la opinión de periodistas y coordinadores sobre la

idea de compartir primicias informativas, en relación con el natural celo profesional del oficio de trabajarle individualmente, se presentaron dos posturas. La que más prevaleció fue la de facilitar un trabajo más en equipo que individual. Para la mayoría de los periodistas, y todos los coordinadores, lo más apropiado es compartir con otro medio una primicia, en lugar de guardársela hasta el reporte siguiente del medio donde trabaja. "Nunca me ha preocupado el tubazo. Nuestra misión es informar", destacó un periodista. Sin embargo, para pocos periodistas predomina el hecho de que si en el *Correo del Caroní* se enteran de una primicia, debiese guardarse para su próxima edición. La consideración es la presencia de la competencia de otras empresas informativas, específicamente en la prensa, cuando al informar públicamente por radio o televisión sobre una novedad informativa se le restaría fuerza noticiosa al *Correo del Caroní* ("le dan el tubazo", como se conoce en el argot de los comunicadores sociales). Sin embargo, de suceder así, se estaría trabajando con el esquema actual y no con el criterio de Sinergia Informativa, el cual pretende una versión más nueva en el *Correo del Caroní* de la que presentarían los otros diarios, precisamente por la coordinación interna de los recursos humanos del grupo de medios, en la consulta de otras fuentes, y en la selección de nuevos aspectos formales de la información. Con creatividad es mucho lo que se pudiera lograr. Sin embargo, de imaginarse trabajar como un equipo de alto desempeño, periodistas y coordinadores ensayaron escenarios de acción. ¿Qué harían con una primicia en la mano fuera de su horario de trabajo? Para los periodistas de las tres empresas está muy claro: llamarían al coordinador del medio o al colega homólogo. Llama la atención la variedad de las respuestas que sobre este tópico ofrecieron los

coordinadores. Algunos de ellos le informaría a la persona con quien tienen mejor relación interpersonal (sea periodista o coordinador), por considerar el retorno de la comunicación; otros le informarían al coordinador o al periodista para que ubique a quien sea necesario, y en última instancia al personal de seguridad. Se puede deducir que estas relaciones es una proyección de la situación comunicacional que prevalece entre ellos, por lo que debería considerarse, antes de instalar una red de comunicación formal, un taller de sensibilidad comunicacional que integre a todo el equipo de trabajo. Adicional a esto, se puede deducir que de implantarse una red de comunicación formal con esta predisposición inicial se correría el riesgo de violar el principio de unidad de mando que facilita la red limitada de comunicación eficaz y sin ruidos. Por eso debe normarse la comunicación ante una primicia: la primera persona a la que debe informarse la novedad de última hora, o estar informada, es el coordinador responsable de la próxima edición informativa (*Correo del Caroní, TV Noticias o Noticiero CNS*), con la finalidad de asegurar la información y con ello la cobertura periodística requerida.

Adicionalmente, la satisfacción y motivación del personal, como equipo de trabajo, se puede lograr y mantener a través de muchas maneras. Ya lo señaló van Riel (1997): "Una fuerte identidad corporativa (por medio de la comunicación, el comportamiento y el simbolismo) crea un sentimiento de nosotros" (p. 40). Una forma sencilla es el reconocimiento interno y/o público del trabajo que se le puede dar de los periodistas y coordinadores. Durante la consulta al equipo de trabajo, los periodistas destacaron el orgullo que sienten cuando su información abre el noticiero o la primera página, y se considera el crédito de su nombre, así como una imagen

más sólida que se ofrecería al público sobre la base del trabajo de un equipo de trabajo. Los periodistas, en términos generales, se sienten más comprometidos, aunque para algunos le es indiferente que se les nombre. Otra oportunidad para motivarlo es cambiando la rutina reporteril por trabajo de investigación.

En este sentido, una experiencia que les llena de satisfacción a algunos periodistas es cuando han compartido su trabajo (fuentes de Suceso, Educación y Política), y han participado en la jerarquización de las informaciones y el enfoque con su homólogo en otro medio en la cobertura de una misma información. Esta es una de las iniciativas espontáneas que señalan que sí es posible la Sinergia Informativa. Se produce el principio de cooperación creativa al que se refiere Covey (1992): "La relación entre las partes es también el poder que permite crear una cultura sinérgica en una familia o en una organización" (p. 328).

Además de la comunicación formal entre periodistas y coordinadores, y viceversa, otra manera para mejorar la integración entre los miembros de un mismo equipo de trabajo es la creación de espacios de encuentros para que todo el personal se conozca, ya que para el momento de esta investigación reporteros del *Correo del Caroní*, con más de seis meses de trabajo, desconocían al equipo completo de reporteros de los otros dos medios de comunicación. Sin embargo, esta situación es distinta entre los colegas de la televisora y del Circuito Norte Sur, cuyas instalaciones y oficinas se ubican en el mismo edificio.

Como se sabe, un hecho noticiable puede tener apariencia de primicia o puede convertirse en una noticia por el tratamiento informativo. En este aspecto una propuesta que prevaleció durante la consulta a los coordinadores y reporteros fue el

diseño de campañas informativas para ser abordadas por los tres medios en relación con tópicos comunes y de interés general, de modo de hacer un periodismo más proactivo que reactivo. En este sentido se destacó la necesidad de que coordinadores principales de cada medio se reúnan una vez a la semana para planificar los temas que necesitarán ser tratados por los medios, hasta cumplir con el objetivo propuesto. Es decir, hasta que la autoridad competente solucione el problema con la comunidad, hasta que paralicen una obra civil que viola los reglamentos residenciales de la ciudad, hasta que la Alcaldía realice el mantenimiento que le debe a las avenidas públicas de Ciudad Guayana, o hasta que los indígenas asuman su cuota de responsabilidad con su situación en las zonas públicas, sea el caso que preocupe a la opinión pública de Guayana.

De considerar las campañas informativas como una pauta para el trabajo en equipo, y con ello generar Sinergia Informativa, estamos igualmente ante un cambio de paradigma, ya que el periodista no se orienta al medio que reporta sino que su percepción se amplía cuando considera el dinamismo del acontecimiento abordado desde los tres medios de comunicación, donde su reporte constituye una parte de un todo, de un compromiso informativo, de un proceso dinámico, donde la noticia, como lo establece Fontcuberta (1993), no termina en el momento de su redacción. El objetivo del periodismo sigue siendo la información, y su pieza fundamental es la noticia.

Por experiencia se sabe que hay acontecimientos que duran un día, una semana, un mes, un año, y que la dimensión de la cobertura dependerá del desenlace y la trascendencia que lleve la información. Para ello es necesaria la experiencia de todo

el equipo de producción que sepa reconocer cuál es el alcance de esa información para dedicarle la atención en los tres medios de información, basado en el código no escrito que comparten los periodistas. La diferencia estará, como escribe Fontcuberta (1993), en la selección de las fuentes y en la elección de los aspectos formales de la información. Cuanto mayor sea la cantidad, calidad y diversidad de las informaciones que comunica y de las fuentes que cita, mayor será la creatividad, y por lo tanto, su influencia. Para ello será importante la planificación disciplinada de las estrategias informativas que se decidan para satisfacer las demandas informativas de los habitantes de la zona. Un ejemplo claro lo representan los procesos electorarios, cuyas coberturas últimas se han realizado por separado en cada medio.

Los resultados señalan que existe una comunicación que fluye entre algunos periodistas en la cobertura de informaciones y no entre coordinadores de los medios, a quienes hay que apostar como elementos estratégicos en la Sinergia Informativa. "Tendríamos que empezar la sinergia entre los tres coordinadores y sentar al resto del equipo para indicarles por dónde comenzar", atinó un coordinador, con lo que demuestra apertura a la nueva posibilidad.

En cuanto a la comunicación entre los periodistas de la corresponsalía en Ciudad Bolívar se evidencian diferencias: las periodistas de *TV Noticias* mantienen una comunicación diaria con su coordinadora, mientras que las reporteras del *Correo del Caroní* requieren indicaciones sobre los tópicos a profundizar; lo que denota una ausencia de autoridad en el periódico, o la necesidad de un coordinador para los corresponsales de los tres medios de comunicación.

## PRODUCTOS

En esta categoría se incluyen los datos referidos, principalmente, a la jerarquización o sentido de valoración que pudieran tener las noticias en los tres medios de comunicación. En cuanto al criterio de valoración de las informaciones y campaña informativa la consulta a los coordinadores y periodistas registró varias posturas:

1.- Si son medios regionales, lo sensato es que cada medio inicie sus reportes con informaciones regionales. Los medios regionales no pueden competir con noticieros nacionales. Su fortaleza son las noticias regionales, producidas por el recurso interno de la empresa.

2.- No necesariamente las informaciones regionales son las más noticiosas. Por eso a veces abren las nacionales o internacionales.

3.- El primer espacio, sea prensa, radio o televisión, debe tener un contenido de los ámbitos territoriales.

4.- Cada medio debe mantener su personalidad en el criterio de valoración de sus informaciones. No debe haber una norma tajante en la jerarquización.

¿Cuál de estas posiciones será la más conveniente para la Sinergia Informativa? Por supuesto, el tratamiento de las informaciones regionales, en primer lugar. ¿Deben abrir los noticieros y la prensa con la misma información? No necesariamente, porque de lo contrario se estandarizarían el contenido y eso no conviene porque contrarresta la pluralidad de las informaciones. El punto está en acordar espacios relevantes para los trabajos de investigación que se acuerden con

el equipo de trabajo, como pudiera suceder con las campañas informativas, sea en la primera plana del *Correo del Caroní*, en el primer negro de *TV Noticias* o en los titulares de *Noticiero CNS*. De cualquier forma, la dinámica de todos los días establecerá el criterio definitivo.

## **FORMULACIÓN DEL MODELO:**

### **RED DE COMUNICACIÓN FORMAL**

En líneas generales, aunque se han observado iniciativas espontáneas para la Sinergia Informativa, cada medio de comunicación es independiente, y lo que se pretende es que los mismos sean interdependientes para que el producto informativo represente un trabajo más completo a través de la cobertura de diferentes aspectos de un mismo hecho. El objetivo no es decirlo primero, ni repetir la misma versión, sino decirlo mejor.

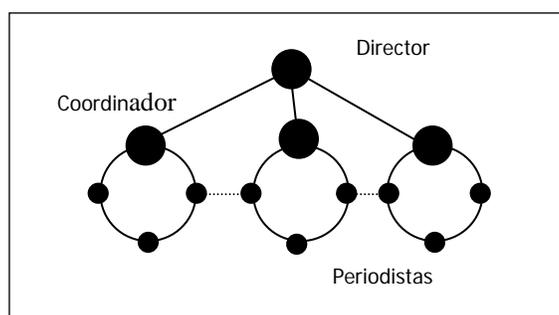
Para generar Sinergia Informativa las tres empresas deben soportarse sobre una estructura de comunicación formal, sin perder de perspectiva el principio de unidad de mando, el cual establece que cada empleado debe informar a un solo superior, que en el caso de los medios será el coordinador del medio donde trabaje, o el coordinador del medio de la próxima edición informativa, en sustitución del primero. Adaptando este concepto a la estructura organizativa de comunicación para la Sinergia Informativa, cada medio de comunicación debe tener un coordinador de información para garantizar la precisión de la información.

La estructura organizativa que pretende el concepto de Sinergia Informativa, basada en una red de comunicación formal, debe diseñarse en función de la cobertura de una noticia o tema, conforme al equipo de trabajo disponible, para organizar de allí al equipo de reportero que participará en la actividad comunicacional colectiva. Para que se produzca una cobertura periodística aceptable, los reporteros vinculados a las mismas fuentes deben trabajar como un equipo

sólido en la cobertura de la información, ya que si consultan las mismas fuentes y presentan los mismos datos, a menos que sea de gran trascendencia informativa, estarían desaprovechando la oportunidad de generar un periodismo de mejor calidad para la región de Guayana. Cabe recordar que la sinergia está asociada a los términos de coordinación, complementariedad y mutua influencia positiva.

Basados en el criterio de Fontcuberta (1993), aún cuando el olfato periodístico haga que los colegas de la información asistan las misma informaciones, dependerá la selección de las fuentes y la elección de los aspectos formales de la información lo que diferenciará la participación de cada reportero. Por eso la atención en el número y calidad de personas consultadas en el desarrollo de una información.

Al considerar un diseño que concrete los patrones de comunicación formal e informal, de acuerdo con la clasificación que establece Gordon (1997), podría pensarse en un orden de círculos totalmente conectados en cada empresa y que los coordinadores o líderes de cada grupo se articulen como una red tipo Círculo para planificar las pautas comunes. Tal y como están planteado para los medios, la situación actual de comunicación se representa de la siguiente manera:

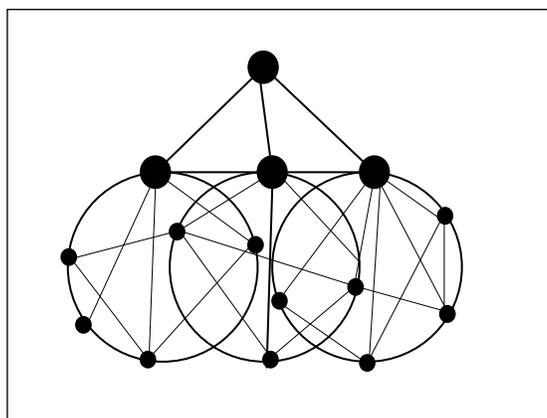


**Gráfico14**  
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA  
SITUACIÓN ACTUAL DE COMUNICACIÓN  
EN LOS TRES MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN REGIONAL

El director (dueño de los tres medios), representado por el punto superior, establece contacto por separado con los coordinadores, de modo que cada coordinador trabaja de acuerdo con su propia

dinámica en función de su personal, lo que denota independencia informativa. Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, por iniciativa de los reporteros algunos homólogos se comunican espontáneamente para informarse y apoyarse en la búsqueda de la información. De allí las líneas que unen a algunos periodistas.

Al considerar nuevos modos de interrelación para llegar, a través de una red de comunicación formal, a la Sinergia Informativa, se realizaron los siguientes ensayos.

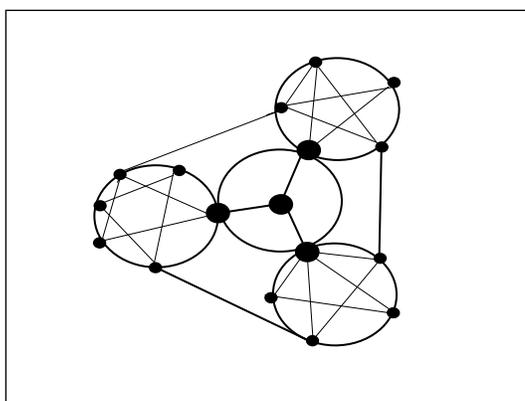


**Gráfico 15**

PROPUESTA A PARA EL DISEÑO DE UNA RED DE COMUNICACIÓN FORMAL PARA PERIODISTAS Y COORDINADORES DE UNA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En esta propuesta se intenta relacionar a todo el equipo de periodistas simultáneamente con

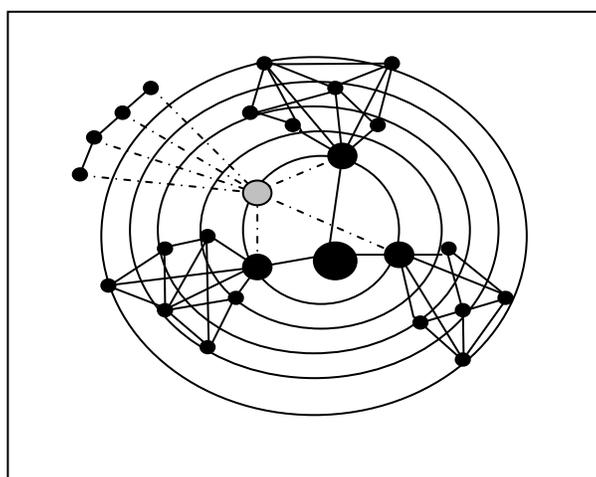
los tres coordinadores principales. El problema en este caso será un exceso de saturación de la información y, por consiguiente, un esquema que generaría ineficiencia en la comunicación. En este esquema el director sigue representando una figura operativa.



**Gráfico 16**

PROPUESTA B PARA EL DISEÑO DE UNA RED DE COMUNICACIÓN FORMAL PARA PERIODISTAS Y COORDINADORES DE UNA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En la Propuesta B comienza a predominar una estructura más horizontal, que vertical, muy propia en los trabajos de grupo de alto desempeño. Como se indica en el esquema, el director estaría en contacto directo con cada coordinador, quien a su vez se reportaría entre ellos con la misma frecuencia y calidad, a partir de la dinámica del equipo de trabajo, cuya integración estaría pautada a través de contacto entre sus homólogos y los integrantes de su empresa. La desventaja de normar una comunicación entre todos los periodistas de las fuentes es volver a la saturación de la información, lo que se alejaría de la precisión informativa.



### **Gráfico 17**

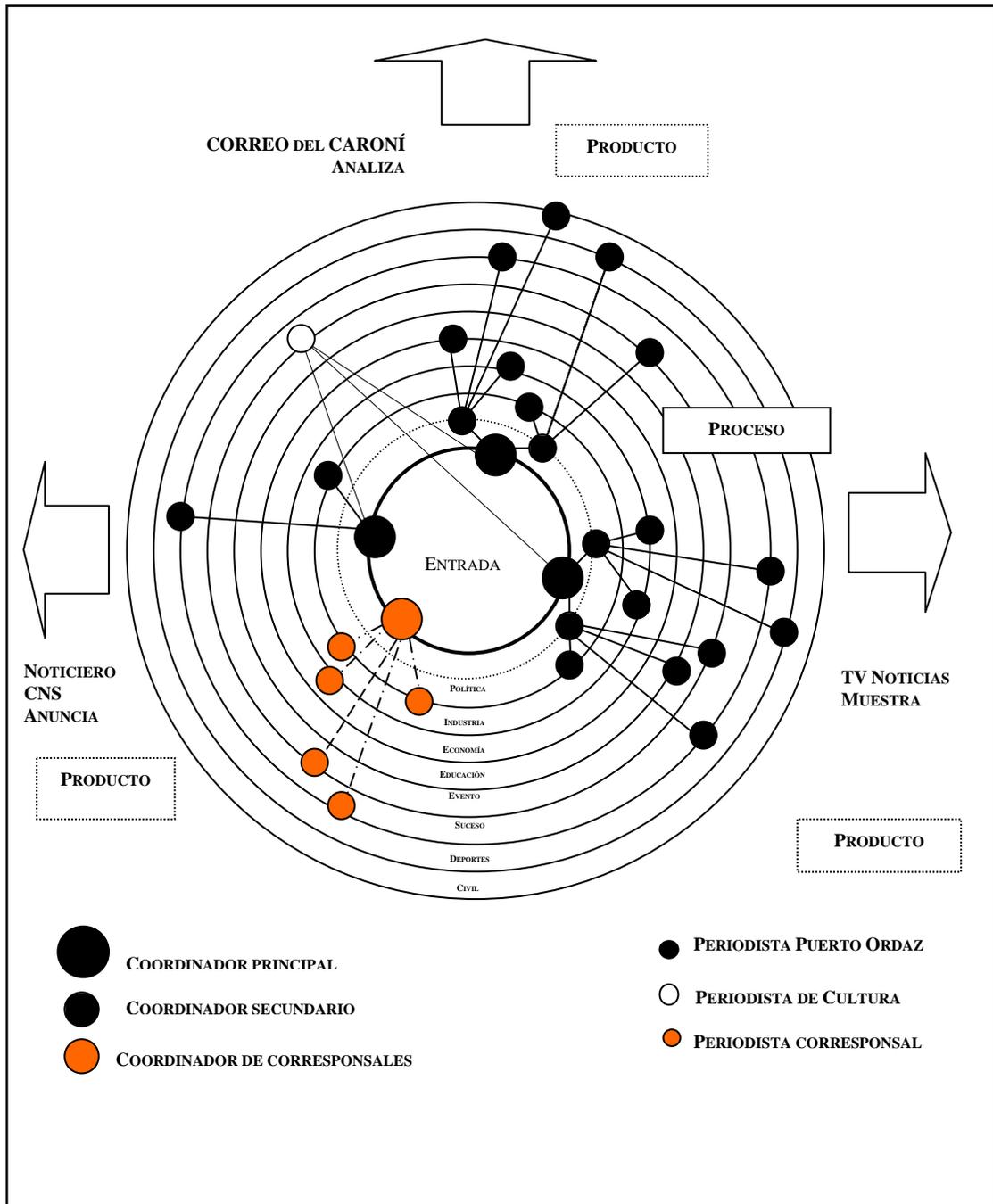
PROPUESTA C PARA EL DISEÑO  
DE UNA RED DE COMUNICACIÓN  
FORMAL PARA PERIODISTAS  
Y COORDINADORES  
DE UNA CORPORACIÓN DE MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La propuesta C está sustentada en anillos concéntricos que enlaza a los reporteros homólogos de cada

empresa, con lo que se garantizaría precisión y menos saturación. En este esquema se incluyó una nueva figura de coordinación, representada por las corresponsalías de Ciudad Bolívar, Upata y Tucupita (que se encuentran fuera de los círculos) para los tres medios de comunicación social en el nuevo esquema de funcionamiento. Se trataría de un nuevo cargo que podría considerarse como oportunidad de desarrollo para el personal actual. Tal y como se plantea, se trata de una coordinación general

(representado por el punto gris) que le reportaría a los coordinadores principales sobre las pautas y seguimiento de las informaciones, y se trataría de una persona que participaría igualmente en las reuniones de planificación de las campañas informativas que se acordasen. En este aspecto se cubriría una necesidad de comunicación constante con todos los reporteros que trabajan fuera de Puerto Ordaz.

En esta óptica el director se ubicaría fuera de la estructura de funcionamiento. Considerando las obligaciones que tienen el dueño de medio como la figura principal de cada empresa (presidente y director del *Correo del Caroní*, *TV Guayana* y del grupo de emisoras del Circuito Norte Sur), se propone desvincularlo de la operatividad informativa, reservando su consulta para asuntos puntuales: línea editorial del grupo y decisiones corporativas. En este sentido, la propuesta que se concreta para esta investigación es la siguiente: construir una red de comunicación formal sobre la base de los 23 periodistas, entre corresponsales, investigadores y cronista; y los 7 coordinadores, entre principales y secundarios, incluyendo la figura del coordinador de corresponsalías y el reportero de Cultura. Por razones de tamaño, en la página siguiente se presenta la propuesta del diseño:



**Gráfico 18**

DISEÑO DE UNA RED DE COMUNICACIÓN FORMAL PARA COORDINADORES Y PERIODISTAS DE TRES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA COBERTURA Y DIVULGACIÓN DE HECHOS NOTICIALES : SINERGIA INFORMATIVA

Para que la Sinergia Informativa se materialice se necesita que cada reportero y cada coordinador comprenda cuál es su función como parte de un sistema al que pertenecen. Como se observa, se trata de una red de comunicación limitada (unidad de mando) y formal (impuesta por una autoridad externa). En primer lugar, los coordinadores mantendrían un vínculo comunicacional horizontal, con sus colegas lo que les permitiría formalizar reuniones para diseñar estrategias informativas y de investigación para los tres medios. Por ser una red del tipo Círculo (primer tipo de red), la saturación es mucha (cantidad de información que se pasa a los segmentos de la red), el liderazgo es compartido y la velocidad de intercambio es poca. Por ser una red descentralizada, los miembros tenderán a sentirse más satisfechos. En segundo lugar, en términos similares, se encuentran los periodistas homólogos de la fuente, a quienes se les exigiría una comunicación constante como parte de su equipo de trabajo o red de camarilla (departamentos que se comunican entre sí, tipo Círculo). En tercer lugar, para mantener el principio de unidad de mando, el periodista de cada medio debe mantener comunicación formal con el coordinador de su medio (red tipo Timón), y no con otro superior, con lo que se evitaría la saturación de la información, o el recibimiento de órdenes diferentes. Por eso cada coordinador de cada medio debe mantenerse como cabeza visible de su grupo de trabajo a través de los reconocimientos y recompensas. Cada uno de ellos representa una red centralizada de Timón, por lo que tendría a lograrse una mayor precisión y velocidad de la información por parte del periodista, a través de su liderazgo personal en el desempeño de su labor. Finalmente se visualiza el tipo de red Y, la cual está representada por el coordinador principal, los coordinadores

secundarios y los periodistas. Los coordinadores secundarios están vinculados por un círculo punteado que representa la comunicación frecuente con sus homólogos en sustitución del coordinador principal del medio.

Para optimar los recursos, se insiste en un periodista dedicado a la fuente de Cultura para que informe a los tres medios sobre la agenda de actividades de la semana.

