CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

La televisión a lo largo de su historia ha representado ser el medio masivo de comunicación de más aceptación por el género humano. Es un medio que se distingue por su capacidad de convocar a un gran número de público al conjugar la imagen visual y el sonido.

La televisión representa en la actualidad un medio de entretenimiento y escape para su público. Gran parte de sus receptores la consideran como el sistema de información electrónico más eficiente con el que cuentan, ya que ofrece un versión del mundo sin exigir o demandar del público mayor esfuerzo.

Debido a la importancia con la que cuenta en la actualidad este medio de comunicación, las empresas productoras nacionales se han ido expandiendo para llegar a todo el público. Tal es el caso de la empresa en la cual enfocamos nuestro estudio de comunicación organizacional, Televisa Veracruz, que es parte de una de las televisoras más importantes de nuestro país, Televisa S.A., y tiene el propósito de ser recibida por la población del Estado de Veracruz.

En este capítulo haremos referencia a Televisa Veracruz. Primeramente se presenta una breve revisión de los antecedentes de la televisión a nivel en general, así como su aparición en nuestro país y del

surgimiento de Televisa. También dentro de este capítulo citaremos brevemente cómo fue el inicio de Televisa Veracruz.

Así mismo dentro de este marco referencial, describiremos cómo se estructura esta televisora y en qué consisten la misión, visión, valores y objetivos de la organización.

2.1 Antecedentes históricos de la Televisión

La aparición de la televisión no ha sido resultado de una sola persona al igual que muchos inventos. Esta se debe al surgimiento de tres fenómenos: La fotoelectricidad, en 1875, por Carey, al descubrir las propiedades del selenio, el análisis de fotografías y el dominio de las ondas hertzianas para la transmisión de señales eléctricas (www..sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm).

En 1884 Nipkov inventa el disco perforado, el cuál descomponía la imagen en múltiples elementos para poder así transmitirlos en una rápida sucesión. Posteriormente este invento fue perfeccionado por Baird. Con base en este invento, los científicos Korma y Zworkyn patentaron el iconoscopio que es considerado uno de los antecedentes más directos de la televisión. Con él se lograba diseñar una imagen a través de una pantalla cubierta de numerosas células fotoeléctricas, de tamaño microscópico, en un proceso semejante al de una cámara fotográfica (www..sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm)

Después de muchos intentos de transmisiones de audio y video, en 1930 la BBC hace posible que ambas señales se emitieran. Después de este logro de la compañía inglesa, los aparatos receptores empezaron a tener un gran auge en la población y, para 1932, ya se habían vendido más de 10,000 receptores. Además se dio el avance de la televisión mecánica a la electrónica.(www. hispavista.es/historia-de-la-television/)

Poco a poco el éxito de este invento se fue expandiendo por todo el continente europeo y, en 1935, se inauguró la primera emisora de televisión en Alemania, que tuvo gran aceptación en la población (www..sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm).

En 1936 se iniciaron las transmisiones regulares, es decir con programación en la BBC. En 1939 se inician en Estados Unidos coincidiendo con la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York. Cabe mencionar que las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra Mundial, reanudándose cuando ésta terminó (www.hispavista.es/historia-de-la-television).

En 1940 se inició la búsqueda por desarrollar la televisión a color, pero fue hasta un año después cuando se estandarizó la definición de 325 líneas (www. hispavista.es/historia-de-la-television/).

Estados Unidos adopta en 1953 el sistema NTSC (Nacional Television System Comitee) para regular la televisión a color y posteriormente, en 1967, Francia implanta su propio sistema que regula el color, llamado

SECAM . En Alemania, Telefunken crea el sistema PAL. Ambos contaban con 625 líneas
de definición, por lo que se consideraron mejores que el sistema norteamericano (www..sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm).

2.2 La Televisión Comercial en México

En México, a partir de 1934 se empezaron a realizar experimentos en relación a la televisión, ya que estaba teniendo gran auge a nivel mundial.