## REFERENCIAS

- Acosta, X. y Baig, J. (1992): Plan Estratégico para una Corresponsalia en Caracas de un diario de provincia (El Tiempo, de Puerto La Cruz). Trabajo de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social. UCAB, Caracas.
- Alarico Gómez, C. (1996): Lenguaje y Comunicación. Venezuela: Editorial Panapo.
- Alcalá, G. (1980): Hecho Noticiable y Noticia. Las condiciones noticiosas del hecho o la génesis de la noticia. Venezuela: Editorial Ateneo de Caracas.
- Balestrini, M. (1998): Cómo se elabora el proyecto de investigación. Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Bland, M. y Jackson, P. (1992): Comunicación Interna Eficiente. Colombia: Fondo Editorial Legis. Serie Empresarial.
- British Broadcasting Corporation (1999). Disponible en: <http://www.bbc.com>.
- Bueno Campos, E. (1996): Organización de empresas. estructura, procesos y modelos. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Cañizalez, A. (1997): *El grupo Cisneros o una recomposición telecomunicacional*. Revista Comunicación, N° 103. Disponible en: <http://www.gumilla.org.ve/com/4.htm>.
- CNN (1999). Disponible en: <http://www.cnn.com>.
- Color, M. (1998): Diccionario Enciclopédico Estudiantil. España: Grupo Editorial Océano.
- Covey, S. (1992): Los 7 hábitos de la gente eficaz. España: Editorial Paidós
- Davis, J. (1997): Advertising Research: Theory and Praticce. Estados Unidos: Prentice Hall. Pp. 219-232.
- El Nacional (1999). Disponible en: <http://www.el-nacional.com>
- El negocio de hacer periódicos (1997). Media Comunicación, Año 4, N° 26, mayo-junio. Disponible en: <http://www.planet.com.mx/media/edicion26/negocio.htm>.
- Fernández, C. (2001): La comunicación humana en el mundo contemporáneo (Segunda Edición) México: Mc Graw Hill.
- Fernández, C. y Dahnke, G. (1998): La comunicación humana. Ciencia Social. México: Mc Graw Hill.
- Fontcuberta, M. (1993): La Noticia. Pistas para percibir el mundo. España: Paidós.
- Geocities (1999). Teoría General de Sistemas. Disponible en: <http://www.sanloz.cjb.net> o en <http://www.geocities.com/Eureka/Office/4595/holones.html>.

- Gordon, J. (1997): Comportamiento Organizacional. (Quinta Edición) México: Prentice-Hall Hispanoamericana, SA.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (1998): Metodología de la investigación (Segunda edición). México: McGraw-Hill
- Katz, D. Y R. Kahn (1977): La Psicología Social de las Organizaciones. México: Trillas.
- Kaufman, R. (1991): Guía práctica para la planeación en las organizaciones. México: Trillas.
- Kreinter R. Y A. Kinick (1996): Comportamiento de las Organizaciones. (Tercera Edición). España: Irwin-Mc Graw Hill.
- Martínez Albertos, J.L. (1989): El lenguaje periodístico. Estudios sobre el mensaje y la producción de textos. Madrid: Paraninfo.
- Martínez de Souza, J (1992): Diccionario de Información, Comunicación y Periodismo. (Segunda Edición). España: Editorial Paraninfo, SA.
- Matterlart, A. y Matterlart, M. (1995): Historia de las Teorías de la Comunicación. España: Paidós Comunicación.
- Mérida, N. y Meo, A. (1983): Periodismo de Provincia y Desarrollo. Trabajo de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social. UCAB, Caracas.
- Miguel de Bustos, J.C. (1993): Los Grupos Multimedia. Estructuras y Estrategias en los Medios Europeos. España: Bosh, Casa Editorial, SA.
- Nadler, D; Gerstein, M; Shaw, R y asociados (1994): Arquitectura Organizativa. El diseño de la Organización Cambiante. España: Ediciones Granica, SA.
- Organización Diego Cisneros-Televisión, Medios y Entretenimiento (1999). Disponible en: ***<http://www.cisneros.com/esp/medios/default.htm>***
- Rivadeneira Prada R. (1988): Periodismo: La teoría General de los Sistemas y la Ciencia de la comunicación (Segunda edición). México: Editorial Trillas.
- Robbins, S. (1997): La administración en el mundo de hoy. México: Prentice Hall. Capítulo 10: Entendimiento de los grupos y desarrollo de equipos efectivos.
- Rubino, A. (1997): Comunicación y Organización: Programa de cátedra de postgrado de Comunicación Organizacional. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Roglán, M. y P. Equiza (1996): Televisión y Lenguaje: Aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico. España: Ariel Comunicación.
- Shumal, D. (1998): La identidad de la comunicación organizacional. Revista Comunicación. N° 104. Disponible en: <http://www.geocities.com/CapitolHi...ess/3768/Rev104/organizacional.htm>.
- Soberana Multimedia (1999, julio). Revista Producto, p 29. Caracas: Grupo Editorial Producto.

Suenan 30 años (1999, julio). Revista Producto, p. 24. Caracas: Grupo Editorial Producto.

Taboy y Berrizbeitia (1987): Análisis de los Sistemas de Relaciones y Comunicaciones con los Públicos internos (empleados) del Grupo Yukery Venezolana de Alimentos, CA. Trabajo de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social. UCAB, Caracas.

Tellería, E. (1986): Diccionario Periodístico. Cuba: Editorial Oriente.

Turner Broadcasting System (1990). Disponible en: ***<http://www.turner.com/spanish>***.

TV Guayana (1999): Tarifas 1999. Puerto Ordaz: Autor.

Van Riel, C. (1997): Comunicación Corporativa. España: Prentice Hall. Capítulo 2.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

**COBERTURA:** Acción de cubrir un hecho, para reportarlo periodísticamente (Diccionario Periodístico, p. 54). Seguir de cerca las incidencias de un acontecimiento para dar la noticia pública de ellas (Diccionario de la Lengua Española, p. 613). Cubrir un acontecimiento significa que un órgano de prensa dedica a ese acontecimiento el personal necesario para asegurarse la información (Diccionario de los Medios de Comunicación, p. 46).

**COORDINADOR:** Cargo que desempeñan los profesionales de la información para dirigir el trabajo profesional de los periodistas de cada medio.

**CORPORACIÓN:** Entidad de tipo asociativo constituida con fines de interés público. (Mentor Color, p. 253)

**DISCREPANCIA:** Diferencia que resulta al comparar las cosas entre sí. (Mentor Color, p. 307)

**DIVULGACIÓN:** Acción y efecto de divulgar: publicar una cosa (Mentor Color, p. 310)

**EDICIÓN:** Número del periódico, producción de radio o televisión elaborada para presentar las noticias del día.

**ENTRADA:** Datos referidos a: (a) los hechos noticiables por cubrir y divulgar; (b) al uso de recursos como grabadores, radio, celulares, teléfonos, entre otros; y (c) los criterios de selección de periodistas y coordinadores.

**FUENTE (DE INFORMACIÓN O DE NOTICIA):** Persona, organización, organismo, entidad o institución que suministra la información o la noticia, o por los menos los datos básicos para el trabajo periodístico (Tellería, 1986, p. 144)

**HECHO NOTICIABLE:** Noticia antes de su divulgación en los medios de comunicación social.

**HOMOGENEIZACIÓN:** Acción y efecto de homogeneizar, hacer homogéneo: dicese del conjunto formado por elementos iguales. Traducido a los medios de comunicación, homogeneización estará referido a igualdad de contenido de los medios a través de la consulta de las mismas fuentes de información.

**INFORMACIÓN:** Registro de hechos y acontecimientos divulgados en los medios de comunicación social.

**INFORMACIÓN ACTUALIZADA:** Declaración de una nueva fuente informativa o dato investigado sobre un hecho ya reportado en el mismo medio, o en cualquier medio del grupo.

**INFORMACIÓN NUEVA:** Declaración de una fuente informativa o dato investigado sobre un hecho reportado por primera vez en cualquiera de los medios de comunicación.

**INFORMACIÓN REPETIDA:** Declaración de una fuente informativa o dato investigado ya reportado en el mismo medio, o en cualquier medio del grupo.

**JERARQUIZACIÓN:** Ordenación de las informaciones en los medios de comunicación, determinado por la importancia noticiosa.

**MEDIA:** Sinónimo de medios de comunicación social. Término anglosajón utilizado frecuentemente en los textos teóricos sobre comunicación social de masas.

**NOTICIA:** Hecho novedoso, de actualidad y de interés social que sucede en el entorno. Hecho noticiable publicada en cualquiera de los medios de comunicación.

**PAUTA:** Indicaciones que recibe el periodista de su supervisor inmediato sobre los aspectos y hechos que debe cubrir en su trabajo informativo.

**PERIODISTA:** Profesional de la información que investiga, redacta y divulga una noticia, conocido también como reportero.

**PROCESO:** Datos referidos a los procedimientos de cobertura de hechos noticiables (consulta de fuentes); (actos de comunicación para compartir la primicia entre homólogos; control de calidad; capacitación de los empleados y criterios de recompensa (remuneración, reconocimientos, eventos sociales) para los periodistas y coordinadores.

**PRODUCTO:** Datos referidos a criterios de valoración de las noticias y redacción definitiva de las mismas para su divulgación en el medio de comunicación respectivo.

**RED DE COMUNICACIÓN FORMAL:** Conjunto de personas organizadas para un mismo fin, sustentadas en la interacción humana (comunicación) impuesta por una autoridad externa, bien como consecuencia de la accesibilidad de un canal de comunicación, o a causa de la libertad percibida para utilizar los canales disponibles (Fernández, 2001, p. 73)

**SINERGIA:** Acción de dos u más causas, cuyo efecto es superior a la suma de los efectos individuales

**SINERGIA INFORMATIVA:** Trabajo informativo de un equipo de periodistas y coordinadores de alto desempeño en un grupo o corporación de medios de comunicación social.

**[ANEXO B-1]**  
**CORREO DEL CARONÍ, 6 DE MAYO**

**Cuadro 11**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *CORREO DEL CARONÍ* DEL JUEVES 6 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I (1)	T (2)
Manuel Boscán Isea	1	Pivensa: Cierre temporal	-Antonio Pardo, Presidente de Pivensa	I	N
	2	El Gobierno regional está paralizado	-Andrés Velásquez, dirigente Causa R	P	N
	1	Trabajadores de Pivensa exigen pago doble de sus prestaciones	-Jesús Prado, secretario general del sindicato	P	A
	3	Fetrolivivar inicia hoy democratización sindical	-Ramón Manzano, presidente de la Comisión Electoral de Fetrolivivar.	P	N
Jenny Sánchez	4	Trabajadores constituyen Central Única de Taxistas	-Elíécer Martínez, presidente de la Central Única de Taxistas	P	N
	5	La privatización en Venezuela	-Luis Soto, director ejecutivo de Conapri	E	N
Ana Teresa Pacheco	6	Ferrovén firma nueva contratación colectiva	-Henri Medina, sec. gen. sindicato. -Antonio Francisco, dir. de Ferrovén.	P	N
	7	III Jornadas de Alasid sobre Síndrome de Down	-Mariela Quintero, organizadora grupo Puerto Ordaz	Ev	N
Carlos León	8	Rocío Durcal ofrece serenata	Reseña	Ev	N
	9	Estudiantes de la UNEG protestan los horarios	-Francisco Cardier, portavoz de los estudiantes.	Ed	N
	10	El agua no llega a El Arrozal	-Eucaris Odremán, residente del sector	C	N
	11	Comenzaron jornadas de inscripción y alistamiento militar	-Coronel Julio César Rangel, subdirector Circunscripción Militar Bolívar	C	N
	12	24 niños del Colegio Niño Simón perdieron el año escolar	-Vilma Guevara, Matías Espinoza y Zuly Márquez, denunciantes	Ed	N
DAO	13	Asovecinos de La Laguna organiza actos para las Madres	Reseña	Ev	N
	14	Comenzaron Juegos de la UNEXPO	Reseña	D	N
Victoria Mata	15	29 Juegos de Libemca desde mañana	-Coromoto Valor, deportes de Alcasa.	D	N
	16	I Regional de Tenis categorías 14 y 18 años en el Italo Venezolano (rueda de prensa)	-Antonio Iovino, pred. Asociación edo. Bolívar -Marco Stucchi, directivo -Andrés Ferrari, entrenador de tenis -Sergio Rincón, gerente general Italo -Pablo Gil, Coordinador de Deportes -Francisco Alfonso, patrocinante -Miguel Carrosso, patrocinante	D	N
	17	Inaugurados VIII Juegos de UNEG	Reseña	D	N
Bladimir Martínez	18	Un grupo de familias invadió fundo Río de Oro	-Agustín Ruiz, propietario del fundo -Octavio José Gil, agraviado	C	N
	19	Murió joven que fue golpeado salvajemente por taxista	-María del Valle Pernia, madre del occiso	S	N
	20	Por encontrarse dañado el semáforo ocurrió triple choque	Reseña	S	N
	21	Murió ahogado un estudiante	Reseña	S	N
	22	Operación Desarme inició la Prefectura	-Douglas Lago, Prefecto de Caroní	S	N
DA	23	Capturada dama con presunta droga	-María Clementina Caicedo, capturada	S	N
	24	Constituyente Educativa en colegios	-José Leonel, jefe del Distrito Educativo Número II	P	N
	25	UE Nuestra Señora del Valle celebra las fiestas del mes de mayo	-Jesús del Valle, profesor organizador -Ricardo Rodríguez, profesor organizador	Ev	N
ACL	26	Comunidad organizada: herramienta para el bienestar	-Pastora Medina, Alcaldesa Caroní -Luis García, J. Parroquial Cachamay	Ed	N
	27	Upata: Operativo de seguridad ciudadana realizarán GN y Policía del Estado	-Luis Manuel González, Sargento Mayor T Terrestre -Raúl Naar, Comandante Bomberos Piar	C	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-2]**  
**TV NOTICIAS MERIDIANA, 6 DE MAYO**

**Cuadro 12**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN TV NOTICIAS MERIDIANA EL JUEVES 6 DE MAYO DE 1999)

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Ivonne Rincón	28	Problemas que enfrentan los sidoristas	-Victor Moreno, Diputado Causa R	P	N
	28	El ministerio del Trabajo debe pronunciarse sobre el caso Sidor	-Carlos Becerra, dirigente Sutiss	P	A
	29	Operativo especial de cedulación en zona indígena (Bolívar 2000)	-Zenaída Borrrome, Jefe ONI San Félix. - José Marcano, Comandante Destacamento 82 Guri.	C	N
	30	Siete sujetos detenidos por armas blancas y de fuego	Reseña	S	N
	31	En pésimo estado vialidad del Barrio Vista Alegre	Reseña	C	N
Yumisay Rodríguez	32	Más empleos con plantas de carbón y fertilizantes	-Omar Martínez, Vicepresidente de Promoción Industrial de CVG.	I	N
	33	15% ha disminuido venta de alimentos de primera necesidad en mercados municipales	-Moisés Agreda, Director de Abastecimiento y Mercadeo de Almacaroní.	E	N
	12	Cierre de Escuela Niño Simón	-Eglis de Rodríguez, representante.	Ed	A
	2	Referendum para la gestión del Gobernador	-Andrés Velásquez, dirigente nacional Causa R	P	R
	35	Sindicato automotor gestiona 50 nuevas unidades de transporte	-Crispulo Farrera, Secretario General Sindicato Automotor	P	N
Morita Hernández	2	PP improbable memoria de Carvajal	-Bladimir Vhaliz, presidente de ALEB -Alfredo Arcila, Jefe Fracción PPT -Aquilés Salazar, Jefe Fracción MAS	P	A
Beisy Marcano	1	Sindicato y representantes de Pivensa llegaron a un acuerdo de pago de dobles prestaciones	-Jesús Prado, secretario general sindicato Pivensa	P	A
Rosa Duarte	36	CVG debe involucrarse más con la ciudad	-Simón Yegres, nuevo Gerente de Desarrollo de la Corporación Venezolana de Guayana	I	N
	37	Taller sobre experiencia cubana en educación especial	-Ricardo Sarmiento, Trabajador Social -Silvia Díaz, Doc. Pre-escolar Luis Hurtado Higuera -Mariela Quintero, Agogada	Ev	N
	38	Mamuca retomó la matanza de cerdos	-Manuel Benito Marín, Presidente Mamuca -Zulema Castejón, Directora de Higiene de Alimentos Departamento 2	C	N
Franklin Guerrero	24	Directores de planteles privados recibieron información	-José Leonel, Jefe Distrito Escuelas Caroní (transformación educativa)	P	R
Lila López	39	Remoción de kioscos en Ciudad Bolívar	-Edgar Contretas, Dirección Desarrollo Social Alcaldía Heres. -José Apolinar Velásquez, comerciante informal -Aristides Yanez, comerciante informal.	C	N
Jonás Caro	14	III Juegos Interespecialidades y los IV Juegos Gremiales en la UNEXPO	-Elena de Cárdenas, Director Inv. Postgrado UNEXPO -José Tirado, Coordinador Deportes UNEXPO -María Eugenia Medori, Madrina de los juegos UNEXPO	D	A
	17	VIII Juegos Intercarreras en la UNEG	-Daniel Bermidez, Vice-rector Administrativo. -Williagny García, reconocida por su gestión.	D	A
Lorena Rondón	40	Entrevista del día	-Luis Sánchez, médico sanitarista	C	N

(1) **P**: Política; **I**: Industria; **E**: Economía; **Ed**: Educación; **S**: Suceso; **Ev**: Evento; **D**: Deportes; **C**: Civil.

(2) **N**: Nueva; **R**: Repetida; **A**: Actualizada.

**[ANEXO B-3]**  
**NOTICIERO CNS, 6 DE MAYO**

**Cuadro 13**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (1) Y TIEMPO DE APARICIÓN (2) PRESENTADOS EN EL *NOTICIERO CNS* DEL JUEVES 6 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Jenny Sánchez	41	Política Industrial	-Henry Gómez Alberti, presidente Fedehindustria	I	N
	6	Firmada nueva contratación colectiva para los trabajadores de Ferrovén	Reseña	P	A
	42	Polo Patrótico se unifica para presentar candidatos únicos a la ANC	Reseña	P	N
Beisys Marcano	43	La pequeña y mediana industria está preparada para atender mercados locales, nacionales e internacionales	-Luis Vera, presidente de Asopenia	I	N
	44	Escuela públicas automatizarán procesos pedagógicos con computadoras donadas por Sidor	Reseña	Ed	N
Franklin Guerrero	2	Carvajal: Mis cuentas están claras	-Jorge Carvajal, Gobernador del edo. Bolívar	P	A
	45	A partir de mañana abiertos los centros de votación para nuevos votantes y cambio de residencia	-Luis Alfredo Celis, Director del Registro del CNE	P	N
	46	Elección de Contralor y Procurador se hará por concurso de credenciales	-Adon Soto, diputado Causa R	P	N
Lorena Caña	47	Es falso que Las Cristinas generarán más de 3 mil empleos inmediatos	-Jesús Jiménez, Secretario General del Sindicato de la Construcción	P	N
	48	Trillium desarrolla planta de tableros aglomerados para la exportación	Reseña	I	N
	49	Concierto de música criolla en Ciudad Bolívar	Reseña	Ev	N
Yolanda Cozier	50	Resultado en 80% conflicto de los profesores de la UNEG	-David García, Vice Rector Académico de la UNEG	Ed	N
	51	Más de 40 estudiantes de liceos participarán en V Encuentro de Ciencia y Tecnología	Reseña	Ev	N
	52	Asociación ceramistas realiza conferencia Tierra como material de construcción milenario	-Juan Borges, invitado especial conferencista	Ev	N
Lila López	53	Reparación de semáforos de Ciudad Bolívar será sometida a licitación	Reseña	C	N
	54	Son falsos casos de diarreas en Hospital Ruiz y Páez	-Simón Arrijoja, director de ese centro	C	N
	55	La Prefectura Heres no podrá actuar en casos de invasiones	-Nérida de Romero, Prefecto de Heres	P	N

- (1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.  
(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-4]  
[TV NOTICIAS ESTELAR, 6 DE MAYO]**

**Cuadro 14**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN TV NOTICIAS ESTELAR EL JUEVES 6 DE MAYO DE 1999)

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I (1)	T (2)
Beisys Marcano	41	Política Industrial	-Henry Gómez, Presidente Fedeindustria	I	R
	43	PP presenta candidatos a la ANC	-Américo Pérez, Miembro Polo Patriótico	P	A
	56	Trabajadores cerraron acceso a Sidetur	-Eduardo Gisbert, Vicepresidente de Operaciones de Sidetur.	I	N
	6	Contratación colectiva de Ferrovén	-Antonio Francisco, Director de Ferrovén. -Henry Medina, Presidente Sutraferrovén.	P	A
Yusmisay Rodríguez	32	Más empleos con plantas de carbón y fertilizantes	-Omar Martínez, Vicepresidente de Promoción Industrial de CVG	I	R
Morita Hernández	46	Concurso de credenciales para nombrar Contralor y Procurador General	-Adon Soto, Diputado Fracción Causa R ALEB	P	R
	2	Memoria y cuenta del Gobernador	-Jorge Carvajal Morales, Gobernador del Estado Bolívar	P	R
	57	Respeto al horario de interpellaciones	-Nelly Frederick, Diputada AD en Asamblea Legislativa del Estado Bolívar -Williams González, Dirección Mantenimiento	P	N
Rosa Duarte	58	Aplicación del IVA	-Liliana Dispicio, Jefe del Sector de Tributación del Seniat Puerto Ordaz -Comerciante -Comerciante	E	N
	59	Buhoneros piden desalojo de vendedores informales	-Pedro Cabrera, Presidente del Mercado Micro empresarial.	C	N
	60	Premio Eureka gana Fe y Alegría	-María Marta Rabacedo, Gerente Relaciones Industriales Sidor -Lorena Alvarez, Coordinadora Pedagogía Colegio Fe y Alegría -Gladys User, estudiante ganadora.	Ev	N
	61	Expoventa de artesanos	-Ramona de Cazanello	Ev	N
Franklin Guerrero	50	Carencia de profesores en la UNEG	-David García, Vicerrector Académico	Ed	R
	3	Bases para elegir nuevas autoridades de Fetrabolivar	-Ramón Manzano, Presidente Comisión Electoral Fetrabolivar	P	R
	52	Conferencia ceramista de ACEMAP	-Jorge Borges, ponente invitado	Ev	R
Ivonne Rincón	28	Problemas que enfrentan los sidoristas	-Victor Moreno, Diputado Congreso Causa R	P	R
Lila López	62	UCER satisfecha por informe de gestión	-Jesús Rondón, Director UCER Bolívar	Ed	N
	55	Prefectura no actúa en invasiones	-Nélida de Romero, Prefecto Heres	P	R
	53	Heres: proceso licitatorio para reparar semáforos	-José Horta, conductor -Luis León, conductor -Pedro González, conductor -Henry Rojas, conductor -Héctor Barrios, Alcalde Heres	C	A
	54	Inciertos casos diarrea en Hospital RyP	-Simón Arrijoja, Director Hospital Ruiz y Páez	C	R
Carlos Ortiz	63	Desarme Operativo	-Douglas Lago, Prefecto de Caroní	S	N
	64	PTJ recupera mercancía robada	-José Barreto, Jefe PTJ Ciudad Guayana.	S	N
Jonás Caro	65	En preparativos Vigésima Sexta Edición Nuestros Ríos son Navegables	-Alfredo Riveiro, Presidente Comité Nuestros Ríos son Navegable. -Hercules Douca, Vicepresidente -Hernán Méndez, Tesorero.	D	N
	66	Tercera Válida Suroriental de Motonáutica	-Salvador Bufalino, Técnico de la Asociación Motonáutica.	D	N
	67	Competencias nacionales de motos de agua	-Lisandro González, Vicepresidente de la Asociación de Motos de Agua	D	N

- (1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.  
(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-5]**  
**CORREO DEL CARONÍ, 7 DE MAYO**