El primer equipo de televisión fue traído a nuestro país en 1935 por dos ingenieros profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME), Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca y, con él, efectuaron transmisiones pioneras apoyados económicamente por el Partido Nacional Revolucionario (PNR) (www.medios.4t.com/whats_new.htm).

En el libro "Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana" Fernando González (1998) asegura que Guillermo González Camarena, alumno de Stavoli, comenzó a realizar por su cuenta programas experimentales de televisión, así como a construir la primera cámara de televisión completamente electrónica hecha en México con base en desechos orgánicos encontrados. En 1940, González Camarena patentó en México el sistema de televisión tricromático basado en los colores verde, azul y rojo, además de diseñar una cámara con un tubo orticón. Para 1942, su invento, la televisión tricromática, es patentada por él, pero fue hasta 1963 cuando se realizó la primera transmisión por televisión a color con el programa sabatino "Paraíso Infantil", transmitido por el canal 5.

En 1949 se otorgó la primera concesión televisiva, la entidad beneficiaria es la empresa Televisión de México S.A., propiedad del señor Rómulo O´Farril, dueño también del periódico Novedades de la ciudad de México. A este canal autorizado para realizar las primeras transmisiones televisivas en nuestro país se le asignaron las siglas XHTV, aunque fue hasta septiembre del siguiente año cuando las transmisiones de este canal fueran regulares.

El 10 de mayo de 1950 se puso en funcionamiento el Canal 5 XHGC, concesionado en enero de ese mismo año a Guillermo González Camarena, en la ciudad de México, localizado en el edificio del teatro Alameda facilitado por el Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta y su primera transmisión fue un control remoto de un festival del día de las Madres organizado por el periódico Excelsior no obstante las transmisiones regulares comenzaron hasta el 18 de agosto de ese mismo año (González,1998)

El 21 de marzo de 1951 se inician las transmisiones regulares del Canal 2, XEW TV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta con la transmisión en control remoto de un partido de béisbol. Las instalaciones de esta transmisora se ubicaban en el edificio de las emisoras XEW y XEQ, pero ante la inminente llegada de la Televisión, se decide formar en ese lugar Televicentro. El equipo técnico con que el Canal 2 inició sus transmisiones proviene de las empresas estadunidenses General Electric y Laboratorios Dumont (González,1998).

Posteriormente en 1955 se creó Telesistema Mexicano, que surgió de la fusión de los canales existentes (2, 4 y 5) en una sola entidad televisiva, la cual se encargará de administrar y operar esas frecuencias. La programación

de estos canales se originaría desde Televicentro, convirtiéndose en la gran central de la televisión (González,1998).

El cuerpo directivo de Telesistema Mexicano quedó ntegrado de la siguiente forma: Emilio Azcárraga Vidaurreta, presidente y gerente general; Rómulo O'Farril, vicepresidente; Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farril Jr., gerentes; Antonio Cabrera, subgerente administrativo; Luis de Llano Palmer, subgerente de producción y programación; Miguel Pereyra, subgerente técnico; y Ernesto Barrientos Reyes, subgerente de ventas (González,1998).

Esta fusión en Telesistema Mexicano permitió ampliar la cobertura territorial de la TV. Ya en 1952, el Canal 2 había iniciado la construcción de una estación repetidora, XEQ TV Canal 9. Posteriormente en 1955 se creó una segunda repetidora , con lo cual los programas del Canal 4 pueden ser vistos en el sureste y suroeste de México, desde el Golfo hasta el Pacífico. En 1956 comienza a funcionar una nueva repetidora: XEAW TV, ubicada en el cerro de El Zamorano, en Guanajuato, lo que permite hacer llegar los programas del Canal 2 a los estados de Michoacán, Tamaulipas, San Luis Potosí y Querétaro (González,1998).

2.2.1 Televisa

Fernando González (1998) afirma que en 1972 las empresas Telesistema Mexicano, operadora de los canales 2, 4 y 5, y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria del Canal 8, deciden fusionarse en una sola entidad que habrá de operar esas emisoras así como sus repetidoras en el país. El 28 de noviembre de ese mismo año los señores

Bernardo Garza Sada, del grupo Alfa de Monterrey y Emilio Azcárraga Milmo, de Telesistema Mexicano, firman un acuerdo de fusión.