**Cuadro 15**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *CORREO DEL CARONÍ* DEL VIERNES 7 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Jenny Sánchez	41	Gobierno Nacional y sector industrial unen esfuerzos para combatir desempleo	-Henry Gómez Alberti, presidente de Fedehindustria.	I	A
Ana Teresa Pacheco	6	Rocio en Guayana	-Rocio Durcal, cantante	Ev	A
	68	XV aniversario Colegio Caroní	-Josefina Castillo, directora del colegio	Ev	N
Manuel Boscán Isea	69	Amenazan con paro trabajadores de Sidetur	-Secretario general del sindicato -Eduardo Gisbert, Vicepresid. Sidetur	P	N
	42	Polo Patriótico inicia mañana escogencia de los constituyentistas	-Américo Pérez, miembro Foro Simón B. -Sergio García, dirigente Círculo Zamora.	P	A
	70	Falsifican firma de directivo de Sutic	-Ildemaro Vallés, Secretario de Finanzas del Sindicato Único de la Industria de la Construcción del estado Bolívar	P	N
	71	Sinep-CVG introducirá pliego conflictivo	-Miriam Ramírez, secretaria gen. -Miguel Rivero, secretario org. -Luis Flores, secretario de Actas -Roberto Solís, secretario de Finanzas -Merce Briceño, secretaria de Cultura	P	N
	72	Periodista exige indemnización	-Eraclio Lugo Crone, periodista	C	N
Carlos León	73	Experto bancario dicta talleres a personal del Del Sur EAP	-Rosario García de Luis, Gerente de Recursos Humanos	C	N
	12	Nada tengo que ver con cierre del colegio	-Margot de Villasana, profesora	Ed	A
Robinson Lizano	74	Cuba, Magallanes y Caracas en La Ceiba	-Oscar Prieto Párraga, copropietario de los Leones del Caracas -Domingo Alvarez, gte. Liga Profesional	D	N
DAO	75	Guayana presente con su Team en III Válida de Motos de Agua	-Lisandro González, vicepresd. Asociación Motos de Agua edo.Bolívar	D	N
	76	Italo Uputa y Asocove, campeones bolas criollas	Reseña	D	N
	77	Atletas de Ibero celebraron aniversario	-Luciano Chávez, presidente de la JD -Miguel Lameda, coordinador Deportes	D	N
	78	Intercambio deportivo ingenieros	Reseña	D	N
	79	Este sábado último llamado a Superliga	-Carlos Vargas, presd. Asociación de Baloncesto del estado Bolívar	D	N
	80	Nutrida asistencia en maratón de aerobic de UTS	-Francisco Mata, coordinador de Deportes	D	N
Victoria Mata	65	Adelantados preparativos para la XXVI Edición de Nuestros Ríos son Navegables	-Alfredo Riveiro, presidente -Hércules Doucas, directivo -Pipo Bufalino, directivo -Pipo Basile, directivo -Heraclis Doucas, directivo -Hernán Méndez, directivo	D	A
Delfamarys Abzueta	1	Desarrollo del Sur reclama línea transmisión hasta Santa Elena	-Luis Castro, dirigente y miembro del Comité Ejecutivo del MAS	P	N
	2	Continúa investigación de implementos desaparecidos Liceo Vista al Sol	-Eliseo Boada, coordinador comisión de Educación de la junta parroquial	Ed	N
	83	Irregularidades Colegio San Pablo	Reseña	Ed	N
	84	Feria de las Hortalizas organiza Plan Bolívar 2000	-Germán Bocaranda Castaño, Comandante de Base Aérea Luis Apolinar Méndez	C	N
Bladimir Martínez	85	Colapsan emergencia y otras áreas del Hospital Dr. Raúl Leoni	-Señalaron camilleros -Auxiliar de necropsia	C	N
	86	"El Patón" y "El Yoni" golpearon a un joven hasta causarle la muerte	-Jesús Zambrano, padre del occiso	S	N
	87	CTPJ recuperó más de Bs. 100 millones en mercancía	-José Barreto, Jefe de la CTPJ-Delegación Ciudad Guayana	S	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-6]**  
**TV NOTICIAS MERIDIANA, 7 DE MAYO**

**Cuadro 16**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN TV NOTICIAS MERIDIANA EL VIERNES 7 DE MAYO DE 1999)

Periodista	Nº	Hecho noticioso	Fuente	I (1)	T (2)
BM	41	Política Industrial	-Henry Gómez, Presidente de Fedeindustria	I	R
Ivonne Rincón	88	Nueva planta minera en el Km 88	-Rafael Rodríguez Acosta, Diputado Congreso	P	N
	89	Analizarán emigración de indígenas	-Ana María Marín, Coord. Justicia Paz Almacerón	C	N
	90	Nueva política salarial	-Estilto García, secretaria Sutralum	P	N
	91	Hallado feto en sector 25 de marzo	Reseña	S	N
	23	Capturada mujer con drogas	Reseña	S	R
	92	Detenido joven	Reseña	S	N
Rosa Duarte	58	Aplicación del IVA	-Liliana Dispicio, Jefe del Sector de Tributación del Seniat Puerto Ordaz. -Comerciante. -Comerciante.	E	R
YR	56	Hoy se inician discusiones sobre nuevo contrato colectivo de Sidetur	-Juan Ucar, Gerente Planta Sidetur	P	A
	93	Elevar rentabilidad y producción de las unidades agrícolas de la región	-Jesús Pernalette, Coordinador Nacional Inst. Simón Bolívar.	C	N
	94	Convención Zonal de Ciencia y Tecnología	-Dilia Camacho, Adjunta Dtto. Esc. Dos. -César Becerra -Mayerling Ortiz	C	N
	95	Comerciantes organizados para evitar mercado persa	-Nasir Abras, comerciante -Wilfredo Salazar, Economía Informal Caroní	P	N
MH	46	Concurso para nombrar Contralor y Procurador General	-Adon Soto, Diputado Fracción Causa R – ASLEB.	P	R
	2	Memoria y cuenta del Gobernador	-Jorge Carvajal, Gobernador del edo. Bolívar	P	R
	57	Respeto al horario de interpelaciones	-Nelly Frederick, Diputada AD en Asamblea Legislativa del Estado Bolívar	P	R
Franklin Guerrero	50	Carencia de profesores en la UNEG	-David García, Vicerrector Académico UNEG	Ed	R
	3	Bases para elegir nuevas autoridades de Fetrabolívar	-Ramón Manzano, Presidente Comisión Electoral Fetrabolívar	P	R
	52	Conferencia ceramista de ACEMAP	-Jorge Borges, ponente invitado	Ev	R
LL	62	UCER satisfecha por gestión	-Jesús Rondón, Director UCER Bolívar	P	R
Carlos Ortiz	96	Crecida de los ríos	-Raúl Ruiz, Cuerpo de Bomberos Caroní -José García, Director Defensa Civil Edo. Bolívar	S	N
CC	97	Cuadrangulares de sofbol y futbolito	-Luis León, promotor deportes Asoconde.	D	N
Jonás Caro	66	Tercera Válida Suroriental Motonáutica	-Salvador Bufalino, Técnico de la Asociación Motonáutica.	D	R
	67	Competencias nacionales de motos de agua	-Lisandro González, Vicepresidente de la Asociación de Motos de Agua	D	R
Pamela Astudillo	98	Coral	Reseña	Ev	N
	99	Cantante Unexpo	Reseña	Ev	N
	100	Voz Unegista	Reseña	Ev	N
	101	Agenda conciertos	Reseña	Ev	N
	102	Agenda galerones	Reseña	Ev	N
	103	Décimas de Ferrominera	Reseña	Ev	N
	104	Artisanos en La Llovizna	Reseña	Ev	N
	105	Coral Infantil	-Directora (sin nombre)	Ev	N
	106	Segmento: Reverón, el domingo , 9 pm	Reseña	Ev	N

- (1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.  
(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-7]  
NOTICIERO CNS, 7 DE MAYO**

**Cuadro 17**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO DE APARICIÓN (T) PRESENTADOS EN EL *NOTICIERO CNS* DEL VIERNES 7 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Jenny Sánchez	107	IVA e Impuesto al Débito Bancario	-Henry Gómez Alberti, presidente Fedeindustria	E	A
	90	CVG ratificó a sindicato presentar decisión sobre materia salarial	-José Luis Morocoima, secretario general Sutralúmina	P	A
	28	Por el orden de los 400 mil bolívares aumento de los trabajadores siderúrgicos	-César Rivera, director laboral de Sidor	P	A
	108	Este fin de semana Causa R escoge a sus candidatos para ANC	-Andrés Velázquez, dirigente Causa R	P	N
Lila López	109	8% de IVA en Margarita también debe ser aplicado en Santa Elena de Uairén	-José Vicente Marrero, Gobernación	E	N
	96	Programa Orinoco 99 por la crecida del río	-José García, Director de Defensa Civil	S	A
	110	4 mil 500 uniformes entregó la zona educativa a sus obreros	-Maritza Velazco, Zona Educativa	Ed	N
Franklin Guerrero	111	Cierre de empresas en Ciudad Bolívar causan malestar	-Jorge Aziz, presidente de la Cámara de Comercio	I	N
	112	Jornada para recuperar créditos agrícolas	-Aldi Torres, Director Regional del ICAP	E	N
	113	Directores de Ejecutivo Regional deben exponer y presentar sus cuentas administrativas	-Vladimir Vhaliz, Presidente de la ALEB	P	N
	114	Gobernación solicita crédito para cancelar bonos a obreros educacionales	-Sait Rodríguez, secretario Gobernación	P	N
Beysis Marcano	115	Seguridad Wackenhut Victoria está violando contratación colectiva	Reseña	P	N
	116	Gabriel Moreno aspira a la ANC	-Gabriel Moreno, Asesor Jurídico de Sutiss	P	N
	117	VF Adiestramiento y Asetecon Consultores formaron alianza estratégica para ampliar cobertura de capacitación	-José Miguel Vera, VF -Marjorie Figuera, Asetecon	C	N
	108	Fundación Alflero Maneiro discutirá planteamientos que serán llevados a la ANC	Reseña	P	A
Lorena Caña	118	Ince Bolívar contribuye con la formación del recurso humano	-Marcos Paredes, Director del INCE Bolívar	Ed	N
	119	Limpieza de 4 sedimentadores es causa de suciedad de agua en zona de Alta Vista en Puerto Ordaz	-Marisadida Martínez, Gerente General de CVG-Gosh	C	N
	120	Foro organizado por la AVE se realizará el 13 de mayo	Reseña	Ev	N
	102	Este domingo, Galerón sidorista	Reseña	Ev	R
	121	Teatro en La Barraca con Los Chicos Malos	Reseña	Ev	N
	101	Banda Municipal a las 5:00 pm	Reseña	Ev	R
Yolanda Cozier	123	Estudiantes y autoridades de la UDO analizaron suspensión régimen nocturno	Reseña	Ed	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-8]**  
**TV NOTICIAS ESTELAR, 7 DE MAYO**

**Cuadro 18**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN *TV NOTICIAS* ESTELAR EL VIERNES 7 DE MAYO DE 1999)

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuentes	I (1)	T (2)
Morita Hernández	111	Preocupación por cierre de empresas y mal funcionamiento de servicios públicos	-Jorge Aziz, Presidente de la Cámara de Comercio de Ciudad Bolívar. -Bladimir Whaliz, Presidente de la Asamblea Legislativa.	I	A
	112	Jornada de recuperación de créditos	-Aldri Rodríguez, Director del Instituto de Crédito Agrícola y Pecuario del Estado Bolívar.	E	R
	2	Memoria y cuenta del Gobernador	-Bladimir Whaliz, Presidente de la Asamblea Legislativa	P	A
	124	Gobernación cancelará bonos a obreros educacionales	-Said Rodríguez, Secretario General de Gobierno -Roger Seguias, Secretario General Sindicato Obrero.	P	N
Beisys Marcano	107	Aplicación del Impuesto al Débito Bancario	-Henry Gómez, Presidente de Fedeindustria	E	R
	90	CVG presenta en mayo propuesta salarial del sector aluminio	-José Luis Morocoima, Secretario General Sutralumina	P	R
	28	Sidor: Continúan conversaciones para establecer tabulador de pago	-César Riveras, Director Laboral de Sidor	P	R
	108	Causa R designa candidatos para la ANC	-Andrés Velásquez, Dirigente Nacional de Causa R	P	R
Franklin Guerrero	123	LA UDO al borde de un cierre técnico	-Dra. Veridiana González, Rectora de la Universidad de Oriente	Ed	A
	123	Estudiantes y representantes de la UDO analizan régimen nocturno	-José Gregorio Márquez, Presidente FCU UDO	Ed	A
	125	Primer Festival Regional de Niño Preescolar	-Yolanda Del Nogal, Presidente de Fundeli -Idalia Monteverde, Directora de J. I. Hurtado Higuera	Ev	N
Ivonne Rincón	88	Dentro de dos años, nueva planta minera en el Kilómetro 88	-Rafael Rodríguez Acosta, Diputado Congreso	P	R
Rosa Duarte	126	El Estado Bolívar podría quedar sin agua por contratación colectiva	-Alexander García, Secretario General Sintracueducto -Damelis Cermeño, Vicepresidente Recursos Humanos CVG Gosh	P	N
	127	Entregados premios Eureka en Colegio Fe y Alegría	-Representante Revista Eureka -Directora Colegio Fe y Alegría La Victoria -Strecker Portugués, ganador	Ed	N
Lila Lopes	128	Concejales de Heres tienen hasta el martes estudiar contrato Sabempe	-Nelson Velásquez, Vicepresidente Cámara Municipal Heres	P	N
	129	Defensa civil se prepara para las lluvias	-José Sánchez, Director Defensa Civil	S	N
Carlos Ortiz	130	Desempleados de la represa Caruachi	-Robert Herrera, desempleado	S	N
	131	Capturada	Reseña	S	N
	132	Capturado guyanés y otros deternidos	Reseña	S	N
	133	Recuperación de mercancía	-José Barrero, Jefe PTJ Ciudad Guayana	S	N
	134	Círculo Zamora de MVR desconocen legitimidad del comité directivo regional	-Hugo Másquez, Círculo Zamora, MVR	P	N
Carlos Carreño	97	Cuadrangulares de sofbol y futbolito en la UD-146	-Luis León, promotor deportes Asoconde	D	R

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-9]**  
**CORREO DEL CARONÍ, 8 DE MAYO**

**Cuadro 19**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *CORREO DEL CARONÍ* DEL SÁBADO 8 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sup>(1)</sup>	T <sup>(2)</sup>
ATP	8	¡Bravo Rocio!	Reseña	Ev	A
Carlos León	52	Construir con tierra, una excelente salida para bajar costos	-Juan Borges Ramos, coordinador del Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo	Ev	A
	135	Fundeli realizó encuentro floklórico	-Gliden García, Jefe de Relaciones Públicas de Fundeli	Ev	N
Manuel Boscán Isea	136	Primera Dama de la República llega mañana a Ciudad Guayana	-Antonietta Parra, coord. Asuntos Juveniles y de la Mujer del MVR	P	N
	137	Nuevos proyectos de plantan ponen en peligro operatividad de Venalum	-Manuel Díaz, secretario de Finanzas de Sutralum	P	N
	138	"Oportunistas no deben apoderarse de la Asamblea Nacional Constituyente".	-Josep Gregorio Beria, candidato a la ANC, dirigente político Bandera Roja	P	N
Jenny Sánchez	139	Gabriel Moreno aspira participar en la ANC	-Gabriel Moreno, candidato para la ANC	P	N
	140	Sindicato Profesional de Seguridad denuncia falta de seriedad en discusión del contrato	-Carlos Ravelo, Secretario General de Sinprotraissim -Julio Defazio, secretario de Organización -Carlos González, segundo vocal	P	N
Delfamarys Abzueta	123	Autoridades de universitarias y estudiantes analizarán situación interna del Núcleo de San Félix	-Veridiana González, directora de la UDO	Ed	R
	141	En el Colegio Madre María de San José los alumnos de 5to, grado podrían perder el año escolar	Reseña	Ed	N
	83	Unidad Educativa San Pablo respeta los reglamentos del Ministerio de Educación	-Ana Perdomo, Dtra. del Colegio San Pablo -Hermína Colina de Rondón, coordinadora	Ed	A
Bladimir Martínez	142	Asociación de Vecinos de Villa Colombia le rinde homenaje a las madres	-Arturo Vallée, miembro Asociación de Vecinos de Villa Colombia -José Torres, miembro asociación -Liliam Ramirez, miembro asociación	Ev	N
	63	Policía uniformada combate distribuidores de drogas/ Operación Desarme	-José Ángel Marcado, Comandante de la Policía Uniformada de Caroní	S	N
	133	Recuperadas más de dos toneladas de leche en polvo valorada en 6 millones de bolívares	-José Barreto Utrera, Jefe de la Delegación CTPJ	S	R
	145	Quienes violen el Decreto 2819 serán sancionados según el Código Penal	-Douglas Lago, Prefecto de Caroní	S	N
DAO	146	Finales de Baloncesto Mini y Compota	-Carlos Vargas, presidente de la Asociación de Baloncesto	D	N
	15	Alcasa expone su liderato en Libemca	Reseña	D	N
	147	Mañana Juego de Estrellas del softbol Liga Aeropuerto	-Antonio José Aguilera, coordinador del evento	D	N
	148	Tiro en Tucupita	-Josep Acosta, directivo DTClub	D	N
	149	Continúa el softbol del Club Náutica	-Reinaldo Sifontes, coord. Evento	D	N
Victoria Mata	150	Viviana Irureta a Sudamericano en Brasil	Reseña	D	N
	151	Todo preparado para válida motonáutica	-Pipo Bufalino, director técnico	D	N
	152	A toda marcha bolas criollas empresarial	Reseña	D	N
	153	La ODEG programó actividades	-Taco Meneses	D	N
ANP	96	El Orinoco sube 8 centímetros diarios	-Bomberos Marinos	S	A
	154	Alcaldía de Heres inició operativo de control de precios en alimentos	Edgar Contreras, director de Desarrollo Social de esa institución	E	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B -10]**  
**TV NOTICIAS MERIDIANA, 8 DE MAYO**

**Cuadro 20**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN *TV NOTICIAS MERIDIANA* EL SÁBADO 8 DE MAYO DE 1999)

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Ivonne Rincón	107	Empresarios guayaneses no están preparados para el IVA	-Senen Torrealba, Presidente Asumabol	E	A
	155	Atraco en La Guayanesa	Reseña	S	N
	156	Muerte de un menor de edad	Reseña	S	N
	157	Detenido 5 presuntos narcotraficantes	Reseña	S	N
	158	14 accidentes de tránsito en el inicio del fin de semana	Reseña	S	N
Yumisay Rodríguez	159	Más atención al sector económico que al político	-Freddy Siso, Director Principal IAMM	E	N
	160	Nuevo ordenamiento para aeropuerto Manuel Piar	-Pedro Muñoz, Gerente Aeropuerto Carlos Manuel Piar	C	N
	161	Denuncia sobre irregularidades en Bauxilum	-José Hernández, Dirigente Sutralumina	P	N
Morita Hernández	111	Preocupación por cierre de empresas y mal funcionamiento de servicios públicos	-Jorge Aziz, Presidente de la Cámara de Comercio de Ciudad Bolívar. -Bladimir Vhaliz, Presidente de la Asamblea Legislativa.	I	R
	112	Jornada de recuperación de créditos	-Aldri Rodríguez, Director del Instituto de Crédito Agrícola y Pecuario del Estado Bolívar.	E	R
	162	CNE apertura de centros electorales	-Luis Alfredo Celis, Director Regional Electoral	P	N
Beisys Marcano	107	Aplicación del Impuesto al Débito Bancario	-Henry Gómez, Presidente de Fedeindustria	E	R
	90	CVG presenta en mayo propuesta salarial del sector aluminio	-José Luis Morocoima, Secretario General Sutralumina	P	R
	28	Sidor: Continúan conversaciones para establecer tabulador de pago	-César Riveras, Director Laboral de Sidor	P	R
	163	Ferroatlántida: recuperar mercados internacionales para Ferrosilicio	-David San Roman, Gerente Ferroatlántida -José Ramón Ramos, Asesor Financiero Ferroatlántida	I	N
Franklin Guerrero	123	LA UDO al borde de un cierre técnico	-Dra. Veridiana González, Rectora de la Universidad de Oriente	Ed	R
Rosa Duarte	164	Consulta entre población juvenil para elaborar plan de acción	-Pastora Medina, Alcaldesa Municipio Caroní	C	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-11]**  
**TV NOTICIAS ESTELAR, 8 DE MAYO**

**Cuadro 21**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN *TV NOTICIAS* ESTELAR EL SÁBADO 8 DE MAYO DE 1999)

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Franklin Guerrero	81	El tendido eléctrico es determinante	-Carlos Chancellor, Alcalde Municipio Sifontes	P	A
	165	Chancellor se postula como presidente de la Asociación de Alcaldes	-Manuel González, Alcalde Municipio Rocio	P	N
Ivonne Rincón	107	Empresarios guayaneses no están preparados para el IVA	-Senen Torrealba, Presidente Asumabol	E	R
Yumisay Rodríguez	107	La ciudadanía desconoce lineamientos del IVA	-Isabel Moya, ciudadana -Carmen de Daliz, ciudadana -Nora Lozano, ciudadana -Evelin González, ciudadana -Malide Olivares, ciudadana -René Medina, ciudadana	E	A
Morita Hernández	166	Irrespeto a directores no debe continuar en el Parlamento	-Jorge Carvajal, Gobernador del Estado Bolívar	P	N
	167	Probable cobro del aumento del 15% para empleados de gobernaciones y alcaldía	-José Ricardo Salazar, Dirección Planificación y Presupuesto	C	N
Beisys Marcano	28	Nuevos empresarios de Sidor deben asumir inversión social	-Edwin Sambrano, Diputado Congreso	P	A
Rosa Duarte	168	Inaugurado octavo centro de abastecimiento familiar	-Moisés Agreda, Director Abastecimiento y Mercadeo -Lil Suárez, Directora Municipal de Educación -Nelson Maurera, Presidente J. P. Vista al Sol	C	N
	169	Programa Autoconstrucción	-Juan Acosta, Presidente Asociación Civil Vista al Sol	C	N
	170	Ascenso de precios de los productos de la cesta básica (ronda mercado)	Reseña	C	N
Carlos Ortiz	171	Jornada Fundasalud	-Zeida Ferrer, Cordinador Fundasalud	Ev	N
	157	Detenido 5 presuntos narcotraficantes	Reseña	S	R
	172	Capturado sospechoso	Reseña	S	N
	173	Detenidos dos sujetos más	Reseña	S	N
	174	Programa Comunidades en acción	-Douglas Lago, Prefecto Caroní	S	N
Lila Lopes	175	IV Encuentro de Jóvenes Cristianos en Ciudad Bolívar	-Jesús Lozano, Coordinador del encuentro -Joseba Vega, Instructor del taller -Roxana Riveiro, participante -Roimily Malavé, participante	C	N
	176	Actos por Día Mundial de la Cruz Roja	-Lino Bossio, Presidente Cruz Roja Seccional Bolívar -Luis Mejias, Vicepresidente	Ev	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.  
(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-12]**  
**CORREO DEL CARONÍ, 9 DE MAYO**

**Cuadro 22**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *CORREO DEL CARONÍ* DEL DOMINGO 9 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Jenny Sánchez	177	El transporte de carga pesada podría paralizarse en el estado Bolívar	-José Antonio Castro, presidente de la Cámara Transporte Pesado del edo. Bolívar	P	N
	178	Comité de Damas de Asopenia rindió homenaje a las madres	Reseña	Ev	N
	117	Alianza Estratégica para ampliar el mercado de adiestramiento en el ámbito regional	-José Miguel Vera, gerente de Publicidad y Mercadeo de VF Adiestramientos -Maryuris Figueroa, asistente de la gerencia	C	R
Manuel Boscán Isea	134	Zamoranos inconformes con la sección de la directiva regional	-Hugo Márquez, miembro de la dirección estatal de los Círculos Zamora	P	A
	71	Sinep-CVG exhorta a Scotto a que se acuerde de las madres	-Miriam Ramírez, secretaria general de Sinep-CVG	P	A
Armando Ney Pinel	179	Convergencia apoyará algunos independientes a la Constituyente	-José Francisco Zurita, coordinador regional del Partido Convergencia	P	N
Carlos León	136	MVR invita al homenaje a las madres en el Parque La Fundación	-Antonieta Parra, directora de Asunto Juvenil del MVR	Ev	A
	105	Colegio Los Próceres realiza primer encuentro coros infantiles	-Nancy Gómez Sanoja, directora del Colegio Los Próceres	Ev	R
DAO	180	Pesca y Dominó en el Italo 29 y 30 de mayo	-Pablo Gil, coordinador de Deportes del Centro Italo	D	N
	15	Hoy maratón 39 Aniversario de Criollitos de Libemca	Reseña	D	A
	181	Seminario de Reglamentación del Baloncesto	-Emilio Márquez, coordinador del evento	D	N
Victoria Mata	182	Hoy es la final del I Regional de Tenis	-Andrés Ferrari, coordinador del equipo Italo	D	N
	187	Dorita Pérez y Efigenio Martínez ganaron caminata	-Alfredo León, coordinador corporativo de deportes -Efigenio Martínez, trabajador de Alcasa, ganador -Dorita Pérez, maratonista	D	N
Delfamarys Abzueta	184	Crat inició proceso de inscripción	-Graciela Martínez, directora del Centro de Recursos y Asistencia Técnica de Guayana	C	N
Bladimir Martínez	185	Muere menor de edad presuntamente a manos de taxistas	-Vecinos del lugar -José Idriago, padre del difunto	S	N
	155	Murió sujeto de 2 disparos luego de atracar una licorería (La Guayanesa)	-Hernán Mundarain, propietario del negocio	S	A
	186	Los Abarulos capturados por la Policía con droga y armas de fuego y otros detenidos	Reseña	S	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-13]**  
**CORREO DEL CARONÍ, 10 DE MAYO**

**Cuadro 23**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *CORREO DEL CARONÍ* DEL LUNES 10 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sup>(1)</sup>	T <sup>(2)</sup>
Jenny Sánchez	136	Las madres de Guayana celebraron su día	-Antonio Rojas Suárez, coordinador del MVR	P	A
Campos Lárez	24	La Constituyente Educativa es política del Ministerio de Educación	-Alejandro Alvarez, jefe del Distrito Escolar III con sede en Upata	P	A
DAO	187	Finales de Infarto en la III Copa Ibero Americano de Baloncesto	-Luciano Chávez, presidente del Colegio Ibero Americano -Carlos Vargas, presidente de la Asociación de Baloncesto del estado Bolívar -Jesús Alberto Manzanilla, entrenador de baloncesto del colegio	D	N
	188	Los mejores jugadores de baloncesto	Reseña	D	N
	15	Exitoso maratón de los criollos	Reseña	D	A
Victoria Mata	183	Paola Iovino y Enrique Olivares doble triunfo en I Regional (tenis)	-Paola Iovino, ganadora del Italo -Enrique Olivares, campeón en doble -Judith Diaz, ganadora single -Veruska Suniaga, ganadoras en doble -Berioska Suniaga, idem	D	A
Delfamarys Abzueta	189	En la región faltan recursos humanos en el área de minería y metalurgia	Reseña	C	N
Bladimir Martínez	190	Ricardo y Leida Viscaíno de cumpleaños	Reseña	C	N
	191	Subcomité de damas del Destacamento 88 rindió homenaje a las madres	-Norka de Martínez, presidente de esta agrupación	Ev	N
	192	Interesados pretenden desaparecer el programa Comunidades en Acción	-Douglas Lago, prefecto de Caroní y coordinador del Programa Comunidades en Acción -Carmelo Arcoisa, comisario rural de El Pao -José García, Jefe del Distrito Sanitario número 2	C	N
	193	Policía municipal no tiene capacidad para mantener el orden público	-Gouvanny Zorrilla, presidente de la Comunidad de Guaicaipuro y dirigente vecinal	C	N
	194	Perdió la vida al chocar el auto donde viajaba contra camión estacionado en la Av. LSF	-Juan Monroy, cabo de Tránsito Terrestre -Jorge Trujillo, distinguido de Tránsito Terrestre -Testigos del lugar	S	N
	195	Murió al caer de un poste cuando arreglaba falla eléctrica	Reseña	S	N
Carlos León	196	Operativo de limpieza en el Módulo Vinicio Grillet	-Guides Alcalá, directora del Módulo Vinicio Grillet -José Ángel Prieto, presidente de la Asociación de Asovecinos Los Aceites	C	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-14]**  
**TV NOTICIAS MERIDIANA, 10 DE MAYO**

**Cuadro 24**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN *TV NOTICIAS MERIDIANA* EL LUNES 10 DE MAYO DE 1999

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Yumisay Rodríguez	197	CVG supervisará compra de empresas externas de aluminio	-Omar Martínez, Vicepresidente de Promoción Industrias CVG	I	N
	90	En el sector aluminio no existe transferencia de personal gerencial	-Adrián Vásquez, Gerente General Operación Carbonorca	I	A
	161	Bauxilum reflatada después de recorte del presupuesto	-Ramón Tíneo, dirigente Sutralumina	P	A
	195	Un muerto en caída en alumbrado ilegal	Reseña	S	R
	198	Un muerto por impacto de bala	Reseña	S	N
	199	En emergencia menor por bala	Reseña	S	N
	200	Quemadura de dos mujeres	Reseña	S	N
	194	Un muerto y tres heridos en accidente de tránsito en Av. Sucre Figarella	Reseña	S	R
	201	Un accidente automovilístico	Reseña		
Beisys Marcano	6	Adecuación de Ferrovén más de la establecida en el contrato de venta	-Antonio Francisco, Director Ferrovén	P	A
Franklin Guerrero	201	Seguridad jurídica para los extranjeros	-John Maisto, embajador EEUU	E	N
Morita Hernández	179	Tres candidatos por Convergencia para la Constituyente	-José Francisco Zurita, coordinador general Convergencia	P	A
	202	Copei conversará con otras organizaciones para algunas postulaciones	-Raymundo García, Secretario General Bolívar	P	N
	203	Asamblea Legislativa exhorta pago personal Hospital Ruiz y Páez	-Dario Morandi, Fracción PPT, ALEB -Arturo Montes, Jefe Fracción AD	P	N
	204	Actos por Día del Reportero Gráfico	-Anita Marchese, Fundadora Circuito Reporteros Gráficos del Edo. Bolívar. -Jorge Pérez, Sec. Gral. Reporteros Gráficos Bolívar	Ev	N
Rosa Duarte	90	CVG se reúne con sindicato para definir sueldos y salarios	-Damelis Cermeño, Vicepresidente Personal CVG	P	A
Alicia Estaba	205	Día de la madres en el asilo San Vicente de Paul	-Olivia Jackson -Maria Teresa Sampson	Ev	N
Jonás Cano	187	Copa Iberoamericana de Baloncesto	-Carlos Vargas, Presidente Asociación Baloncesto Edo. Bolívar	D	R
Robinson Lizano	206	Entrevista del día	-Luis Vera, Presidente de Asopenia	I	N

(1) **P**: Política; **I**: Industria; **E**: Economía; **Ed**: Educación; **S**: Suceso; **Ev**: Evento; **D**: Deportes; **C**: Civil.

(2) **N**: Nueva; **R**: Repetida; **A**: Actualizada.

**[ANEXO B-15]  
NOTICIERO CNS, 10 DE MAYO**

**Cuadro 25**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *NOTICIERO CNS* DEL LUNES 10 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sup>(1)</sup>	T <sup>(2)</sup>
Yolanda Cozier	177	Los transportistas se sumarán al paro tachirenses si no se llega a algún acuerdo nacional	-José Antonio Castro, Presidente de la Cámara de Transporte Pesado	P	R
	207	Más de 12 mil jóvenes se inscribieron en la prueba de aptitud académica	-Magaly Gómez, coordinadora local CNU	Ed	N
	208	Quinta Jornada Orientales de Matemática	Reseña	Ev	N
Jenny Sánchez	209	Los hechos de corrupción deben aclararse para que el proceso de cambio se realice eficientemente	-Edwin Zambrano, diputado del Cambio Revolucionario	P	N
	210	Presupuesto de la planta de laminación de Alcasa será recapitalizado y las demás áreas aún no tienen destino definitivo	-Gilberto Prieto, Director Laboral de Alcasa	P	N
	211	Foro: Orientaciones de la estrategia nacional para el sector de las empresas básicas	Reseña	I	N
Franklin Guerrero	212	La Cámara de Comercio solicitará renuncia del Alcande Heres, Héctor Barrios	-Jorge Aziz, presidente del gremio empresarial	P	N
	213	Posible aumento de tarifa del servicio eléctrico en Ciudad Bolívar	-Alberto Mansini, Presidente de Elebol	C	N
	46	Los aspirantes a Contralor y Procurador deben presentar credenciales antes del viernes	-Bladimir Vhalis, Presidente de ALEB	P	A
	214	Fundación del Niño inaugurará Centro de Atención Integral al niño en Situación Dificil	-Flor Caria, Directora Ejecutiva de la fundación	C	N
Lila López	212	"Yo seguiré trabajando en beneficio del Municipio Heres"	-Héctor Barrios, Alcalde Heres	P	A
	215	AD no participará en la partidización de la ANC	-Luis Beltrán Franco, Secretario General de AD	P	N
	216	Destacamento 81 de la GN capturó a 3 azotes de Barrio Sector Maruhanta	Reseña	S	N
Lorena Caña	217	Chávez aún no ha conformado asistencia a inauguración zona franca Santa Elena de Guairén	-Vicente Morett, Alcalde del Municipio de la Gran Sabana	P	N
	90	A finales de este mes será definida ajuste salarial para los trabajadores de CVG y filiales	-Damelys Cermeño, vicepresidente RRHH de CVG	P	A
	107	Seminario sobre Los Impuestos al Débito Bancario y al Valor Agregado	-José Malavé, organizador del evento	Ev	A
	218	Lucía De Luciani, Candidata a la ANC	-Lucía De Luciani, candidata a la ANC	P	N
	219	Alcaldía Caroní aún no tiene fecha para demarcación de arterias viales en Ciudad Guayana	-Adelina Goncalves, Directora de Obras Públicas	C	N
	220	De las 108 intersecciones de las avenidas de Ciudad Guayan, solo una presenta falla	-Rosaida Montilla, Representante de la Dirección de Transporte de Caroní	C	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-16]**  
**TV NOTICIAS ESTELAR, 10 DE MAYO**

**Cuadro 26**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN TV NOTICIAS ESTELAR EL LUNES 10 DE MAYO DE 1999

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sup>(1)</sup>	T <sup>(2)</sup>
Morita Hernández	213	Electricidad de Ciudad Bolívar estudia otro aumento	-Alberto Manssini, Presidente Elebol	C	R
	212	Solicitan renuncia del Alcande Héctor Barrios	-Jorge Aziz, Presd. Cámara de Comercio	P	R
	46	Hasta el viernes reciben credenciales de aspirantes a contralor y procurador	-Bladimir Vhaliz, Presidente de la Asamblea Legislativa	P	R
	214	Inauguración del Centro de Atención Integral al Niño en Situación Dificil	-Flor Carias, director Fundación del Niño	C	R
Beisys Marcano	212	Héctor Barrios afirma continuar trabajando	-Héctor Barrios, Alcalde Heres	P	R
	210	Alcasa aprobó recapitalizar presupuesto de la planta de laminación	-Gilberto Prieto, Dirigente Laboral Alcasa	I	R
	221	Es necesario aclarar hechos de corrupción al erario nacional	-Edwin Sambrabo, Diputado Congreso	P	N
	222	Un muerto en Chirica	Reseña	S	N
	211	Foro de CVG en su nuevo rol	-José María Rodríguez, Coordinador del foro	I	A
Franklin Guerrero	177	Podría iniciarse paro de transporte en Bolívar	-José Antonio Castro, Presidente Cámara Transporte Pesado	P	R
	162	Abierto proceso de registro electoral	Reseña	P	A
	208	V Encuentro de Profesores de Matemáticas	-Cecilia Tirapegui, coordinadora del evento -María Cardeli, ponente invitada -Oswaldo Del Castillo, Rector UNEG	Ed	N
	207	Más de 12 mil jóvenes para presentar pueba de Aptitud Académica	-Magaly Morillo, Coordinadora CNU OPSU Caroní	Ed	R
Yumisay Rodríguez	197	CVG supervisará compra de empresas externas de aluminio	-Omar Martínez, Vicepresidente de Promoción Industrias CVG	I	R
Rosa Duarte	223	Concejales de PPT aprobarán memoria y cuenta de Alcandesa	-Jesús Toro, Concejal del PPT	P	N
	224	Sector Los Alacranes declarado zona de desastre	-Guillermina Ulrich, Vicepresidente Cámara Municipal Caroní -Donata Parra, vecina del sector	C	N
	55	Terrenos para reubicar invasores	-Edgar Castro, Dirección de Catastro Municipal	P	A
Lila Lopes	215	AD no participará en partidización de la ANC	-Luis Beltrán Franco, Secretario General AD Seccional Bolívar	P	R
	216	Capturados tres supuestos azotes en Ciudad Bolívar	-Javier Alberto Villasana, detenido en el Destacamento 81 GN	S	A
Carlos Ortiz	225	Seis muertos al voltearse curiara en Boca de Maruto	Reseña	S	N
	226	Ecocidio en La Sapuarera por envenenamiento	Reseña	S	N
	194	Accidente en Av. Sucre Figarella	Reseña	S	R
	227	Otro choque	Reseña	S	N
	200	Dos quemadas por fogón	Reseña	S	R
	228	Dos víctimas de bala	Reseña	S	N
Jonás Cano	229	Pemones viajarán a Tucupita para asistir al draf de la Liga Nacional de Baloncesto	-Luciano Chávez, Director Pemones de Guayana	D	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-17]**  
**CORREO DEL CARONÍ, 11 DE MAYO**

**Cuadro 27**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *CORREO DEL CARONÍ* DEL LUNES 11 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sup>(1)</sup>	T <sup>(2)</sup>
DA	208	UNEXPO sede del V Encuentro de Profesores de Matemáticas	-Cecilia Terapegui, organizadora por Asovermat -María Cardelle, ponente de la Universidad de Arizona -Oswaldo del Castillo, rector de la UNEG	Ed	R
	120	Cena Foro: Guayana como epicentro del desarrollo turístico	-Semen Torrealba, presidente de AVE -Luis Molina -Tyrone Romero	Ev	R
Manuel Boscán Isea	28	Asesorías y asistencia técnica se presentan para irregularidades	-Edwin Sambrano, diputado del Congreso Nacional para el seguimiento de compraventa de Sidor	P	A
	223	Alcaldesa presenta mañana Memoria y Cuenta del 98	-Jesús Toro, concejal del PPT -Germán Crespo, edil PPT	P	A
	134	La moral debe prevalecer en los constituyentistas	-Atilio Tapia, dirigente del Circulo Zamora y MVR	P	A
Carlos León	90	Sindicatos del aluminio entregan a CVG propuestas salariales	-Estilto García, Secretario General de Sutralum	P	A
	211	Empresas Básicas son motivo de un foro entre representantes del Congreso y la CVG	-José María Rodríguez, presidente de la Subcomisión de Empresas Básicas de la República	I	A
Victoria Mata	230	Criollitos de la Liga Celestino Grillet a toda marcha	Reseña	D	N
Armando Ney Pinel	231	Rutaca perdió ante 19 de abril en softbol	Reseña	D	N
	232	Un solo hit recibió pitcher Urbaneja en juego de la Liga Nelson Rivas	Reseña	D	N
	233	Alcaldía de Heres decide sobre empresa que se encarga del aseo urbano	-Fuente del Palacio Municipal	D	N
	234	Cuatro expresiones de las artes visuales	-Joaquín Latorraca, director de Cultura Municipal	C	N
DAO	235	Karate Do realizó campeonato	-Antonio Márquez, Presidente de la Asociación de Karate Do en el estado Bolívar	D	N
	236	Con furor avanza el softbol del Náutico	-Reynaldo Sifontes, coordinador deportivo del evento	D	N
	237	Wisniewski y Rabelo ganaron el tiro	-Oscar Maurera, presidente de la Asociación de Tiro del estado Bolívar	D	N
Robinson Lizano	238	La Ceiba necesita un nuevo esfuerzo conjunto	-Damián Prat, promotor del estadio	D	N
Bladimir Martínez	225	Seis ahogados al trabucar una curiara	-Luis Guzmán, sobreviviente	S	A
	226	Manos criminales provocaron ecocidio en laguna "La Sapuarera"	-Luisa Carlota de Hernández, habitante del sector	S	R
	239	Localizado cadáver de un hombre en estado de descomposición	Reseña	S	N
Campos Lárez	240	Un solo sindicato para los docentes	-César Muñoz, representante de la Comisión Constituyente Educativa -Alejandro Álvarez, representante de la Comisión Constituyente Educativa	P	N

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-18]**  
**TV NOTICIAS MERIDIANA, 11 DE MAYO**

**Cuadro 28**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN TV NOTICIAS MERIDIANA EL MARTES 11 DE MAYO DE 1999

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Yumisay Rodríguez	28	Negativo que el congreso debata sobre venta de Sidor	-Victor Moreno, dirigente Causa R	P	A
	134	El proceso constituyente podría convertirse en una suerte de lotería nacional	-José María Rodríguez, Sec. General Apertura Edo. Bolívar -Marcos Rojas, Dir. Plan Reg. MVR	P	A
	237	Hallado cadáver en terreno baldío en San Félix	Reseña	S	R
	223	Directores y jefes municipales evaluarán los últimos cuatro meses de gestión de Almacaroni	-Héctor Machado, Coord. Planif. Municipal	P	A
Morita Hernández	213	Electricidad de Ciudad Bolívar estudia otro aumento	-Alberto Manssini, Presidente Elebol	C	R
	212	Solicitan renuncia del Alcalde Héctor Barrios	-Jorge Aziz, Presd. Cámara de Comercio	P	R
	46	Hasta el viernes reciben credenciales de aspirantes a contralor y procurador	-Bladimir Vhaliz, Presidente de la Asamblea Legislativa	P	R
	241	Operativo de limpieza en todas las escuelas (Bolívar 2000)	-Nilda Beltrán, Coord. Plan Bolívar 2000, Zona Educativa	Ed	N
Franklin Guerrero	177	Podría iniciarse paro de transporte en Bolívar	-José Antonio Castro, Presidente Cámara Transporte Pesado	P	R
Carlos Ortiz	225	Aparecieron dos de los seis cuerpos desaparecidos al voltearse curiara	-Un pescador	S	A
Ivonne Rincón	242	Encuesta sobre Plan Seguridad Urbana	-Luis Biaggi -Danny Martínez -Héctor Arvelo -Miguel Madrid -Carlos Velasquez	C	N
	243	Violencia doméstica: entre 10 y 15 casos reportados diariamente	-Melvis Becerra, asesora legal Casa de la Mujer -Jazmin Ortiz, psicóloga Casa de la Mujer	S	N
	218	Lucia Molina se lanza a la ANC	-Lucia Molina, candidata	P	R
	244	Necesario políticas culturales para difusión y fortalecimiento de manifestaciones culturales	-Edixon Primera, artista plástico	C	N
Beysis Marcano	212	Héctor Barrios afirma continuar trabajando	-Héctor Barrios, Alcalde Heres	P	R
	210	Alcasa aprobó recapitalizar presupuesto de la planta de laminación	-Gilberto Prieto, Dirigente Laboral Alcasa	I	R
	221	Es necesario aclarar hechos de corrupción al erario nacional	-Edwin Sambrano, Diputado Congreso	P	R
Lila Lopes	245	Reactivado Plan Cívico Militar en Ciudad Bolívar	-Ismael Cegovia, Coord. Ambulatorio Libertador	C	N
Rosa Duarte	246	Residente del Campo A piden zonificación de terrenos baldío	-Luis Romero, Presidente de la Junta de Vecinos Campo A FMO	C	N
Jonás Cano	229	Pemones viajarán a Tucupita para asistir al draf de la Liga Nacional de Baloncesto	Luciano Chávez, Director Pemones de Guayana	D	R
Robinson Lizano	247	Entrevista del día	-Carlos Chancellor, Alcalde del Municipio Sifontes	P	N

(1) **P**: Política; **I**: Industria; **E**: Economía; **Ed**: Educación; **S**: Suceso; **Ev**: Evento; **D**: Deportes; **C**: Civil.

(2) **N**: Nueva; **R**: Repetida; **A**: Actualizada.

**[ANEXO B-19]  
NOTICIERO CNS, 11 DE MAYO**

**Cuadro 29**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADOS EN EL *NOTICIERO CNS* DEL MARTES 11 DE MAYO

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sup>(1)</sup>	T <sup>(2)</sup>
Yolanda Cozier	81	Demanda de nulidad contra la construcción del tendido eléctrico	Reseña	P	A
	248	Trabajadores del sector público temen que no se firme la contratación colectiva de este año	-Israel Coronil, presidente Sindicato Nac. Sector Público	P	N
	24	Mañana se inician Jornadas de la Constituyente Educativa	Reseña	P	A
Lorena Caña	107	A partir del 14 de mayo, Impuesto al Débito Bancario	Reseña	E	A
	107	Entidades bancarias están aptas para implementar IDB	-William Riera, Interbank -Oscar Pineda, Banco Caracas -Luis Ubaldo Mora, Corbanca	E	A
	107	Entidades bancarias del país tendrán que rendir cuentas al Banco Central sobre ingresos del IDB	-William Riera, Vicepresidente de la Zona Regional Guayana de Interbank	E	A
	249	Más agilizado proceso para obtener la Cédula de Identidad y mayor respeto por parte del personal de la Diex	-Encuestado -Encuestado	C	N
	250	Hoy se produjo un incendio en club privado "Cañonero", en Puerto Ordaz	-Romer Vargas, Oficial de Patrulleros de Caroní	S	N
	251	Taller para microempresarios Programa de Apoyo Tecnológico	-Aixa Viera, Coordinadora	Ev	N
Franklin Guerrero	252	Algunas empresas se niegan a pagar 20% de aumento decretado por el Ejecutivo Nacional	-Diego Castro, representante Fetrabolivar	P	N
	218	Cámara de Comercio propone recuperar autoridad local con la renuncia del Alcalde Héctor Barrios	Reseña	P	A
	11	Se inició alistamiento militar	-Luis Alberto Cardozo, Jefe del Conscrito Militar de Ciudad Bolívar	C	A
Jenny Sánchez	90	CVG recibió documento que contiene exigencias laborales y salariales	-Estilito García, secretario general Sutralum	P	A
	223	Concejales de AD no aprobarán memoria y cuenta de la alcaldesa	Reseña	P	A
	253	Arquitectos, ingenieros y afines proponen a Edwin Sambrano y a Pedro Liscano a la ANC	Reseña	P	N
Beisys Marcano	254	Avenida Ciudad Guayana en San Félix paralizado por manifestación en contra del sindicato de la construcción	Reseña	P	N
	108	Causa R llevará la voz de los trabajadores a la Constituyente	-Andrés Velázquez, dirigente Causa R	P	A
	255	Tala ilegal en Sierra Imataca detecta Guardia Nacional	-Pedro Zambrano, General Brigada -Alfredo Bolívar, Superintendente Protección Min. Ambiente	S	N
Lila López	256	Indecu cerrará sus puertas si el Ejecutivo no le paga a su personal	-Olivia García, Directora de Indecu Regional	P	N
	108	Roig, Velázquez y Matheus a la ANC	-Andrés Velázquez, dirigente nacional de Causa R	P	A
	225	Localizado 2 cuerpos de 6 personas que perdieron la vida al trabucar una curiara en el río Orinoco	Reseña	S	A

(1) **P:** Política; **I:** Industria; **E:** Economía; **Ed:** Educación; **S:** Suceso; **Ev:** Evento; **D:** Deportes; **C:** Civil.

(2) **N:** Nueva; **R:** Repetida; **A:** Actualizada.

**[ANEXO B-20]**  
**TV NOTICIAS ESTELAR, 12 DE MAYO**

**Cuadro 30**

IDENTIFICACIÓN DE LOS REPORTEROS, HECHOS NOTICIOSOS, FUENTES CONSULTADAS Y CLASIFICACIÓN DE LAS INFORMACIONES EN RELACIÓN CON SU CONTENIDO (I) Y TIEMPO (T) DE APARICIÓN PRESENTADAS EN *TV NOTICIAS ESTELAR* EL MARTES 11 DE MAYO DE 1999

Periodista	N°	Hecho noticioso	Fuente	I <sub>(1)</sub>	T <sub>(2)</sub>
Franklin Guerrero	81	Nueva demanda de nulidad contra tendido eléctrico	Extraoficial	P	R
	246	Sindicato teme se posponga discusión sobre contratación colectiva	-Israel Coronil, Presidente Nacional Sindicato Trabajadores Públicos	P	R
	24	Constituyente educativa en 4 parroquias	-Luis Domínguez, Coordinador Comisión Ad Hoc	P	A
	257	Escuela para constituyente	-Dunia de Coa, Dir. EB Auyantepuy	P	N
Beisys Marcano	90	Sindicatos del aluminio presentaron a CVG requerimientos salariales	-Estillito García, Sec. Gral. Sutralum	P	R
	223	Concejales de AD no aprobarán memoria y cuenta de Alcaldesa	-Guillermo Hernández, Concejale AD	P	R
	253	Ingenieros, arquitectos y afines proponen a Sambrano y a Liscano a la ANC	-Jesús Monte de Oca, miembro frente constituyente -Pedro Liscano, candidato -Edwin Sambrano, candidato	P	R
	120	Cena foro sobre turismo del Estado Bolívar	-Senen Torrealba, presidente AVE	Ev	R
Yumisay Rodríguez	258	El proceso constituyente podría convertirse en una suerte de lotería nacional	-José María Rodríguez, Sec. General Apertura Edo. Bolívar -Marcos Rojas, Dir. Plan Reg. MVR	P	N
Morita Hernández	250	Fetrabolivar reclama 20% incremento salarial	-Diego Castro, Presd. Fetrabolivar	P	R
	42	PPT Bolívar definirá candidatos a la Constituyente	-Dario Morandi, Fracción PPT ALEB	P	A
Rosa Duarte	223	Diversas opiniones sobre gestión de Alcaldesa	-Encuestado -Encuestado -Encuestado -Encuestado -Encuestado		
Lila Lopes	108	Roig, Mateus y Velásquez a la ANC	-Andrés Velásquez, dirigente Causa R	P	R
	259	AD califica de irresponsable oposición realizada a la gestión de Carvajal	-Luis Beltrán Franco, Ser. Gral. AD Sec. Bolívar	P	N
	254	Indecu cerrará sus puertas si ejecutivo regional no paga	-Olivia García, directora regional Indecu	P	R
Carlos Ortiz	225	Localizado más cadáveres de víctimas de la curiara	Reseña	S	R
	260	Niña murió de desnutrición en Vista al Sol	-Migdalia Salas, Presidente de Asovecinos	S	N
	226	Más datos sobre Laguna La Sapuarera	Reseña	S	A
	261	Herido antisocial en Unare	Reseña	S	N
	262	Desempleados exigen intervenga Contraloría	-Leonardo Salmerón, desempleado -Jhon Requena, desempleado	C	N

(1) **P**: Política; **I**: Industria; **E**: Economía; **Ed**: Educación; **S**: Suceso; **Ev**: Evento; **D**: Deportes; **C**: Civil.