De esta manera surge en nuestro país el consorcio Televisión Vía Satélite S.A. (Televisa). El 8 de enero de 1973 el nuevo consorcio inicia oficialmente sus actividades. El 75% de las acciones de Televisa queda en poder de Telesistema Mexicano, mientras que el 25 % restante permanece en manos de Televisión Independiente de México, filial del grupo Alfa y es designado Emilio Azcárraga Milmo presidente de Televisa.

En 1982, el grupo Alfa sufre una fuerte crisis financiera por lo que su director, Bernardo Sada, decide vender el 25 % de acciones que el grupo posee en Televisa. Telesistema Mexicano, presidido por Emilio Azcárraga Milmo, adquiere entonces el total del paquete accionario del consorcio formado diez años antes.

En 1980 Televisa contrata, con autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los servicios del satélite estadounidense Westar III, con lo que adquiere la posibilidad de cubrir el territorio mexicano, pues la huella del artefacto cubre nuestro país y puede transmitir directamente a Estados Unidos 19 horas diarias de programación. Esto es posible a través de la cadena Spanish International Network (SIN) constituida por 100 estaciones afiliadas y de la que Televisa adquiriría el 75 por ciento de acciones (González,1998).

En lo que se refiere a la TV abierta, Televisa contaba con cuatro cadenas nacionales de televisión identificadas con el número de la estación "ancla" de cada una de ellas en la Ciudad de México: Canal 2, Canal 5,

Canal 4 y Canal 9. En conjunto las cuatro cadenas incluyen 298 estaciones en la república, de las cuales 240 son propiedad de Televisa --concesionadas a diferentes filiales del consorcio--, 19 tienen participación mayoritaria de éste;

y 39 son independientes pero repiten la programación de las mencionadas cadenas nacionales (González,1998).

Actualmente el consorcio Televisa cuenta con varias televisoras locales en varias ciudades del país como Guadalajara, Monterrey, Tijuana, León, Puebla y Veracruz, entre otras (González,1998).

2.3 Televisa – Veracruz

2.3.1 Antecedentes históricos

En una entrevista realizada al Director General de Televisa Veracruz, C.P. Mario Díaz Alvarez (2003) nos describió los orígenes de la televisora.

Díaz (2003) expuso que Televisa Veracruz es una empresa filial del Grupo Televisa. Canal 2 XHFM-TV es concesionada en 1965 como Televisión del Golfo S.A. de C.V. al grupo T.I.M. (Televisión Independiente de México). En 1973 Grupo Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México se fusionan y forman la empresa Televisa, quedando Canal 2 XHFM-TV como repetidor del canal 4 de México.

El 1 de junio de 1983 inicia sus operaciones como productora local con el nombre comercial Telever, o bien Televisión del Golfo, S. A. de C. V; colocándose como la única opción en el estado de televisión comercial y generando dos señales locales: la programación de Canal 9 XHAI-TV, la cual es radiada desde el cerro de "Las Lajas", Ver., y Canal 2 XHFM-TV, que se radia desde su Torre de transmisión en "Lomas del Mar", Boca de Río, Ver y cambia de ser repetidora a productora local (Díaz,2003).

Así mismo se realizó una entrevista al Ing. Benito Juárez (2003) que tiene a su cargo la gerencia técnica y que ha laborado en el canal desde sus inicios, nos explicó que en su inicio, la televisora comenzó a laborar con equipo de producción traído de Televisa España y en cuestión de transmisión ya se contaba con un transmisor y enlace de microondas, solo se tuvo que acondicionar el estudio e instalar el equipo de producción para empezar a funcionar.

Juárez (2003) asegura que el compromiso y propósito de la formación de Telever era trabajar para entretener e informar a las personas de Veracruz, con personas de la misma localidad. Esto con el fin de entender el sentido, gusto y necesidades de la población mediante su misma gente. Actualmente, desde el director el C.P. Mario Díaz así como el resto de los miembros de la empresa son de Veracruz.