(2) **N**: Nueva; **R**: Repetida; **A**: Actualizada.

**[ANEXO C-1]  
ORGANIZACIÓN DE LOS GRUPOS FOCALES  
(Focus Group)**

**ORGANIZACIÓN DE LOS GRUPO FOCALES**

Se organizaron los grupos de acuerdo con la función de cada participante en los tres medios de comunicación: reporteros de información regional (grupos A, B, C y D) y coordinadores (grupos E y F).

Grupo A	Manuel Boscán Isea
<b>Jueves, 29</b>	Yumisay Rodríguez
7 pm	Adriana Boccalón
	Ivonne Rincón
	María Elena Arredondo
	Franklin Guerrero
	Lorena Caña

Grupo E	Robinson Lizano
<b>Viernes, 30</b>	Lorena Rondón
7 pm	Norma Orta
	Damián Pratt
	Ana Teresa Pacheco

Grupo B	Jenny Sánchez,
<b>Lunes, 2</b>	Carlos Ortiz
7 pm	Andrés Campos Lárez
	Yolanda Cozier
	Pamela Astudillo
	Leida Campos
	Luz María Poriet

Grupo C	Carlos Carreño
<b>Martes, 3</b>	Danilo Arenas
7 pm	Iván García Marrero
	Jonás Caro
	Bladimir Martínez
	Beysis Marcano
	Carlos León

Grupo F	Alicia Estaba
<b>Jueves, 5</b>	Pedro Carreño
9 am	Aliette Díaz

Grupo D	Morita Hernández
<b>Sábado, 7</b>	Lila López
5 pm	Luz María Poriet
	Armando Ney Pinel
	Anita Marchesse
	Américo Fernández

La planificación de la reunión con cada grupo se establecerá personalmente y/o por teléfono con cada uno de los participantes y se formalizará la confirmación a través de una invitación escrita firmada por la autora de la investigación.

**[ANEXO C-2]**  
**CARTA INVITACIÓN AL GRUPO FOCAL**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO**  
Vía Los Olivos, sede del Colegio Loyola-Gumilla  
**Av. Atlántico, Puerto Ordaz.**  
Escuela de Comunicación Social

Puerto Ordaz, 26 de julio de 1999

Licenciada  
Lorena Caña  
*Noticiero CNS*

Con esta comunicación quiero invitarte formalmente para que participes en una discusión de grupo que hemos planificado para culminar un trabajo de cooperación académica para el **Correo del Caroní**, y los programas informativos **TV Noticias** y **Noticiero CNS**.

El objetivo de esta actividad es conocer, de los coordinadores y periodistas de los tres medios de comunicación, las preferencias comunicacionales, recomendaciones y criterios de valoración de noticias que prevalecerían al considerar un sistema de comunicación que promueva la eficiencia interna en la cobertura periodística de un mismo hecho noticioso.

Día:	Jueves 29 de julio de 1999
Hora:	7:00 pm
Lugar:	Salones Multimedia Guayana, en Unare
Duración:	Máximo 2 horas

Será muy provechoso contar con tu intervención en esta dinámica grupal, la cual esperamos genere propuestas viables y convenientes para el mejoramiento continuo y fortalecimiento de los procesos sistémicos de trabajo informativo.

Sin otro particular, te saluda, cordialmente,

**María Esther Becerra**  
Directora (E) de la Escuela de Comunicación Social  
UCAB-Guayana

**[ANEXO C-3]**  
**[INSTRUCTIVO DE LA REUNIÓN]**

PRESENTACIÓN

Mi nombre es María Esther Becerra, directora encargada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello de Guayana. Actualmente desarrollo un trabajo de cooperación académica para los medios de comunicación social que dirige el doctor David Natera Febres en el estado Bolívar.

INSTRUCCIONES

Lo que vamos a realizar es un grupo de discusión o entrevista grupal, una herramienta utilizada en la investigación cualitativa para conocer de ustedes sus opiniones y recomendaciones para formalizar un sistema de comunicación interna entre los tres medios de información que garantice una sinergia de equipo en la cobertura periodística de un mismo hecho noticioso.

A continuación vamos a conocer los resultados de un análisis de las informaciones regionales publicadas en el *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS* durante seis días consecutivos.

(Presentación)

Como moderadora de este grupo, guiaré la discusión en la secuencia lógica de los tópicos que tenemos previstos para hoy.

Las reglas de participación son las siguientes:

- ✓ Debe hablar uno a la vez
- ✓ Dirigirse siempre a otro participante, no al moderador
- ✓ Ser sincero (no hay respuestas correctas e incorrectas)
- ✓ Todas las opiniones cuentan
- ✓ Evitar ser complaciente con el moderador

Con la finalidad de garantizar la información, se grabarán las intervenciones de los participantes, y durante la dinámica nos acompañará Elizabeth Escarrá, directora de la Escuela de Relaciones Industriales de UCAB-Guayana, quien estará en el rol de

observador para asegurar que se cumpla a cabalidad la guía de discusión que se ha preparado para el día de hoy, así como la participación integral de cada invitado.

El uso que se le dará a esta información es interno para la organización, estrictamente confidencial, por lo que no se citará ningún nombre de los participantes. Los resultados se destacarán como generalidades planteadas por cada grupo de función (reporteros, coordinadores y coordinadores generales).

Los participantes de cada grupo deben identificarse diciendo:

1. *Yo soy reportero o coordinador de...*
2. *Tengo \_\_\_ años de servicio en esta empresa.*
3. *Mi tarea principal es...*

**[ANEXO C-4]**  
**[PROTOCOLO DE ENTREVISTA]**

GUÍA DE PREGUNTAS O PROTOCOLO DE ENTREVISTA

**1- Preferencias comunicacionales**

De trabajar como un solo equipo de reporteros que piensa en función de los cuatro contactos comunicacionales diarios que se tiene con la audiencia de Guayana, que pasaría...

- ◆ Si te enteras de algún acontecimiento, suceso o novedad con potencialidad de noticia, tú:
  - Qué es lo primero que harías...
  - A quién llamarías...
  - Por qué llamarías a esa persona...
  - A través de qué medio...
  
- ◆ Si eres reportero del *Correo del Caroní* y te enteras de una noticia a las 5:00 de la tarde, y sabes que *CNS* está en el aire a las 6:00 de la tarde, tú:
  - ¿Qué harías?
  - ¿A quién llamarías? ¿Y porqué a esa persona?
  - ¿Qué medio de comunicación utilizarías (teléfono, correo electrónico, entre otros)?
  - ¿Con qué frecuencia?
  
- ◆ Si eres reportero de *TV Guayana* y te enteras de una noticia a las 9:00 de la noche, y sabes que el *Correo del Caroní* aún no ha cerrado su edición de mañana, tú:
  - ¿Qué harías?
  - ¿A quién llamarías? ¿Y porqué a esa persona?
  - ¿Qué medio de comunicación utilizarías (teléfono, correo electrónico, entre otros)?
  - ¿Con qué frecuencia?

- ◆ Si eres reportero de *Noticiero CNS* y te enteras de una noticia a las 9:00 de la mañana, y sabes que *TV Noticias* está produciendo su edición meridiana, tú:
  - ¿Qué harías?
  - ¿A quién llamarías? ¿Y porqué a esa persona?
  - ¿Qué medio de comunicación utilizarías (teléfono, correo electrónico, entre otros)?
  - ¿Con qué frecuencia?

## 2- Aspectos actitudinales

- ◆ ¿Cómo te sentirías si tuvieras la obligación de comunicar a otro colega de otro medio de comunicación (*Correo del Caroní*, *TV Noticias* o *Noticiero CNS*) una primicia regional que te ofrecen en exclusiva?
- ◆ ¿Cuáles consideras deben ser los beneficios de trabajar en equipo para informar en los tres medios de comunicación una noticia regional y sus naturales consecuencias?
- ◆ ¿Qué deben hacer los reporteros para evitar que su trabajo sea visto como un duplicado del trabajo de otro colega que reporta en otro de los dos medios del grupo?
- ◆ ¿Cómo te sentirías si tu nombre se escuchara o se leyera durante la promoción informativa de unos de los medios de comunicación sobre el trabajo periodístico que estarías realizando para la siguiente edición informativa?

## 3- Criterios de valoración de las noticias e informaciones

- ◆ De acuerdo con tu experiencia, ¿cuáles consideras tú deben ser los criterios de valoración de las noticias e informaciones regionales en la jerarquización de los tres medios de comunicación social:
  - Primera plana del *Correo del Caroní*
  - Primer negro de *TV Noticias*
  - Titulares de *Noticiero CNS*?

#### 4- **Recomendaciones para generar Sinergia Informativa**

- ◆ De acuerdo con tu experiencia, ¿qué recomendarías para que tu *empresa (Correo del Caroní, TV Noticias o Noticiero CNS)* utilice más eficientemente a sus recursos humanos (específicamente a los reporteros) en la cobertura periodística de un mismo hecho noticioso?
- ◆ De acuerdo con tu experiencia, ¿qué recomendarías para que tu *empresa (Correo del Caroní, TV Noticias o Noticiero CNS)* utilice más eficientemente sus recursos materiales (grabador, libretas, vehículo, chofer, cámara fotográfica o de video, computadoras, citas de grabación, entre otros), en la cobertura periodística de un mismo hecho noticioso?
- ◆ De acuerdo con tu experiencia, ¿cuáles serían los hechos noticiosos que requerirían un seguimiento periodístico en el *Correo de Caroní, TV Noticias y Noticiero CNS?*

[ANEXO C-5]  
[CARTA DE AGRADECIMIENTO]



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO GUAYANA  
Vía Los Olivos, sede del Colegio Loyola-Gumilla  
Av. Atlántico, Puerto Ordaz.  
Escuela de Comunicación Social

Puerto Ordaz, 7 de agosto de 1999

Estimado Carlos Ortiz:

Quiero reiterarte mi agradecimiento por tu participación en la discusión de grupo que recientemente realizamos sobre Sinergia Informativa para *e/ Correo del Caroní, TV Noticias y Noticiero CNS*. El valor de tu intervención permite que se configuren propuestas basadas en experiencias significativas para el funcionamiento inevitable del trabajo de equipo de alto desempeño, el cual tiene todas las posibilidades de prevalecer por el bien de la organización, el desarrollo de la comunidad guayanesa y el fortalecimiento del periodismo regional.

Sin otro particular, queda de ti, cordialmente,

**María Esther Becerra**  
Directora (E) de la Escuela de Comunicación Social  
UCAB-Guayana

**[ANEXO D-1]  
[SITUACIÓN ACTUAL DE LOS TRES MEDIOS]**

**SITUACIÓN ACTUAL DE LOS TRES MEDIOS**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>Hay obstáculos internos que hay que solventar en cada medio antes de pensar en una sinergia organizacional.</p> <p>Cada uno enfrenta sus propios obstáculos (TVG con el microondas). Al CC lo mata el día siguiente y a TVG lo mata la hora.</p> <p>Normalmente no son muchos los hechos que justifican trabajar entre los tres medios. Son muy esporádicos, a menos que una personalidad venga de incógnito o suceda un accidente o un suceso o hecho inesperado que no se sepa.</p> <p>Con la sinergia algunos periodistas pueden considerar que tienen doble trabajo.</p> <p>Tendríamos que empezar la sinergia entre los tres coordinadores y sentar al resto del equipo para indicarles por dónde comenzar .</p> <p>Si hay un apagón en TVG y no sale el noticiero no pasa nada, en cambio el CC tiene que salir. La gente espera el periódico.</p> <p>Es mucho lo que se puede hacer si se fortalece el trabajo regional entre los medios.</p> <p>Los medios de comunicación tienen fallas similares en la calidad de su funcionamiento: No hay personal de guardia, no tienen equipos disponibles.</p> <p>Lo que ha faltado es más comunicación entre los medios.</p> <p>La limitación es que el sistema de comunicación de radio solo lo tiene el personal de seguridad (TVG y CC), no los periodistas.</p> <p>Favorece la experiencia de haber trabajado en otro medio del grupo. Se interrelaciona mejor el personal de ambas empresas.</p> <p>Hay periodistas en TVG y en el CC que trabajan en el N-CNS.</p>	<p>Se destacó iniciativas sinérgicas entre colegas homólogos que actualmente se realizan entre TVN y CC en las fuentes de suceso, educación y sindicato, quienes, en muchas ocasiones, se llaman para consultarse las pautas y los datos. Esto se da por iniciativa de los mismos periodistas. Sin embargo a veces los recursos no ayudan, que hechos que nos avisan y no tenemos cámaras disponibles.</p> <p>Cuando es una noticia de suceso, reporteros de otras fuentes llaman directamente a los reporteros de suceso del CC y TVN</p> <p>La escasez de fotógrafo o cámara también limita la cobertura de la noticia. Está bien la información, pero sin imágenes es poco lo que podemos mostrar. (Igual con el sonido para radio).</p> <p>Debe haber más compenetración entre los medios y eso lo hemos promovido nosotros mismos y no la empresa en sí. De lo contrario la información se queda en un solo medio.</p> <p>Falta integración entre los medios, de modo de sentirnos cómodos en cada uno, aún visitándolos.</p> <p>Se ha exagerado con el sindicato, se le ha dado demasiado importancia. Aunque eso ha bajado desde la privatización de Sidor. Eso le ha dado un perfil demasiado alto a personas que no se lo merecen. Eso no se ve en ninguna parte.</p> <p>Trabajar simultáneamente para TVN y CC es muy estresante.</p> <p>Cada medio tiene una exigencia y un estilo diferentes. El trabajo más estresante es TV porque tiene muchas personas que se involucran en el trabajo de uno. En radio es más liviano y tú dependes de lo que tú vendes. En la prensa el trabajo es más liviano, más personal. Por eso la valoración salarial está bien separada.</p> <p>El tiempo de trabajo en cada medio es distinto. Para prensa con una foto y un texto tienes, para TVN hay que seleccionar las imágenes, editar y es más larga la producción, y todo en contra del tiempo.</p>

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>El tratamiento de una misma noticia es diferente en cada medio. En muchas ocasiones en el N-CNS, por ejemplo, se ha señalado que esa información será ampliada en el CC o en TVN.</p> <p>Por experiencia no estamos acostumbrados a comunicarle a los demás medio lo que tenemos como noticias para que ellos también lo traten.</p> <p>Si estamos los tres medios para publicitarnos, también estamos para apoyarnos en otras áreas.</p> <p>Vivimos en un zona netamente industrial, donde hay muchas más empresas de las que repetimos en los medios (Alcaldía Caroní, Sindicato, Prefectura). Nosotros también tenemos que trabajar en función de eso.</p> <p>TVG y N-CNS entienden más el proceso de sinergia que el CC. No sé porqué no lo han asimilado. No hay una identificación del CC. Creo que es un asunto actitudinal.</p> <p>TVG y el CC han trabajado muy indistintamente. Se ha fallado más en el contacto entre lo reporteros que entre los coordinadores. Ha habido una competencia mal entendida que se ha limado en estos últimos meses.</p> <p>En el CC se vendió la imagen de que TVG se estaba comiendo al CC. Sin embargo se ha superado. Hay periodistas que trabajaron en TVG y hoy están en el CC.</p> <p>Una propuesta es normar la comunicación entre los tres medios.</p>	<p>Se contrastó el trabajo sobre las elecciones de la ANC entre en TVN (trabajaron todos), en el CC (solo trabajaron 2) y porqué la radio no trabajó. Si hubiera el contacto entre las tres empresas se hubiera hecho un mejor trabajo. ¿Porqué no hubo un trabajo entre los tres medios? Y eso estaba previsto, era un proceso de elección. Se demostraron las tres islas.</p> <p>Ya que somos de la misma organización sería bonito trabajar como un solo equipo informativo. En Ciudad Bolívar a veces ha pasado que el CC no ha estado y TVG le facilita el sonido para que el periodista del CC lo grabe. Trabajamos todos en el mismo círculo. Salimos a la misma hora.</p> <p>Dejar la información a la suerte -si está o no el periodista, acudir al vigilante de guardia, y no establecer contacto con el responsable de turno- es una manera de perder el mensaje.</p> <p>Por experiencia hay más comunicación entre TVN y N-CNS que entre el CC y los anteriores, y viceversa.</p> <p>No se puede hacer cadena son un eslabón suelto.</p> <p>Hay algo importante: La unificación de la estructura. Esa es la ventaja de TVG y N-CNS, de estar en el mismo edificio. El CC está separado y así se refleja en la muestra, donde son más comunes el tipo de información, así como las regionales entre TVN y CNS.</p> <p>TVN y N-CNS se reúnen en la mañana para coordinar pautas, mientras que el CC está completamente aislado. La información sale en los dos primeros medios y no en el CC.</p> <p>A veces por falta de comunicación se entrevista a un deportista reconocido para el CC y luego el periodista de TVG pasa varios días localizando a la persona para realizarle la misma entrevista.</p>

**[ANEXO D-2]  
[SITUACIÓN ACTUAL DEL CORREO DEL CARONÍ]**

**SITUACIÓN ACTUAL DEL CORREO DEL CARONÍ**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>No se sabe quién es el jefe, aunque lo importante aquí no es la jerarquía, si no el trabajo en equipo que se genere en el traspaso de la información. Todos trabajamos para un mismo grupo, para un señor que es el dueño de las emisoras, de la televisora y del periódico.</p> <p>Hay una estructura de autoridad no definida.</p> <p>En el CC estamos formando un equipo muy bueno. Sin embargo hay cierto peso muerto que positivamente no se va arreglar. Es gente que no colabora y no tiene identificación con la empresa. Mientras no hagamos la poda en el CC no va haber arreglo posible. Coordinadora del periódico solicita poder de decisión.</p> <p>El problema del CC que tiene es que vienen arrastrando 22 años de vicios.</p> <p>22 años pesan en tradición, pero para cambiar lo que tenemos que cambiar se necesita un mes, una semana, tres días. Se establece una norma y se empieza de cero, y punto.</p> <p>Hay carencias de reporteros en el CC y quienes son no están en contacto permanente.</p> <p>El coordinador del CC garantiza que el periódico esté listo a las 6 am en la calle. "Si los reporteros no entregan completo su trabajo yo lo completo. No puedo salir con tres cuarto de páginas en blanco. Entonces, qué pasa, que te revientan. Eso rompe cualquier intento de sinergia".</p> <p>El CC sustituye a un periódico nacional.</p> <p>Los columnistas de ahora son buenos.</p> <p>El CC es un periódico muy sobrio. No inventaría un cambio de despliegue grande de diseño, a menos que lo proponga un diseñador.</p> <p>Los reporteros del CC no tienen autoridad para enviar al reportero o fotógrafo a cubrir una novedad fuera de su horario de trabajo.</p> <p>Hay una falla de personal en el CC para cubrir acontecimientos nocturnos, los cuales son atendidos en muchas ocasiones por el fotógrafo de guardia.</p> <p>El problema en el CC es grave: el nivel de periodista es bajo (mala sintaxis, errores de redacción), con algunas excepciones.</p> <p>El asunto es actitudinal. Tenemos que hacer un equipo que comprenda qué vamos hacer. No es un problema de saber o no gerenciar. Creo que reuniéndonos y planificando no vamos arreglar nada si no se hacen antes los cambios en el CC.</p> <p>El periódico tiene recursos materiales: carros y medios para comunicarlos. En esto estamos bien.</p>	<p>En el CC no hay una persona con un criterio que marque una pauta y en Ciudad Bolívar no hay corresponsal.</p> <p>Periodistas del CC cuando se enteran de una novedad llaman al colega de la fuente. No tiene vinculación con los otros medios.</p> <p>Para periodistas del CC no hace contacto con TVG porque no se ha creado la vinculación.</p> <p>La coordinadora de cierre del CC solo tiene salida a celulares desde el teléfono de su oficina. El vigilante del CC cuando se entera de novedades no tiene manera de informarle al reportero de suceso.</p> <p>Los periodistas del CC tienen celulares y correo electrónico y no tienen radio.</p> <p>En CC, donde estamos los periodistas no tenemos ni TVN ni radio.</p> <p>Hace falta un periodista de guardia, con cámara y todo, en el CC que se quede en la noche para que cubra lo que suceda a última hora y dirija el manejo de la información en el trabajo de la corrección de textos.</p> <p>Por lo general el nivel de información entre 7 a 12 de la noche es escaso, a menos que sea un suceso. De lo contrario está pautado.</p> <p>Hay momentos que en el CC, sea la hora que sea, a veces no hay nadie.</p> <p>En Ciudad Bolívar, el cronista tiene su cámara profesional y la reportera gráfica tiene una cámara digital.</p> <p>Los boletines de prensa traen buena información. El problema es que uniforma a la prensa regional. Lo ideal es ampliar esa información, rehacerla, muy distinto a lo que aparece en el periódico, bien sea por comodidad o por falta de recursos. Igual ocurre con las ruedas de prensa: un periodista hace una pregunta buena y los demás aprovechan. En este sentido se debe aprovechar la entrevista individual, como hace la TV.</p> <p>Calidad versus eficiencia: En la práctica se está haciendo una realidad al considerar que se vende el periódico que más temprano salga, esto empujado por el personal de distribución que reclama el producto para comenzar a distribuirlo. Como sabemos, el periódico se puede retrasar (se daña una máquina, llegó una noticia tarde de última hora, se va la luz durante la noche).</p> <p>Anteriormente el CC marchaba muy bien. En Ciudad Bolívar tuvo hasta tres periodistas y dos fotógrafos. Eso se redujo a dos reporteros gráficos. En este sentido el CC está fallando. Aquí debería haber un periodista a tiempo completo, con un fotógrafo al lado.</p> <p>Desde Ciudad Bolívar no tenemos contacto con la coordinadora y perdemos el trabajo de la mañana. Así no nos sentimos bien.</p>

**[ANEXO D-3]  
SITUACIÓN ACTUAL DE TV NOTICIAS**

**SITUACIÓN ACTUAL DE TV NOTICIAS**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>Sobre los corresponsales de Ciudad Bolívar ya se está conversando con una reportera de TVG para que vaya por el CC.</p> <p>Igual ha sucedido al llamar a TVG para reportar novedades de enviados especiales al exterior, cuyos reportes han sido diferidos para una segunda tanda de noticias (caso Andrés Galarraga desde Estados Unidos). Se desaprovecha inmediatez del medio.</p> <p>Hay una interrelación perfecta entre los reporteros de suceso entre TVN y el CC, lo que demuestra que sí es posible la sinergia.</p> <p>Generalmente cuando se llama a TVG ya tienen la información.</p> <p>TVN no sustituye a un medio nacional.</p>	<p>Los periodistas piensan más en la siguiente edición de TVN que en otro medio de comunicación social (CC, N-CNS).</p> <p>Los periodistas de TVN cuando se enteran de novedades fuera de su horario de producción informan al CC por radio, dando por enterado a los vigilantes.</p> <p>Los reporteros de TVN avisan directamente a su gerente de información para coordinar con los demás medios.</p> <p>Los periodistas de TVN tienen radio, celulares y no tienen correo electrónico.</p> <p>En primera instancia la reportera de TVG en Ciudad Bolívar llama a su colega del CC, y sino a su jefe en Puerto Ordaz, a quien le envía por fax o correo electrónico letra de lo sucedido.</p> <p>En suceso sucede igual, entre colegas del CC o TVG, a cualquier hora nos llamamos, investigamos, nos compartimos los datos, y confiamos plenamente que no nos vamos a engañar. Primero que nada llamo a mi homólogo.</p> <p>Han sucedido hechos que se saben en TVG y en N-CNS que no se saben entre los reporteros o coordinadores del CC porque el vigilante del periódico que sabía no le dio la importancia periodística que el hecho tenía a la gente que hace el periódico.</p> <p>Periodistas que tienen 6 meses en TVG no conocen quiénes son los coordinadores del CC, más si algunos periodistas.</p> <p>Se conocen más entre N-CNS y TVG porque han trabajado en ambos medios.</p> <p>La rutina diaria nos está quemando, nos quedamos en "expresó", "precisamente", "Y finalmente tal cosa". ¿Y la investigación?</p> <p>El trabajo de TVN absorbe más que el del CC.</p> <p>Para Deportes, en muchas oportunidades cuando se solicita una cámara para hacer algo distinto se nos cierran las puertas de plano. Eso nos baja la motivación. Como equipo de producción de deportes en TVG queremos más autonomía de recursos y de trabajo. No es que exijamos la mitad del noticiero para deporte. Se trata de la calidad de la noticia, porque sabemos lo que le gusta a la gente. Además del noticiero, hacemos Todo Deporte (un programa de una hora) y eso requiere producción.</p>

**[ANEXO D-4]  
SITUACIÓN ACTUAL DEL NOTICIERO CNS**

**SITUACIÓN ACTUAL DEL NOTICIERO CNS**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>Es la primera vez que un noticiero regional tiene noticias producidas del día en más del 90% de su contenido informativo.</p> <p>El perfil del N-CNS es bajo, lo que nos permite mejorar, y sin la ayuda de TVG se nos haría muy difícil.</p> <p>CNS tiene más contacto con TVG que con el CC.</p> <p>Hay un proyecto de convertir 700 AM en una emisora de 24 horas de información: inmensa oportunidad para todo el equipo de reporteros de los tres medios, así como para pasantes y egresados de la nueva Escuela de Comunicación Social de la UCAB (Guayana).</p> <p>Generalmente N-CNS no llama al CC, o al coordinador. Por lo general es a la periodista del CC que trabaja para N-CNS.</p>	<p>Por experiencia y por lo general, cuando N-CNS se entera de una novedad fuera de su horario de producción, llaman a la reportera del CC, quien es el contacto que tienen y porque trabaja para ellos también; y en el caso de TVN, se comunican con la Gerente de Información del canal.</p> <p>Periodistas de CNS tienen correo electrónico, más no tienen celulares ni radio.</p> <p>Los horarios de cierre, sobre todo en la radio, son un problema. La radio debe ser permanente, de modo de poder reportar un accidente en Tumeremo que suceda a las 10 pm, por ejemplo.</p> <p>Se comentó del proyecto 700 AM como radio informativa regional las 24 horas del día.</p>

**[ANEXO D-5]  
[BENEFICIOS PARA TRABAJAR CON SINERGIA INFORMATIVA]**

**BENEFICIOS PARA TRABAJAS CON SINERGIA INFORMATIVA**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>Se fortalece el producto final.</p> <p>Se incrementaría la identificación e intercambio entre los integrantes de la organización: hoy ayudo, mañana otros me ayudan. Para ello hay que definir ciertas estructuras.</p> <p>Mayor aprovechamiento de los recursos que tenemos. Hay buenos reporteros en los tres medios que pueden tener mejor relación y realizar una mejor cobertura en el tratamiento de la información regional.</p> <p>Hay que considerar que hay otros medios que compiten con nosotros.</p>	<p>Se comparten los recursos, y eso es señal de buena gerencia.</p> <p>Oportunidad de desarrollo y de participación para definir si te gusta trabajar en TV, prensa o radio.</p> <p>Trabajar con más comunicación entre los tres medios. Tener más contacto entre el CC y TVG. A veces nos llamamos y nos conseguimos en las pautas. Por lo general somos independientes.</p>

**[ANEXO D-6]  
[PREFERENCIAS COMUNICACIONALES]**

**PREFERENCIAS COMUNICACIONALES**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>De enterarse de un hecho periodístico fuera o durante su jornada de trabajo, algunos coordinadores llamarían primero:</p> <p>A la persona con quien tienen mejor relación interpersonal, por la garantía del retorno en la comunicación.</p> <p>Al periodista de la fuente o al coordinador o jefe para que ubique a quien sea necesario.</p> <p>Directamente al coordinador, porque es quien tiene la autoridad para decidir, y de ser necesario se acercaría hasta su oficina.</p> <p>Al personal de seguridad le informarían en última instancia, y dependiendo de la hora.</p> <p>Los medios de comunicación que preferirían utilizar, por prioridad, son:</p> <p style="text-align: center;">Teléfono Celular Radio Fax Correo electrónico</p> <p>Una llamada telefónica, en vivo, en TVN es muy fastidiosa. No tiene el mismo atractivo que escucharlo en radio.</p>	<p>El teléfono es el medio que prefieren los periodistas para comunicarse con sus homólogos o su respectivo coordinador.</p> <p>De enterarse de una noticia los reporteros llamarían al coordinador del medio de comunicación próximo a salir al aire o a la calle para que reporte la novedad informada.</p> <p>Por práctica al enterarse de hechos periodísticos fuera o durante de su jornada de trabajo llaman a su homólogo, y lo ideal sería también llamar al coordinador responsable o al Jefe de Información del otro medio.</p> <p>Otros opinan que lo importante es comunicarse con un periodista del medio para asegurar la cobertura por esa parte.</p> <p>Llamar al compañero de la fuente para avisarle la novedad a través del celular o teléfono Cantv, o por el sistema de radio. La frecuencia: las veces que sean necesarias para informar y confirmar que el periodista recibió la novedad. Hay que aprovechar la inmediatez de la radio como medio de comunicación social.</p> <p>Llamaría a la radio por la inmediatez para que me saque al aire.</p> <p>Llamaría a las tres empresas, si es a las 9 am.</p> <p>Lo más inmediato es la radio. La televisión es más retardada por la parafernalia de los equipos que hay que utilizar. Llamaría a cualquiera de las emisoras del circuito. Si estoy en el equipo y si tengo que darla, la doy. Lo que se quiere es que el circuito dé la noticia, y hay que ser lo menos egoísta posible.</p> <p>La radio indudablemente es el medio más expedito para informar cualquier acontecimiento noticioso que se tenga previsto. Si estoy en el equipo, estoy en la disposición de hacerlo.</p> <p>El medio más utilizado, desde Ciudad Bolívar, es el teléfono o el celular, indudablemente. Ya tenemos la experiencia de pasar la información para radio y televisión. Desde aquí se ha reportado en vivo para ambos medios audiovisuales.</p> <p>El fax es una maravilloso también para el medio impreso. Los trabajos del cronista se envían por valija, todos los jueves para darle tiempo a la diagramación. Las reporteras de TVG utilizan el Correo Electrónico y el fax también.</p> <p>En la corresponsalía del CC en Bolívar si tenemos fallas. No tenemos por ejemplo esa comunicación que tienen las reporteras de TVG con su jefa, que es constante, todos los días.</p> <p>Quienes trabajamos en la corresponsalía no tenemos pautas. Nos gustaría tener un Jefe de Redacción que nos indique en qué debemos profundizar. Estamos acáellos. Necesitamos más guía. Vamos a la Asamblea, a Hacienda y presenta la información en Puerto Ordaz y allá no le dan la importancia que yo sí le doy. A mí me pega mucho y me gusta que el trabajo que uno hace aquí no se quede frío. Para eso más comunicación.</p> <p>En el CC en Ciudad Bolívar estamos un poco fallos. No tenemos correo electrónico, pero pronto nos mudaremos a la emisora de Candela, donde tendremos computadoras nuevas. Los disquetes de las fotos de Ciudad Bolívar tenemos que enviarlo por valija a Puerto Ordaz. Nos ha pasado que a las 3 o 4 de la tarde hay una noticia y no podemos enviar las fotos porque ya la valija se ha ido. Nos queda el fax, pero sin fotos. Y solo nos comunicamos por teléfono. No tenemos radio.</p> <p>Compartir el carro entre CC y TVG es un poco incómodo porque TVG necesita los puestos para el chofer, el asistente, el camarógrafo y la periodista.</p>

**[ANEXO D-7]  
[CRITERIOS DE VALORACIÓN]**

**CRITERIOS DE VALORACIÓN**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>El sentido y los criterios de valoración de las informaciones son distintos en cada medio.</p> <p>Muchas veces CC abre con información nacional o internacional.</p> <p>La primera plana (pp) del CC debe ser muy equilibrada entre informaciones regionales, nacionales e internacionales. La gente cuando está en el quiosco y nuestras informaciones coincide con las informaciones de los diarios nacionales, el lector de Guayana prefiere el CC.</p> <p>TVN siempre abre su estelar con una noticia regional, aunque no sea lo más noticioso de su edición.</p> <p>TVN no tiene noticia nacional para competir con los noticieros nacionales.</p> <p>Algunos coordinadores están de acuerdo con abrir con lo que sea más relevante, sea regional, nacional o internacional.</p> <p>Muchas veces no hay información regional como para abrir la pp del CC o el primer negro de TVN. Eso depende del criterio de valoración.</p> <p>El periodismo cambió, las primicias murieron hace tiempo desde que CNN nació. La primicia se convirtió en el tratamiento y la forma de manejar la información. ¿Que puede pasar para que haya una primicia? Cómo manejarla es otra cosa.</p> <p>Hay coordinadores que no están de acuerdo con que haya una norma tajante que siempre se abra con una noticia regional, a menos que sea demasiado importante. Eso es una orientación. Cada medio tiene su personalidad. Sin embargo eso no priva que podamos coordinar esfuerzos entre los tres medios.</p> <p>El tratamiento de la misma noticia es diferente en cada medio. En muchas ocasiones en el N-CNS, por ejemplo, ha señalado que esa información será ampliada en TVN o en el CC.</p>	<p>Todas las noticias son buenas. Lo que hay que ver es el alcance y repercusión de la noticia y su jerarquía.</p> <p>Deben destacarse siempre las informaciones regionales, a menos que sea de trascendencia nacional o internacional. Eso en el periódico no está pasando. A nosotros nos preocupa, aunque el CC ha tenido esa tendencia, y desvirtuada. Eso ya es un criterio de valoración.</p> <p>Para los habitantes de Guayana todo depende, puede ser nacional, internacional o regional, desde la muerte de un presidente de otro país o si el gobernador chocó contra un árbol. Eso es relativo. Se puede abrir con un suceso o con una información buena de política.</p> <p>Ciudad Bolívar es la plataforma de la pequeña y mediana industria minera del interior (oro y diamante). Aquí están los centro de operaciones y financieros, y el aeropuerto con más movimiento de operaciones de Venezuela, por la minería. TVG siempre lo destaca cuando cubre el aeropuerto de la ciudad.</p>

**ANEXO D-8**  
**[ASPECTOS ACTITUDINALES]**

**ASPECTOS ACTITUDINALES**

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>Los coordinadores no tienen problema en compartir la primicia con otros colegas del medio. El peligro es que otros medios de la competencia, sobre todo los de prensa, se enteren y lo tomen como primicia. El CC se quedaría entonces sin la primicia.</p> <p>Para ellos no tiene sentido citar el medio que dio la primicia (por ejemplo que TVN cite al CC en un nuevo reporte), porque si la competencia lo sabe toma la primicia como suya y la informa en su respectivo medio.</p> <p>Una primicia se puede decir con imágenes sin la profundidad que le puede dar el CC.</p>	<p>Los periodistas no tienen problema en compartir su primicia con otro colega del grupo. El problema lo observan cuando esa primicia sale al medio día por TVG y los otros diarios la toman como suya para abrir al día siguiente.</p> <p>Sobre compartir una primicia con otro colega no hay problema. Lo contrario se presenta si no lo hago. Nuestra función es informar.</p> <p>La noticia es una mercancía y debe venderse bien. Para un periodista le bastan dos palabras para darle forma a una noticia. Si la primicia la sabe el CC, la debe anunciar el CC. De saber la noticia a la 9 am y se presenta el periodista del CC en TVN meridiana, el periodista del CC tiene un dilema.</p> <p>Sobre los créditos, hay periodistas que le importa ser mencionado, a otros no les gusta; no les interesa, les es indiferente.</p> <p>De nombrarse los nombres de los periodistas en otro medio como promoción de un trabajo informativo en producción se daría la imagen de un grupo más sólido, serio, digno de confianza y de credibilidad. Lo que se siente es más compromiso y reconocimiento, además de crear expectativas en la gente, la cual supondría que se tratará de algo muy bueno, y con ello se le garantizaría la continuidad de la información. Para algunos sería importante; para otros no.</p> <p>Quien da el tubazo no es el periodista, es la fuente.</p> <p>Nunca me he preocupado por tubazo. Nuestra misión es informar.</p> <p>No trabajamos con primicia, y de haber alguien llamo más a TVG. No tengo problema de compartir la información.</p> <p>De compartir una primicia, los periodistas se sienten orgullosos y satisfechos porque comparten el trabajo, y comparten la jerarquización y el enfoque. Esto se está dando, sobre todo, entre los reporteros que cubren fuentes homólogas.</p> <p>Sobre la primicia hay un poco de celos por demostrarle al editor o a la empresa que él trabaja, y que a lo mejor eso es un freno. Eso es un poco difícil que un colega comparta su primicia con otro. Uno es muy celoso con eso, que tiene relación con la calidad profesional. Difícilmente estamos en esas situaciones.</p> <p>Produce mucho orgullo cuando abren el noticiero con la información de uno y eso es un estímulo para seguir trabajando. Al difundirse esa primicia puede señalarse que fue ofrecida por el periodista tal. En eso no habría problema. Una norma es darle el crédito al periodista que ofrece la información. Es importante lo del crédito porque si vamos a trabajar en comunidad, allí se ve quién trabaja más y quiénes no hacen tanto. Eso lo entienden nuestros jefes.</p> <p>Debería suceder que se anuncien los trabajos y los nombres de los periodistas que preparan un reportaje sobre determinado aspecto de una noticia. Eso depende del Jefe de Redacción.</p>

[ANEXO D-9]  
[RECOMENDACIONES]

RECOMENDACIONES

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>Siendo los tres medios de un mismo dueño, quizá deberíamos tener una directriz común en la jerarquización para que se evidencie la fuerza de un mismo equipo.</p> <p>Tiene que haber una forma en la que se pueda hablar. Hay distintos criterios entre los medios (ejemplos las elecciones de la ANC: operativo de TVG y la ausencia de la información al día siguiente en el CC).</p> <p>Es necesario realizar investigación y empezar a especializar con talleres a los periodistas en áreas claves: qué pasa con el acero a nivel mundial, en economía; y evitar generar información únicamente para llenar el periódico. Para ello se necesitaría un equipo dedicado a esa tarea. Se propuso una <b>Unidad de Investigación</b> que funcione simultáneamente para los tres medios a través de una estructura, distinta de las coberturas diarias. Esa unidad podría utilizar datos y elementos que sirvan para que los periodistas puedan realizar sus propios reportajes. Una unidad que reúna datos en una misma mesa.</p> <p>Todos los tipos de hechos noticiosos podrían ser tratado en los tres medios de comunicación, siempre que sea importante. Prevalció Sindicato, Suceso, Industria, los problemas de la ciudad, así como <b>Campañas Informativas</b> relacionadas con todas las fuentes vinculadas al problema. Para ello el Consejo de Redacción sería necesario (casos de las invasiones, problema de la basura).</p> <p>Tendría que haber un <b>Consejo de Redacción</b> entre los tres medios. No tiene porqué haber una ruptura, sino que cada medio mantenga su personalidad. Crear <b>mecanismos de consulta</b> entre todos, así como discutir grandes temas que pudieran abordarse entre los medios.</p> <p>Evitar la tentación de uniformar u homogeneizar a los medios. Cada medio debe mantener su propia identidad, su manera de hacer sus investigaciones a su modo, o que el periodista haga su propio trabajo. De lo contrario iría en contra del oficio, del sentido y la calidad del periodismo. La burocracia se comería a las iniciativas ("No se hace nada hasta que el consejo no decida").</p> <p>Es bueno que siga existiendo que más de un periodista siga trabajando en varios medios a la vez.</p>	<p>Más comunicación entre N-CNS y CC y TV con CC.</p> <p>Asignar un vehículo para cada reportero en los distintos medios de comunicación.</p> <p>Asignación de sistemas de radios para los reporteros del CC.</p> <p>Asignación de más periodistas para el CC.</p> <p>Oportunidades de intercambios informales entre medios para fomentar la integración entre las empresas. Aprovechar las celebraciones de los aniversarios (CC, TVG y N-CNS) para invitarse formalmente y compartir momentos comunes entre periodistas y coordinadores.</p> <p>Evitar pasar periodistas a otros medios donde no tienen suficientes destrezas o capacidad de adaptación.</p> <p>Diseñar un <b>Programa de Inducción</b> para el grupo de los tres medios de comunicación, de modo que el personal nuevo conozca a todos sus colegas en la organización.</p> <p>Ofrecerle a los periodistas la oportunidad de trabajar en otro medio con la inclusión de un aumento en la remuneración.</p> <p>Hay periodistas en el CC que harían simultáneamente texto y fotografía, siempre y cuando sea ocasional y no como parte de una rutina. Esta posición fue contrastada con el punto de vista de periodistas que destacan la libertad de la información con la cooperación del equipo en la elaboración conjunta de los textos y fotos del acontecimiento.</p> <p>Eventos que se pueden cubrir entre los tres medios: juegos panamericanos, interempresas y los sucesos. Lo que más lee y busca la gente es deporte y suceso, y sus respectivos seguimientos. Lo demás lo consigue pasando las páginas. El segundo día es importante en las informaciones de suceso.</p> <p>El área de comunidad también es importante por las mejoras que promueven a la comunidad.</p> <p>Promover encuentros informales entre los colegas homólogos de las fuentes de los tres medios de comunicación: almuerzos juntos durante la semana.</p> <p>Las reporteras de TVN que cubren novedades desde las 5 am se proponen a tomar las fotografías de hechos ocurridos para que el periodistas del CC amplíe la información para la edición del día siguiente.</p>

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
<p>Temas actuales para trabajar entre los tres medios de comunicación social: la defensa de la democracia en el plano político, crecimiento político, empleo y la calidad de vida en nuestra ciudad. Estas podrían ser líneas maestras, sin necesidad de uniformar las cosas.</p> <p>Aprovechar más el uso de los vehículos para el trabajo de los periodistas.</p> <p>Hacer más ágil el proceso administrativo en la asignación de vehículos, sobre todo en TVG. A veces hay 6 vehículos en el sótano del canal y no hay cómo salir. No se justifica que queden vehículos en TVG cuando hay periodista en el CC que no tienen vehículo.</p> <p>Inventariar el parque automotor de las tres empresas para que la autoridad máxima de la organización decida al respecto.</p> <p>Compartir los recursos de vehículos con TVG limita la libertad de pautas para las reporteras del N-CNS.</p> <p>Inventariar los recursos materiales con que cuentan los periodistas de las tres empresas.</p> <p>El 50% del territorio nacional lo tiene el estado Bolívar: tenemos minas, industrias, y pudiéramos generar información que le interesa al resto del país y del mundo: qué está pasando con el oro, el acero y el hierro en el Sur del estado.</p> <p>Es importante que todos en los medios sepan quién son los jefes y los reporteros en cada medio.</p> <p>La solución es obvia: El CC debe tener un periodista de guardia para el trabajo nocturno. Llamar al reportero o al coordinador siempre será válido.</p> <p>Se propuso un programa de guardia para los tres medios.</p> <p>Establecer un criterio de autoridad en el CC que no lo hay, y que más bien se va a diluir si se parte de que la dirección debe rotar, que todos deben pasar por allí. Eso crea conflicto. Si no hay una imagen va a ser peor.</p> <p>Lo ideal es quedarnos con la gente que debe ser y luego hacemos una reunión con todos para explicarle lo que vamos hacer al trabajar con sinergia.</p> <p>Si tenemos el equipo que queremos y establecemos una buena relación entre ellos, es mucho lo que podemos hacer.</p> <p>El CC tiene que crecer y su pauta lo justifica. Pero para crecer tiene que crecer como equipo. Tiene un promedio de 32 páginas, y le faltan más. Una idea sería agrupar en una sola página o cuerpo, todos los trabajos de opinión, información nacional, institucional e información regional. Hay que replantearse el periódico.</p> <p>Sería interesante hacer un estudio entre las pp de los periódicos nacionales y el CC.</p>	<p>Las informaciones que se conocen en el aeropuerto, a primera hora de la mañana por parte de las reporteras de TVN, también se pueden realizar para el CC.</p> <p>Debe haber un <b>Jefe de Información</b> en el CC que marque pautas y realice seguimiento y reubice los trabajos para evitar el relleno a última hora.</p> <p>Debe reforzarse la corresponsalia en Ciudad Bolívar. No podemos ir a Ciudad Bolívar por que allá hay un corresponsal. La empresa debe garantizar que ese corresponsal sea bueno, ya que se ocuparán cargos que se necesitan en Puerto Ordaz.</p> <p>Destacaron una práctica común en TVN, que es la entrega de una hoja escrita, donde el reportero entrante deja por escrito las informaciones que atendió durante su jornada, con la finalidad de notificar al equipo de producción para armar la próxima edición. Los participantes destacaron que igual práctica podría funcionar para los tres medios. Esto le permite al encargado saber lo que tiene de contenido, así como la continuidad del trabajo. Este es una propuesta de reportero a coordinador y podría pensarse de coordinador a coordinador de otro medio.</p> <p>Para ocasiones especiales, se señaló la posibilidad de reportar simultáneamente para los tres medios.</p> <p>Ya es hora de pensar en el área de Santa Elena para que también sea cubierta por TVG y N-CNS.</p> <p>No debe imponerse un criterio de rotación entre los tres medios, porque cada quien está donde quiere estar. Ese criterio debería ser voluntario.</p> <p>Se propuso una <b>Coordinación de Comunicación</b> de los tres medios a través del sistema de radio, de modo que al enterarse los vigilantes los mismo debieran llamar a los coordinadores de los tres medios de comunicación o al periodista de la fuente.</p> <p>A Santa Elena ya está llegando la señal de Telcel. Las distancias son muy grandes. Hay que tener la tecnología de punta: una laptop (correo electrónico), una cámara digital y un celular. Otra idea es poner un sistema módem, ya que hay comunicación satelital. Santa Elena está generando mucha más información.</p> <p>Periodismo Cultura: Además de consultar las fuentes tradicionales y tomar información adicional en TVN y CC, se propone chequear con N-CNS para verificar cualquier evento no comprendido para la Agenda Cultural.</p> <p>Es recomendable que el circuito de las emisoras de radio CNS instale una antena más al Sur porque normalmente durante el día tienen presencia las emisoras de Guyana y Brasil.</p> <p>Salvando las diferencias tecnológicas, es recomendable fomentar las relaciones interpersonales entre los periodistas.</p> <p>Se recomienda que cuando se celebra algo en el CC también llamen al equipo de TVG y N-CNS.</p> <p>Hay problemas políticos, económicos y de comunidad que suceden en el Sur del estado, los cuales se resuelve con las decisiones que se toman en la Gobernación y las reporteras de TVG pudieran cubrir.</p>

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
	<p>Se destacó la obligatoriedad de escuchar CNS, ver TVG y leer CC. Si vamos a trabar en este sentido (sinergia informativa) <b>es obligatorio que el CC tenga TVG prendido todo el tiempo, que la gente de TVG no salga a la calle si antes no se leyó el CC y sin escuchar CNS.</b></p> <p>No estoy de acuerdo con que los periodistas trabajen gratis. Hay que establecer límites entre la cooperación y el trabajo de rutina que se incrementa con el pago adicional de una remuneración. Debemos tratar de establecer negociaciones de modo que el trabajo sea remunerado. ¿Hasta dónde debe establecerse la cooperación y dónde la remuneración?</p> <p><b>Periodismo de investigación.</b> Necesitamos profundizar y generar investigación sobre lo que reportamos.</p> <p>Se comentó la creación de espacios de opinión en la TV, como frente a los periodistas, donde participen los colegas del CC, TVG y CNS. Eso sería interesante.</p> <p>Se recordó TVG Expresión, un espacio de opinión, muy conocido en su momento, de medio hora; así como el proyecto Claroscuro.</p> <p>Una idea para el periodismo de investigación: Trabajar 5 periodistas en la semana para investigar un determinado tema, sin realizar trabajos de calle durante esos días, con el promedio estandarizado de 4 a 5 informaciones por día.</p> <p>No todo el mundo está obligado a tener un celular. Lo ideal es una comunicación por radio. Es un recurso que ayuda. No necesita batería ni tarjeta. Si analizamos el uso de los recursos, utilizar el sistema de radio es más efectivo que los celulares.</p> <p>El periodista de guardia debe estar capacitado para escribir cualquier tipo de información, desde suceso hasta deportes, aunque escribir deportes muy pocos saben.</p> <p>La guardia sería para los imprevistos, no para hacerle la guardia a un colega que maneja una fuente específica.</p> <p>La guardia pudiera hacerlo cualquier periodista que no esté en su jornada.</p> <p>Ubicar todos los medios en un mismo edificio (Una sola sala de redacción).</p> <p>Un <b>Consejo de Redacción</b> diario de las tres empresas (Norma, Alicia y Alliet) para determinar enfoques en el tratamiento de la información.</p>

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
	<p>Hechos que deben tratarse en los tres medios: suceso, política y economía. En ninguno de los tres medios se trata la economía, a menos que sea un hecho eventual (alza del dólar). Semanalmente realizar encuestas entre la gente sobre los precios de la comida. Se podría referirse, en vez de los precios del petróleo, de los precios del acero, el hierro, el oro, el diamante, el dólar Mc Donald.</p> <p>No tiene finalidad el espacio de Misceláneas de TVN. No tienen ninguna vigilancia de que se maneje al día. Podría dársele más oportunidad a la Agenda Cultural.</p> <p>Unificar criterios de remuneración entre los tres medios. Tiene que existir un tabulador económico de acuerdo con el rendimiento de cada quien.</p> <p>Asignar una cámara exclusiva para el equipo productor de Todo Deportes y el desarrollo del espacio deportivo en TVN, porque de lo contrario nos desmotivamos con la cantidad de eventos que nos gustaría cubrir.</p> <p>Si se trabaja para más de un medio debe recibirse más de una remuneración.</p> <p>Internamente se pudieran hacer <b>concursos internos</b> sobre el mejor reportaje, la mejor foto del mes, la mejor crónica, con la aprobación de un jurado, integrado por el Director y el Jefe de Información.</p> <p>Que nuestro trabajo sea evaluado durante reuniones parecidas a las reuniones de pautas de TVN y N-CNS.</p> <p>La empresa debe estar más del lado de nosotros, quienes somos sus trabajadores: reuniones mensuales con todos los colegas de las diferentes áreas o con los periodistas de un solo medio.</p> <p>Definir estructura y responsabilidades. Sobre los panamericanos: reunirnos para definir el tratamiento sobre la información: qué va a hacer el CC (lo reseña en gráfico), radio transmite micros de historia y TVG muestra la imagen en vivo. (Eso se puede hacer porque se conoce que el evento va a suceder, lo que significa que se puede planificar).</p> <p>Cuando un medio se entera de un hecho destacado, y no le da oportunidad de comunicárselo a otro, lo recomendable es cubrirlo para los tres medios.</p> <p>La radio informa, la TV le da la continuidad, la prensa muestra las reacciones.</p> <p>Ser más cuidadoso con la primera plana del CC, de modo de incluir informaciones que le interesa más a los habitantes de Guayana: Su ciudad, las empresas, los resultados de las elecciones.</p> <p>Utilizar con más frecuencia el uso de las llamadas telefónicas en N-CNS y en TVN para aprovechar las inmediatez de la información.</p> <p>Asignar móvil para TVG mucho más pequeñas con el objetivo de realizar más transmisiones en vivo y utilizar con discreción la imagen congelada en TV.</p> <p>CNS tiene su programación y las emisoras podrían anunciar un extra informativo a cualquier hora del día. El periódico desplegaría y ofrecería la información más completa.</p>

<i>COORDINADORES</i>	<i>PERIODISTAS</i>
	<p>Debería haber un periodista en el CC que reciba boletines y los aproveche para rehacer la información. Es una información demasiado fiambre. Hay que reforzar el periodismo regional de esa manera. Esa es una propuesta.</p> <p>Para sacarle más provecho a la corresponsalía de Ciudad Bolívar se propone un coordinador que pauté y distribuya la información entre TVG, CC y N-CNS: Si el coordinador está en Puerto Ordaz no serviría porque no tendría la misma visión de esta ciudad, donde están los poderes públicos. Esta es la capital, donde están las dependencias nacionales. Aquí se genera información y estamos fallando. Me siento que puedo dar más.</p> <p>Reunirnos los dos equipos (TVG y CC en Ciudad Bolívar) una vez a la semana para intercambiar ideas.</p> <p>Uno de los problemas que tienen los medios de comunicación es que trabajan sobre una base comercial y tienen una función social. Y fallan mucho sobre el trabajo regional. Las informaciones que impactan a las autoridades que tienen capacidad de resolver el problema son las <b>Campañas Sistemáticas</b> entre los medios de comunicación (invasiones, tratamiento del casco histórico y la influencia de los árabes). Esto causa impacto. No vale que solo el cronista escriba una nota sobre eso. La iniciativa debe partir de los periodistas que están más cerca del problema y hay un director o jefe de redacción que apoye la situación hasta que se solucione el problema: se hacen encuestas, se entrevista a las autoridades, cuál es la causa. Esa es una función social importantísima que tienen que ejercer los medios de comunicación social. En este sentido debe haber un apoyo por parte de la empresa.</p> <p>Hay mucha información de política en los medios nuestros porque estamos en un país politizado; y antes de que los periodistas busquen las noticias, los políticos van a los medios a ofrecerla. Hablan con el Director, el periodista y dan la información. Eso produce que el medio se llene de información política. En este sentido, el periódico tiene que tener un regulador, también para que fiscalice los trabajos de opinión mal redactado. Hay que tomar en cuenta que los medios de comunicación social son orientadores, y una palabra mal escrita o las ofensas personales desvirtúan la realidad. Hay que tener un <b>Código de Ética</b>, que aclare que no se puede ofender ni insultar a nadie. Eso es importante también. Eso le da seriedad y personalidad al periódico.</p> <p>El mantenimiento de los equipos de TVG (cámara y grabador) es fundamental. No prenden los equipos y tenemos que correr con otros equipos; y las noticias no pueden dejar de salir.</p> <p>El CC en Ciudad Bolívar necesita un periodista a tiempo completo: un corresponsal que atienda a todo. El corresponsal es el periodista más completo, con su unidad móvil dispuesto y la comunicación constante con el periódico, inclusive a través del correo electrónico.</p> <p>Sería muy bueno que estas reuniones se repitieran cada tres meses, y que se integraran también a los camarógrafos.</p>

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo está organizado en cinco partes. La primera se refiere a las consideraciones del concepto sinergia en el alcance de esta investigación; la segunda, a los aspectos que se consideran a favor de la implantación de la Sinergia Informativa en los tres medios de comunicación social analizados; la tercera, a las recomendaciones específicas que se sugieren para cada medio de comunicación social antes de la implantación del concepto de Sinergia Informativa; la cuarta, a la propuesta de un plan de acción para el funcionamiento de la Sinergia Informativa; y, la quinta, al funcionamiento de la red formal de comunicación planteada para coordinadores y reporteros del grupo de medios, en la cobertura y divulgación de los hechos noticiables.

#### **1.- CONSIDERACIONES SOBRE EL CONCEPTO DE SINERGIA**

Al analizar la red de comunicación formal propuesta en esta investigación, en relación con las diferentes definiciones de sinergia expuestas en el marco teórico, que de algún modo se vinculan entre sí, se concluye que es necesario:

1.1.- Considerar el concepto de Sinergia Informativa como una visión global que debe ser compartida por todos los integrantes de la red o estructura organizativa, en la alineación de objetivos y metas comunes. (Alarico, 1996). Con ello se cumpliría un primer requisito para convertir al grupo de periodistas en un equipo de alto desempeño, al traducir el propósito de la visión en metas mensurables. "Así como

las metas conducen a los individuos a un rendimiento más alto, de la misma manera dan energía a los equipos. Estas metas específicas facilitan una clara comunicación” (Robbins, 1997, p. 313).

1.2.- Aprovechar la experiencia técnica de los miembros, así como las diferentes habilidades personales en la solución de problemas y de toma de decisiones. Robbins (1997) sostiene que “los individuos deben ser capaces de comunicarse abiertamente y con honestidad, de confrontar las diferencias y resolver los conflictos y de sublimar las metas personales por el bien del equipo” (p. 315). En este sentido, para Covey (1992), la esencia de la sinergia consiste en valorar las diferencias: “respetarlas, compensar las debilidades, construir sobre las fuerzas” (p. 303). Asimismo, en el ámbito personal, debe prevalecer el principio de cooperación creativa y el efecto del círculo de influencia al que se refiere este autor.

1.3.- Promover la disposición de la empresa para proveer suficientes recursos de comunicación personal (celulares, vehículos, entre otros) para todos los miembros de la red, así como de talleres de capacitación profesional y sistemas de recompensas para el trabajo en equipo, con la finalidad de promover la sinergia de mantenimiento a la que se refiere Cattell como “parte de la energía para mantener vivo al grupo” (citado en Katz y Kant, 1977, p. 42).

1.4.- Reforzar el compromiso profesional de cada periodista del grupo de consultar, como mínimo, dos fuentes de información por reporte generado, con lo que se fortalecería la potencia informativa de cada medio (Fontcuberta, 1993, p. 54), inspirado en el principio de cooperación creativa y el círculo de influencia, referidos anteriormente por Covey (1992).

1.5.- Exigir la inapelable comunicación formal del periodista con su coordinador inmediato para garantizar el principio de unidad de mando (Kreinter y Kinick, 1996), con lo que se evitarían órdenes confusas. Igualmente, por ser la red de comunicación una estructura organizativa de "relaciones o sistemas de flujos entre un conjunto de unidades en la que se transmite información" (Bueno, 1996, p. 131), se deben identificar los tipos de estructuras, específicamente: la funcional, establecida por la comunicación entre los iguales; la segunda, la estructura de autoridad, representada por la comunicación entre supervisor y supervisado (coordinador-periodista), en relación con las instrucciones que permiten al periodista actuar bajo criterios de responsabilidad y de control de las tareas. (Bueno, 1996)

1.6.- Visualizar el desarrollo de una noticia en la cobertura de los tres medios de grupo, con la finalidad de contribuir con la velocidad de difusión, la verificación de la información y la información adicional del hecho. "Cuando ocurre un suceso cubierto por todos los medios, la radio y la televisión dominan como fuente primaria de información, y los medios impresos desempeñan un papel que en medida es complementario". (Dahnke, 1998, p. 159).

1.7.- Promover la cooperación creativa de los reporteros en el informe de un mismo acontecimiento. "[...] dos periodistas ante un mismo hecho tienen apreciaciones distintas desde el punto de vista profesional y encuadrado dentro de la objetividad posible, porque cada uno de ellos puede considerar como más noticiable un aspecto diferente, lo cual puede ocurrir a causa de los criterios imperantes, según sea la capacidad, la especialidad o la cultura del periodista" (Alcalá, 1980, p. 72). De conformarse equipos entre los periodistas homólogos a la fuente, ellos

tendrían también, como lo establece Robbins (1997), “la capacidad de reunirse, desplegar esfuerzos, cambiar de enfoque y disgregarse rápidamente” (p. 308). Con estas actuaciones de comunicación sinérgicas, los periodistas, en su proceso de investigación, tenderían a estar más atentos en valorar una información por su impacto, oportunidad, preeminencia, proximidad, conflicto, rareza y aceptación general (Roglán y Equiza, 1996), basados en su experiencia profesional. Ya desde el punto de vista organizacional, las empresas constituyen el contexto donde las personas sinergizan sus potencialidades hasta el punto de producir creaciones que superan las creaciones individuales (Rubino, 1997), lo cual es apoyado cuando Covey (1992) establece que la relación entre las partes es también el poder que permite crear una cultura sinérgica. “Cuanto más auténtico sea el compromiso, más sincera y sostenida sea la participación en el análisis y resolución de los problemas, mayor la liberación de creatividad de todos y el compromiso con lo que se cree” (p. 328).

En teoría queda muy claro que la sinergia es un asunto conceptual de fácil comprensión. Su inherencia con la realidad es una tarea de visualización; y, justamente, para facilitar la identificación de oportunidades reales en el estudio de los tres medios de comunicación de esta investigación, a continuación se mencionan algunos de los puntos considerados a favor para la instauración del concepto de Sinergia Informativa en tres medios de comunicación, de modo de facilitar su implantación en el grupo de medios de comunicación social de diferentes formatos: prensa, radio y televisión.

## **2.- PUNTOS A FAVOR DE LA SINERGIA INFORMATIVA**

2.1.- La receptividad expresa del director-presidente-propietario de los tres medios de comunicación en conocer una propuesta para la gestión productiva de su equipo de periodistas del *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS*.

2.2.- La existencia de un ambiente favorable, para el momento de esta investigación, de apertura al cambio entre coordinadores y reporteros, para comunicarse con sus homólogos en la cobertura informativa.

2.3.- La experiencia de los periodistas de la fuente de Suceso, del *Correo del Caroní* y *TV Noticias*, al trabajar conjuntamente.

2.4.- La modalidad de trabajo de periodistas de reportar simultáneamente para otro medio de comunicación del grupo: reporteros de *TV Noticias* y una reportera del *Correo del Caroní* trabajan para *Noticiero CNS*; reporteros de *TV Noticias* escriben para el *Correo del Caroní*.

2.5.- El reconocimiento de un liderazgo en la coordinación del trabajo de los periodistas *TV Noticias*, representado por su Gerente de Información, quien podría dirigir las acciones y recomendaciones que se desprenden de este estudio, en caso de recibir la aprobación del propietario de los medios.

2.6.- La disponibilidad de teléfonos fijos, en las tres empresas, como recursos de comunicación, medio básico y elemental para iniciar el funcionamiento de la red de comunicación formal entre periodistas y coordinadores de los tres medios en la cobertura de hechos noticiables. Este es el medio que prefieren utilizar, en primer lugar, y seguir utilizando los periodistas y coordinadores al considerar trabajar bajo el concepto de Sinergia Informativa.

2.7.- La presencia de un equipo de reporteros jóvenes, proclives y abiertos a cambios que incrementen su efectividad en el reporte de noticias.

2.8.- La posibilidad de rotación, en fuentes y cargos, para los coordinadores y periodistas en los tres medios de comunicación, con lo que se le otorgaría oportunidades de desarrollo de carrera a los profesionales de la información que así lo requieran.

### **3.- RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS PARA CADA MEDIO**

Así como existen puntos a favor para la implantación de la Sinergia Informativa, igualmente se identificaron, durante esta investigación, situaciones que ameritan una atención y una acción consecuentes.

#### **3.1.- *CORREO DEL CARONÍ* DEBE**

3.1.1.- Identificar temas, información o campañas comunes para ser tratados por los tres medios de comunicación del grupo con la visión de la de Sinergia Informativa.

3.1.2.- Ante la ausencia de una autoridad diagnosticada en el área de Redacción, se debe designar a un Jefe de Redacción o de Información que dirija las pautas diarias de los periodistas, al inicio de la jornada.

Para ello será necesario la designación oficial, por parte del director del medio, de la persona que se encargará de esta función clave en la vida de un diario que necesita fortalecer sus procesos internos de unidad de mando y liderazgo.

Entre los deberes del Jefe de Información se señalan:

a.- El cumplimiento de un horario de trabajo permanente en las instalaciones del periódico de 8:00 am a 4:00 pm.

b.- La revisión temprana de los periódicos regionales y nacionales, en comparación con el contenido del *Correo del Caroní* que se elabora.

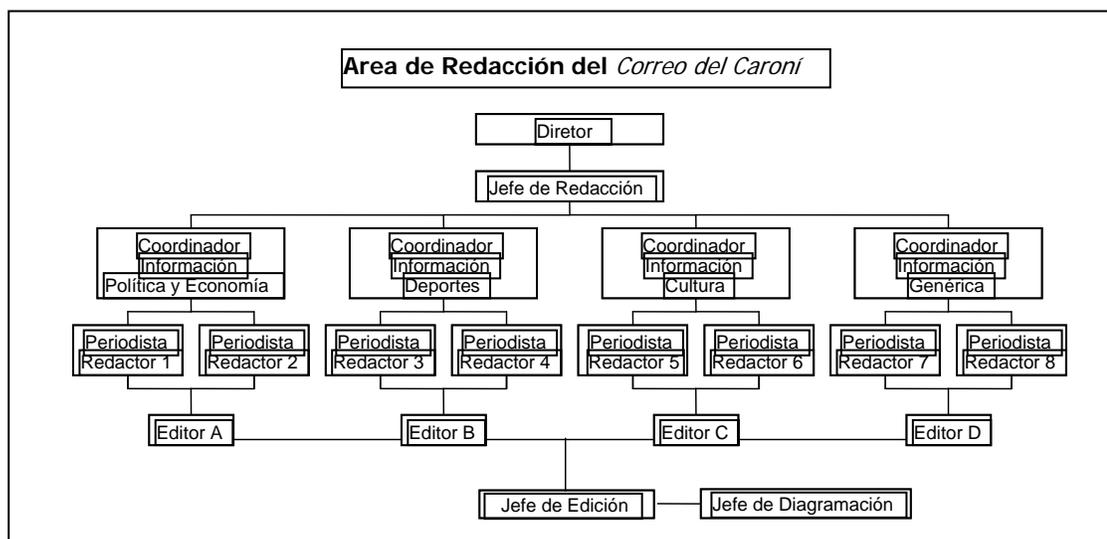
c.- El contacto personal y diario con cada reportero para asegurarse las indicaciones que pudieran acordar para apoyar la cobertura de sus fuentes (citas telefónicas, redacción de correspondencia para solicitar entrevistas), en relación con las que pudieran planificar los colegas de *TV Noticias* y del *Noticiero CNS*.

d.- La promoción del reconocimiento público y privado del trabajo de los reporteros que merezcan ser destacados.

e.- La atención de solicitudes que llegan al periódico para realizar su cobertura, de acuerdo con la línea editorial del diario.

f.- La comunicación personal y permanente con cada reportero para estimularle a mejorar su trabajo, o a completar algún aspecto que pudiera enriquecer la noticia.

Como ejercicio organizacional, a continuación se plantea un organigrama para el *Correo del Caroní* como contribución al mejoramiento continuo de los procesos internos en el área de Redacción.



### Gráfico 19

DISEÑO DE UN ORGANIGRAMA PARA EL ÁREA DE REDACCIÓN DEL *CORREO DEL CARONÍ*

### 3.2.- **TV NOTICIAS DEBE:**

3.2.1.- Mantener la cohesión y la comunicación bilateral entre reporteros y coordinadores, ya que esta condición, por modelaje, facilita la implantación de la Sinergia Informativa en las otras dos empresas.

3.2.2.- Planificar transmisiones en vivo, de corresponsales o enviados especiales de otros medios del grupo a eventos extraordinarios, con lo que se aprovecharían recursos humanos y materiales al proveerse de nueva información.

3.2.3.- Evaluar el mantenimiento y la disponibilidad de cámaras, grabadores, cables y micrófonos para garantizar coberturas imprevistas.

3.2.4.- Identificar temas, información o campañas comunes para ser tratados por los tres medios de comunicación con la visión de la Sinergia Informativa.

### 3.4.- **NOTICIERO CNS DEBE:**

3.4.1.- Considerar transmisiones en vivo, vía telefónica, de fuentes vinculadas a las informaciones más destacadas, generadas por periodistas de otro medio.

3.4.2.- Incluir informaciones nuevas o de seguimiento a partir de *TV Noticias*, edición meridiana.

3.4.3.- Identificar temas o informaciones comunes para ser tratados por los tres medios de comunicación con la visión de la Sinergia Informativa.

Con la aplicación de estas recomendaciones, cada medio de comunicación estaría en una situación más favorable y más cercana para instaurar la Sinergia Informativa, cuya factibilidad sería aún más posible con la Propuesta de un Plan de Acción.

#### **4.- PROPUESTA DE UN PLAN DE ACCIÓN**

**4.1.- CADA MEDIO DE COMUNICACIÓN DEBE MANTENER SU PERSONALIDAD INFORMATIVA, SIEMPRE UNIDA AL CONCEPTO DE SINERGIA INFORMATIVA COMO VISIÓN COMÚN.**

Lo que busca la Sinergia Informativa es evitar la redundancia de las versiones, que los periodistas dupliquen la información en más de un medio de comunicación del grupo, no la homogeneización de los contenidos, para dar lugar a la potencia informativa a la que Fontcuberta (1993) se refiere. El objetivo es presentar el aspecto más novedoso del evento o acontecimiento del día. Se trata, en otras palabras, de lo que propone Alcalá (1980): “Lo obligante, periodísticamente hablando, es que el medio que publique esa noticia deba buscar un nuevo ángulo noticioso – la mayoría de las veces se hace así para actualizarla - a fin de darle el tratamiento que despierte interés en la colectividad” (p. 77)

**4.2.- CONFORMAR UN COMITÉ O CONSEJO DE REDACCIÓN ENTRE LOS TRES COORDINADORES DE LOS MEDIOS,** con la finalidad de que se reúna al menos una vez a la semana, para decidir sobre las estrategias informativas a seguir.

4.2.1.- Para lograr lo anterior, algunas acciones a tomar incluiría: propiciar, bajo la dirección del doctor David Natera Febres, como líder de la organización, reuniones con los tres coordinadores principales del *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS*, al tiempo que promueve reuniones con el equipo de periodistas para redefinir el nuevo modo de funcionamiento. El primer paso de dichas reuniones sería el establecimiento de un propósito común o visión organizacional. Una propuesta de propósito común, como requisito para conformar un equipo de alto desempeño, y comenzar con las sinergias (individuales, grupales y operativas), es el siguiente: Propósito común: Informar a la audiencia del estado Bolívar y sus

adyacencias sobre los últimos hechos y acontecimientos más destacados en la región con el objetivo de promover el desarrollo en la zona, el sentido crítico y la calidad de vida de sus habitantes, por ejemplo.

4.2.2.- Promover la presencia física del director de los medios en las reuniones con los coordinadores, con la finalidad de ir adoptando paulatinamente estas acciones, hasta que se observe que el grupo de coordinadores funcionen como un equipo consolidado, de acuerdo con la línea editorial establecida.

**4.3.- CREAR UNA COORDINACIÓN DE CORRESPONSALÍAS.** Con la finalidad de ampliar el alcance y la profundidad informativa de los medios de comunicación, se propone la creación de una Coordinación de Corresponsalías para los tres medios que atienda al grupo de periodistas que operan desde Ciudad Bolívar, Upata, El Callao, Tucupita y Santa Elena de Uairén, ésta última como nueva opción sugerida por parte de los periodistas que participaron como sujetos en la investigación.

Por ser la selección del personal una condición para proveer un equipo de alto desempeño, se considera que el perfil del coordinador de corresponsales debe reunir las siguientes características:

4.3.1.- Poseer una visión sistémica en el reporte para prensa, radio y televisión.

4.3.2.- Mostrar un espíritu de equipo para liderar a todos los corresponsales de los tres medios de comunicación, a través de una comunicación consecuente.

4.3.3.- Conocer las necesidades de comunicación de todo el equipo de corresponsales.

4.3.4.- Planificar las pautas diarias, y su respectivo seguimiento.

4.3.5.- Promover una comunicación constante con los tres coordinadores principales de cada medio y participar en las reuniones semanales de planificación.

4.3.6.- Mantener reuniones periódicas con el grupo completo de periodistas (corresponsales) para ofrecer y recibir reconocimientos, recomendaciones o algunas pautas técnicas de trabajo, al tiempo de permitir una oportunidad de intercambio entre los integrantes del equipo.

**4.4.- EMPLEAR UN PERSONAL DE GUARDIA PARA LOS TRES MEDIOS.** Para ello hay que establecer un horario nocturno específico que atienda a los tres medios. Se trataría de un profesional encargado de cubrir para el *Correo del Caroní* (fotos y textos), principalmente, cuya información se actualizaría en *TV Noticias* (meridiana) a través del seguimiento de un reportero de TV, si el caso lo amerita.

Si se piensa en transmisiones en vivo para radio y televisión, este personal de guardia debe conocer las técnicas para ambos medios a través del uso del teléfono (sonido para radio) e imagen congelada (del reportero o fotografía del suceso) para garantizar que la información se conozca en los otros medios, en caso de ser una primicia.

**4.5.- APROVECHAR Y POTENCIAR LA COORDINACIÓN DE TRANSPORTE PARA LOS TRES MEDIOS,** con el objetivo de garantizar vehículos con choferes para todos los periodistas del grupo.

Para esto convendría inventariar la flota de transporte de los tres medios y proponer una coordinación para las necesidades de los reporteros en las distintas empresas, a través del sistema de radio instalado en cada vehículo. Con ello se garantizaría, además de traslado, la ubicación de cualquier reportero para en una cobertura imprevista de noticia.

**4.6.- REALIZAR ACCIONES PARA FORTALECER A LOS TRES GRUPOS DE COORDINADORES Y PERIODISTAS COMO UN ÚNICO EQUIPO DE ALTO DESEMPEÑO.** En cuanto a la evaluación del desempeño y la conformación de un sistema de recompensas:

4.6.1.- Formalizar reuniones o eventos mensuales de reconocimientos para premiar al mejor trabajo periodístico, realizado en equipo, para retroalimentar la motivación. "Edificar la confianza permite a los miembros seguir concentrándose en el problema, fomenta una mejor comunicación y coordinación, mejora la calidad de los resultados de la colaboración y propicia que los miembros del equipo se den fuerzas unos a otros; en consecuencia mejora el desempeño general del equipo" (Gordon, 1997, p.185)

Para ello podría formalizarse una fecha definida (los últimos jueves de cada mes) a la hora que más le convenga al equipo. Esta actividad debe estar organizada por el equipo de coordinadores y puede aprovecharse para señalar puntos de información comunes a todos los comunicadores sociales del grupo.

4.6.2.- Realizar el acto de reconocimiento anual, por años de servicio, como parte de un homenaje público a la dedicación y desempeño de los periodistas y reporteros, entre otros.

4.6.3.- Aprovechar las fechas aniversarias de cada medio para invitar formalmente, a través de carta o llamada telefónica, al equipo de reporteros y coordinadores, asistentes, camarógrafos, editores, fotógrafos y locutores, entre otros. Actividades sociales fuera del ámbito laboral estrechan relaciones de trabajo.

4.6.4.- Planificar, para cada nuevo reportero que ingrese a la organización, una pasantía rotativa por los tres medios (un mes en cada uno, por ejemplo) como

parte de su programa de inducción e identificación de destrezas para su final ubicación.

4.6.5.- Promover el reconocimiento de los periodistas a través del anuncio de sus nombres y apellidos, al final de sus informaciones. Es decir, créditos de autoría.

4.6.6.- Estandarizar los medios de comunicación personal para todo el equipo de producción informativa.

Para ello será válido un inventario para conocer las necesidades de recursos de comunicación, así como las posibilidades de inversión de la empresa. Por razones de globalización convendría que cada coordinador y reportero tuviera asignada una cuenta de correo electrónico, un busca persona, un celular y/o radio, que permita ubicar a los reporteros fuera de las instalaciones de las empresas.

**4.7.- NORMAR LA OBLIGATORIEDAD DE CONSULTA DE LAS EDICIONES DEL GRUPO PARA LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN** del *Correo del Caroní* (disponibilidad en el área de Redacción de un radio para escuchar el *Noticiero CNS*; y un televisor para informarse del contenido de *TV Noticias*), en *TV Noticias* (mantener la disponibilidad de ejemplares del *Correo del Caroní* y radio para escuchar *Noticiero CNS*); y en *Noticiero CNS* (disponibilidad de un TV para ver el contenido de *TV Noticias* y mantener los ejemplares del *Correo del Caroní*).

Considerando el horario de la *TV Noticias*, edición meridiana, hora de cobertura de algún evento o tiempo de almuerzo para los periodistas del *Correo del Caroní*, convendría estimar la posibilidad de tener un VHS en el periódico para grabar la edición meridiana de *TV Noticias*, con la finalidad de que pueda ser consultada después de su transmisión.

#### **4.8.- DISEÑAR UN SISTEMA DE RECOMPENSAS PARA EL EQUIPO INFORMATIVO.**

Para ello podría pensarse en la homologación de sueldos para todos los comunicadores sociales de acuerdo con las siguientes variables, como compensación al esfuerzo individual y condición personal:

4.8.1.- Años de experiencia en el campo del periodismo.

4.8.2.- Estudios de postgrado.

4.8.3.- Años de antigüedad en la empresa.

4.8.4.- Cooperación formal, voluntaria, para otros medios de comunicación del grupo.

4.8.5.- Productividad extraordinaria en el reporte de hechos noticiosos, producto del trabajo en equipo.

El diseño de la propuesta salarial debe estar avalada por profesionales de la Administración o de Relaciones Industriales.

#### **4.9.- PRECISAR NECESIDADES DE ADIESTRAMIENTO PARA PERIODISTAS Y COORDINADORES, CON EL OBJETIVO DE FORTALECER EL PERFIL DE LOS REPORTEROS DE CADA EMPRESA.**

Solicitar talleres de capacitación, actualización o sensibilización a instituciones aptas para entrenamientos específicos: trabajo en equipo, supervisión eficaz, redacción, titulación, diseño gráfico, comunicación oral ante las cámaras, aplicaciones, Internet, scanner, calidad total, entre otros.

**4.10.- DISEÑAR UNA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN PARA LOS TRES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.** Se trataría de una iniciativa más a largo plazo que conciba la incorporación de un coordinador adicional para que planifique el trabajo de los reporteros dedicados a tiempo exclusivo a la investigación, con compromisos de entregas para los tres medios de comunicación. Esta oportunidad puede

considerarse como un nuevo espacio para el desarrollo de carrera del personal que actualmente labora en la organización.

## **5.- FUNCIONAMIENTO DE LA RED DE COMUNICACIÓN FORMAL**

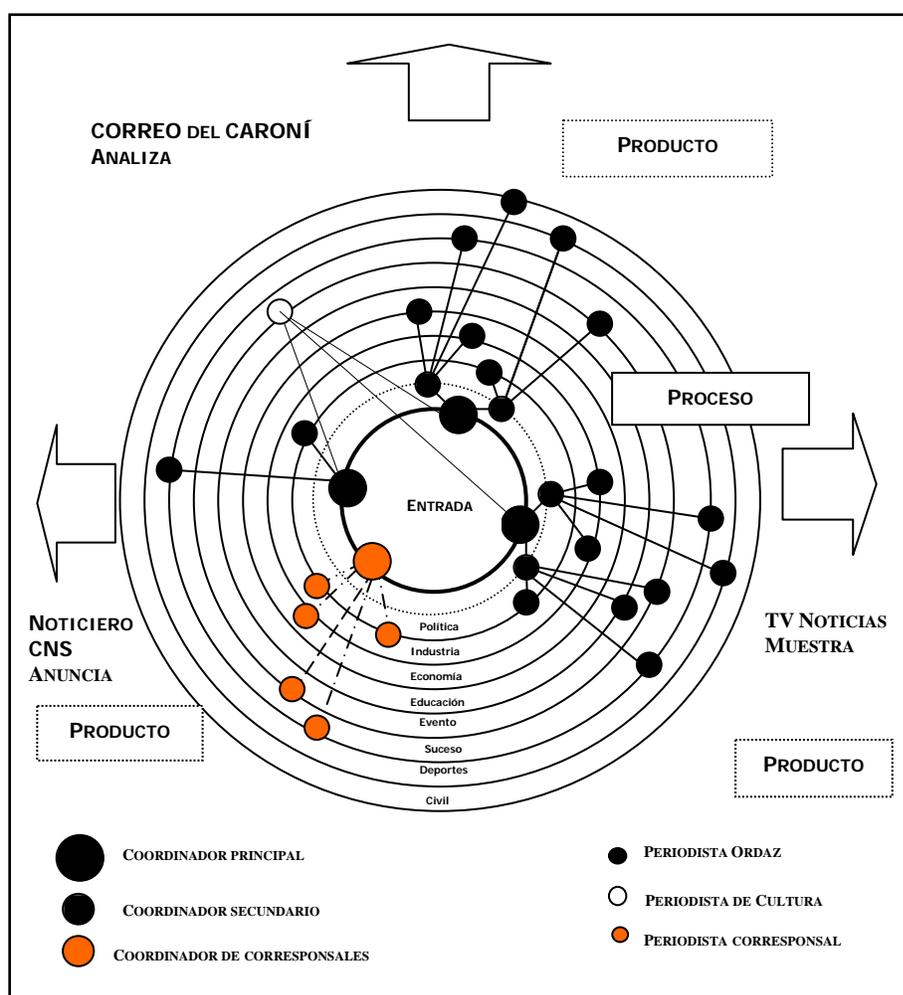
Antes de precisar los aspectos de funcionamiento de la propuesta de red de comunicación formal para coordinadores y reporteros, se establecen algunas consideraciones teóricas para facilitar una visión general de una red como totalidad.

Como lo establece Fernández (2001) "una red de comunicación es la interacción entre los individuos, bien como una consecuencia de la accesibilidad de un canal de comunicación, o a causa de la libertad percibida para utilizar los canales disponibles" (p. 73). Si se observa la propuesta de red de comunicación formal para coordinadores y periodistas se establece que la red de comunicación queda establecida por las dos acepciones. Primero, todos los coordinadores y reporteros tienen acceso a un teléfono como canal de comunicación para establecer contacto con su homólogo o superior, en la antesala y cobertura de los hechos noticiables. Segundo, los miembros de la red de comunicación gozan de la libertad profesional para utilizar otros canales disponibles como teléfonos, celulares, correo electrónico, entre otros.

Al considerar una red de comunicación como un sistema en su totalidad, su existencia se debe a la realidad de un ambiente o entorno donde se producen los fenómenos de función y relación (Rivadeneira, 1988). Es decir, la red de comunicación formal existe porque hay un entorno constituido por los acontecimientos (hechos noticiables) que suceden en la ciudad, y porque hay actos

de comunicación entre los miembros que conforman la red (Katz y Kahn, 1977). De acuerdo con la velocidad del intercambio de la información, la precisión de la misma, la saturación y la satisfacción que produce entre sus miembros, las redes de comunicación formal se clasifican en Timón, Y, Cadena, Círculo y Totalmente Conectado (Gordon, 1997), cuyos tipos de consideraron para el diseño final de comunicación formal, una combinación de algunas de estas redes.

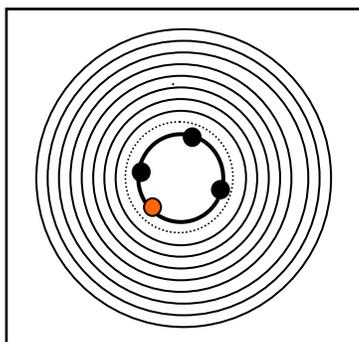
### 5.1.- TIPOS DE REDES



### Gráfico 18

DISEÑO DE UNA RED DE COMUNICACIÓN FORMAL PARA COORDINADORES Y PERIODISTAS DE TRES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA COBERTURA Y DIVULGACIÓN DE HECHOS NOTICIALES : SINERGIA INFORMATIVA

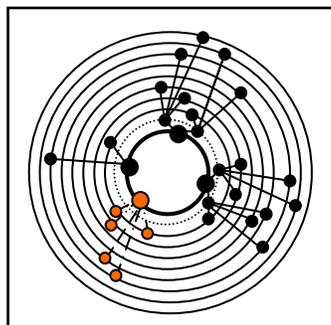
Al descomponer el tipo de redes expresadas en el diseño definitivo (Gráfico 18), se establecen las siguientes tipologías.



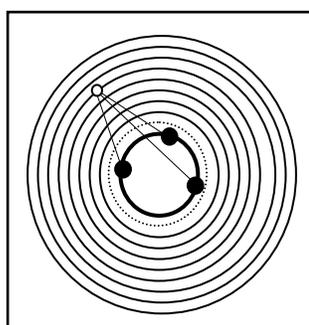
**Gráfico 20**  
RED CÍRCULO INTEGRADA  
POR LOS COORDINADORES  
DE CADA MEDIO

5.1.1.- Una red tipo Círculo principal, integrada por los coordinadores de cada medio, incluyendo el coordinador de las corresponsalías, donde se establece un liderazgo compartido, la centralización es nula, y la satisfacción es alta. La velocidad y la precisión de la información sería poca, justamente porque se trata de definir estrategias, no de verificar datos ni fuentes. Esto último es trabajo de los reporteros.

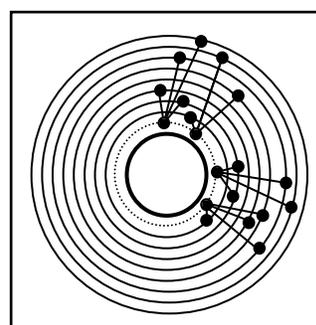
5.1.2.- Cinco redes tipo Timón, representadas por el coordinador de cada medio con su equipo de periodistas, incluyendo al coordinador de los corresponsales



**Gráfico 21**  
CUATRO REDES TIMÓN  
LIDERADAS POR LOS  
CUATRO COORDINADORES



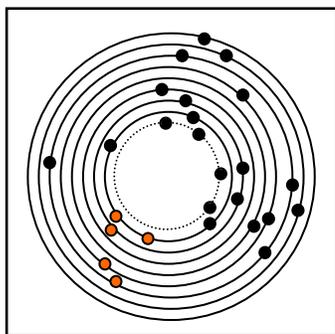
**Gráfico 22**  
UNA RED TIMÓN  
LIDERADA POR LA  
REPORTERA DE CULTURA



**Gráfico 23**  
CUATRO REDES TIMÓN  
LIDERADAS POR LOS  
COORDINADORES SECUNDARIOS

y el periodista de cultura, en función coordinadora con los tres coordinadores de cada medio. Adicionalmente se aprecia cuatro redes más tipo Timón, al considerar a

los coordinadores secundarios del *Correo del Caroní* (por cuerpo del periódico o por turno del coordinador) y de *TV Noticias* (ediciones meridiana y estelar). Con este tipo de red se logra mucha precisión y velocidad de la información, requisitos necesarios en la labor informativa de los periodistas y coordinadores. Por consiguiente la saturación es poca, así como la satisfacción (no importa el protagonismo individual, sino el trabajo en equipo). El liderazgo, representado por la autoridad formal, es alto, así como la centralización.



**Gráfico 24**  
NUEVE REDES CÍRCULO  
INTEGRADA POR LOS  
PERIODISTAS DE UNA MISMA  
FUENTE Y LOS  
COORDINADORES  
SECUNDARIOS

5.1.3.- Nueve redes tipo Círculo, representado por los periodistas de cada fuente (ocho en total) y los coordinadores secundarios de los medios de prensa y televisión, que funcionan más como redes tipo Cadena porque la precisión tenderá a ser bastante, la saturación y la centralización moderadas. Si se visualiza el funcionamiento de la red formal propuesta se puede inferir que con la red de los periodistas homólogos tendería a tener poca velocidad de la información, aspecto que se reforzaría con la velocidad

alta que promueven las redes tipo Timón establecida entre los coordinadores de cada medio con sus respectivos periodistas.

## 5.2.- LA RED COMO ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Desde un punto de vista más particular, la red formal de comunicación, entendida como una estructura organizativa (Bueno, 1996) se referirá a un sistema de flujos entre un conjunto de unidades en las que se transmite información. En este

sentido, en el modelo formulado de red de comunicación formal (Gráfico 18), se identifican las siguientes estructuras de comunicación:

5.2.1.- Funcional, representada por las tareas, actividades y procesos para lograr los objetivos del medio de comunicación: información oportuna, clara y precisa. Aquí se incluyen las consultas de fuentes informativas, la verificación de la veracidad de las informaciones, la redacción y corrección de los textos, la calidad de las fotografías, imágenes y audios, así como la comunicación personal o telefónica, principalmente entre los miembros de los diferentes tipos de redes descritos anteriormente.

5.2.2.- De autoridad, establecida por el conjunto de niveles jerárquicos que permite actuar a las personas bajo criterios de responsabilidad y de control de las tareas. Específicamente se visualiza a través de los coordinadores principales y secundarios (8 en total) sobre los reporteros en cada medio (8 en *TV Noticias*, 7 en el *Correo del Caroní*, 2 en el *Noticiero CNS*, 5 corresponsales y 1 en Cultura, para los tres medios: 23 en total).

5.2.3.- De decisión, determinada por la función y autoridad reconocida de cada miembro de la red. El coordinador pudiera decidir el tipo de fuente que tendría que consultar el periodista, y el periodista a su vez decidir sobre el tipo de preguntas a realizar a la fuente pautaada, según su criterio profesional o por indicaciones expresas de su superior.

Según Bueno (1996), la estructura de una organización es la ordenación de un conjunto de relaciones entre los centros funcionales (periodistas de una misma fuente) u operativos (coordinación de recursos materiales: transporte, medios de

comunicación personal) para realizar el proceso de información y comunicación social, con la finalidad de “lograr la adecuada comunicación y coordinación de la organización (prensa, radio y televisión), para que los procesos o funciones desarrollados respondan al plan común que se persigue” (p. 129), que en este caso se denomina Sinergia Informativa.

### **5.3.- FUNCIÓN DE LOS COORDINADORES Y REPORTEROS**

Sobre este aspecto queda establecido que los reporteros tienen la función de indagar el desarrollo y las consecuencia de un hecho noticiable a través de la verificación de la información en la consulta de sus fuentes informativas; y los coordinadores, de coordinar las coberturas a través del seguimiento del desempeño de su equipo de trabajo. La identificación de los coordinadores y reporteros que serían seleccionados para informar un determinado hecho, antes de su publicación, estará determinada por dos factores: uno, por el momento del día cuando se produzca; y el otro, por el tipo de información referida (si es deportiva, de suceso, política, u otra). Con la finalidad de incrementar la Sinergia Informativa se hace necesario establecer lo que podría denominarse rutinas de divulgación en los tres medios de comunicación (prensa, radio y televisión). Si la eventualidad sucede en la mañana le correspondería a *TV Noticias* participarlo en su edición meridiana, seguidamente el *Noticiero CNS* ampliaría la información, y finalmente el *Correo del Caroní* complementaría la noticia en la edición del día siguiente. Asimismo, si el hecho sucede en la tarde el orden sería: *Noticiero CNS*, *TV Noticias* y *Correo del Caroní*, y viceversa, de suceder en la noche: *Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS*. En este sentido el coordinador responsable de asegurar la información para su medio será el profesional *TV Noticias*, si el hecho sucede en la

mañana; o el coordinador del *Noticiero CNS*, si sucede en la tarde; o el coordinador del *Correo del Caroní*, si sucede en la noche.

En cuanto a la selección del reporteros para indagar la información antes de su publicación será designado por cada coordinador del medio, cuya decisión estará vinculada por la fuente de información. Si el hecho es deportivo se designará al periodista de deportes, si es político al profesional que cubre política, y así respectivamente.

Después de la publicación de un hecho, en cualquiera de los medios de comunicación estudiados, corresponderá ahora identificar, justamente para promover la Sinergia Informativa en la red de comunicación formal, la identificación de los coordinadores y reporteros que serían seleccionados para el seguimiento informativo. Por rutina de divulgación se desprende el coordinador responsable, y según sea el tipo de información, el coordinador designará el reportero de la fuente con el conocimiento de las fuentes consultadas por su homólogo, con lo que evitaría redundar en la información y establecer nuevos ángulos del hecho durante su gestión de investigación periodística, al consultar dos fuentes distintas.

#### **5.4.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN FUNDAMENTALES**

La infraestructura comunicacional, básica para iniciar la red de comunicación formal, está constituida por el teléfono, existente en los tres medios de comunicación, de fácil acceso a todo el equipo de coordinadores y reporteros, quienes destacaron su preferencia de uso al momento de ubicar a su homólogo, supervisor o supervisado, antes, durante y después de un hecho noticioso. Sin embargo, la consideración de otros medios de comunicación personal para el desarrollo de la cobertura cobra importancia como un sistema de radio instalado en

los vehículos que transportan a los periodistas durante su trabajo, o el uso de teléfonos celulares para cada reportero. Seguidamente estaría el uso del correo electrónico, en especial para después de la noticia, como medio de comunicación en la asignación de nuevas pautas, retroalimentación o información de carácter general. De este modo se reforzaría la infraestructura comunicacional para expandir la Sinergia Informativa.

#### **5.5.- FRECUENCIA DE CONTACTOS COMUNICACIONALES**

Por ser la noticia el principal recurso de trabajo de cualquier periodista, y por consiguiente la finalidad última de un medio de comunicación social, obliga que el contacto comunicacional entre coordinadores y reporteros, de los diferentes medios, para su cobertura y divulgación debe ser constante y permanente. Esto quiere decir, que los coordinadores y reporteros deben comunicarse a diario y durante la cobertura y el desarrollo de los hechos, sin importar la relación interpersonal entre ellos, ya que se trata de una red de comunicación formal (impuesta por una autoridad externa), bajo el principio de unidad de mando.

#### **5.6.- TIPOS DE NOTICIAS QUE CONTEXTUALIZARÍAN LA COMUNICACIÓN EN LA RED**

En principio, el tipo de noticias que contextualizaría la comunicación en la red sería las de contenido político por ser la que más prevaleció, en común, en la muestra de ediciones analizada, seguida de las informaciones de tipo educación, civil y de suceso. Sin embargo, la incorporación de otros tipos de noticias estará vinculada a los acuerdos que se establezcan en el Comité o Consejo de Redacción propuesto, considerando el perfil informativo de cada medio. El periódico contiene una cantidad significativa de información deportiva, mientras el noticiero radial carece de ella, por ejemplo. En este sentido, la Sinergia Informativa permitiría

profundizar en el tipo de noticias comunes en los tres medios (política, educación, civil y suceso), y considerar contenidos informativos especializados de algunos medios como pautas de trabajo para los otros medios del grupo, con lo que se incrementaría la pluralidad informativa, con lo que se atraería potencialmente a más a más oyentes, televidentes y lectores.

#### **5.7.- PROCEDIMIENTOS DE COBERTURA**

Cubrir un acontecimiento significa que un medio de comunicación social dedica a ese acontecimiento el personal necesario para asegurarse la información. En este sentido, para que se logre la Sinergia Informativa en la cobertura de los hechos se recomienda:

5.7.1.- Diferenciar la cobertura de la noticia regional por su impacto para los habitantes de la zona. Esta decisión reposaría en los miembros del Comité de Redacción propuesto para los tres medios. Sin embargo, a partir de la muestra analizada pudieran tener preponderancia periodística las informaciones referidas a la crecida del Río Orinoco, la defensa de la democracia, la libertad de expresión, un terremoto en Guayana, un despido masivo de trabajadores SIDOR (la empresa más grande de la zona), un aumento desproporcionado del índice delictivo de la ciudad de Puerto Ordaz, la frecuencia de accidentes de tránsito, la ampliación y ejecución de las obras de EDELCA, los logros de la población universitaria, entre otras.

5.7.2.- Asignar un periodista de cada medio al hecho noticiable o noticioso. En la cobertura de un mismo hecho noticioso debe haber un periodista de cada medio, lo que significará un número máximo de tres reporteros por noticia.

5.7.3.- Exigir a cada periodista la consulta de dos fuentes informativas distintas por hecho noticioso, lo que significa que el número máximo de fuentes

diferentes sería de seis, con lo que se promovería la potencia informativa de los medios.

5.7.4.- Comunicar la información obtenida antes de su publicación. Como mecanismo de comunicación entre coordinadores y reporteros, luego de consultar la fuente, cada periodista debe informar a su coordinador inmediato y a sus homólogos de fuentes, de los otros dos medios, los datos que obtuvo, para su seguimiento y logro de nueva información, con lo que se evitaría la redundancia informativa, dando lugar para la Sinergia Informativa.

El objetivo es que estos tres medios de comunicación social, bajo la visión de Sinergia Informativa, trabajen como una sola empresa informativa. Lo que dice la radio, lo muestra la televisión y lo amplía la prensa. Aquí lo importante es que el producto de cada *medio* (*Correo del Caroní*, *TV Noticias* y *Noticiero CNS*) sea insumo para los otros dos. Los periodistas y coordinadores del *Correo del Caroní* no deben salir a la calle sin saber con qué abrió la edición estelar de *TV Noticias*, ni los colegas del *Noticiero CNS* sin saber lo que transmitió la edición meridiana de *TV Guayana*, ni los profesionales de *TV Noticias* pautar si no han consultado el *Correo del Caroní*. En otras palabras se trata de la sinergia funcional a la que se refiere Miguel de Bustos (1993), definida por la búsqueda de la satisfacción de una necesidad a partir de una actividad diferente.

#### **5.8.- BENEFICIOS DE TRABAJAR CON SINERGIA INFORMATIVA**

5.8.1.- Se fortalece el producto final: un mismo hecho noticioso tiene diferentes fuentes consultadas en el reporte informativo de cada medio.

5.8.2.- Se incrementa la identificación e intercambio entre los integrantes de la organización: el trabajo individual pasa a ser trabajo en equipo, y de alto desempeño.

5.8.3.- Se aprovechan mejor los recursos humanos y materiales, señal de buena gerencia.

5.8.4.- Se establecen oportunidades de desarrollo y de participación para los periodistas y coordinadores: mejoramiento profesional a través de talleres de capacitación profesional y el compromiso y la satisfacción de trabajar en equipo.

Como se aprecia, la Sinergia Informativa es, principalmente, el resultado de un trabajo en equipo de periodistas y coordinadores de los medios de comunicación involucrados, que incluye una red de comunicación formal, la cual debe ir soportada por la visión y las estrategias empresariales que coadyuven a la conversión de grupo de periodistas en un equipo de alto desempeño, a través de la capacitación y sistemas de recompensas grupales, con lo que se reforzaría la identidad corporativa: "señales que ofrece una organización sobre sí misma por medio del comportamiento, la comunicación y el simbolismo" (van Riel, 1997, p. 37). En este sentido, el funcionamiento de la red de comunicación formal será determinante para que surja la afirmación de Miguel de Bustos (1993) que reza: "Las sinergias abren las posibilidades que pueden ser utilizadas como un trampolín o pasarela para entrar en un nuevo oficio" (p. 164), que para efectos de esta investigación no es más que un periodismo regional de mejor calidad, sustentado en un intenso trabajo de investigación en equipo, señal de un nuevo modo de organización de los grupos multimedia, empresas flexibles que se adaptan cada vez más a las exigencias de su

entorno y, por consiguiente, de sus clientes y usuarios: lectores, radioescuchas y televidentes, entre otros.