Díaz (2003) asegura que la capacitación fue sobre la marcha, es decir en una totalidad práctica, impartida por gente de Televisa México que estuvieron durante los primeros seis meses de arranque de la televisora.

El primer programa que se produjo en la televisora fue el Noticiero Nocturno desde el 1º. de junio de 1983 y al día siguiente se empezó a producir y transmitir el programa misceláneo “Pasarela”. Toda la demás programación les era enviada desde México en dos formatos: Cinta magnética de una pulgada y en rollo de película de cine de 16 mm (Juárez,2003)

La programación producida por la televisora en sus inicios se hacia en formato de una pulgada y con cámaras portátiles y, posteriormente, se empezó a trabajar con formato _ de pulgada por cuestiones de costo-beneficio, es decir, sacrificar de cierta forma la calidad por un material de trabajo más económico para la empresa (Juárez,2003)

A principios de 1990 los formatos Betacam y Betacam digital desplazaron al formato _ utilizado anteriormente, y para finales de 1998, estos se vieron desplazados por el DVC Pro que es el que se continúa utilizando en la actualidad (Juárez,2003).

Díaz (2003) aseguró que en 1996 con motivo de la competencia local con la cadena TV Azteca, “Telever” cambia de identidad local a una regional conocida actualmente como Televisa Veracruz.

El 2 de Abril del 2001, Canal 2 XHFM-TV se convierte en repetidora de la señal de Galavisión C-9 XEQ-TV (Juárez, 2003).

Actualmente, Televisa Veracruz comercializa bloqueos a través de spots en la programación Del canal 9 local y los canales

7, 5 y 22, repetidores de El canal de las Estrellas y las cadenas 5 y 9, respectivamente. Además comercializa los canales 2 y 4 de Coatzacoalcos, Ver., los canales 3 de Villahermosa, 12 de Tuxtla Gutierrez, Chiapas, el canal 5 de Tapachula y el canal 8 de Campeche, por lo que tiene presencia en esos estados (Juárez,2003).

Televisa Veracruz es, en cuanto a cobertura, una de las más grandes de la república, ya que supera los seis millones de habitantes y alcanza a más de 1.2 millones de TVhogares (Juárez, 2003).

2.3.2 Elementos de la Cultura Organizacional de Televisa - Veracruz

Se realizó una entrevista con el Lic. Alfredo Espinosa (2003) Jefe del Área de Mercadotecnia de Televisa Veracruz quien nos explicó que dentro de la cultura organizacional de Televisa – Veracruz se encuentran componentes simbólicos que describen lo que en esta empresa se considera necesario e importante, ya que a través de estos elementos se logra la consecución de sus objetivos.

Espinosa (2003) nos planteo cuales son estos elementos fundamentales en la filosofía organizacional. Estos son:

1) Misión:

- Consolidar nuestro liderazgo en el mundo de habla hispana proyectando nuestra expansión a nivel internacional, contando con

el apoyo, la lealtad y el trabajo en equipo de nuestra gente; y haciendo uso de una tecnología de vanguardia.

- Ofrecer productos de entretenimiento, información y cultura de alta calidad que satisfagan a nuestro público y a nuestros clientes y conquisten decididamente la preferencia del auditorio.

2) Visión:

- Consolidar el liderazgo de la empresa en los medios de comunicación de habla hispana, proyectando nuestra expansión a nivel internacional.

3) Principios

- Servir a nuestro público y a nuestros clientes es la clave del éxito de esta empresa.
- Practicar la lealtad como valor supremo en todos los ámbitos de la empresa.
- Valorar la creatividad y el esfuerzo en equipo de nuestra gente como el activo más importante de la empresa.
- Producir y distribuir entretenimiento e información, creando productos de excelencia que incrementen la preferencia de nuestros auditorios nacionales e internacionales.
- Reafirmar y difundir la cultura y los valores de nuestro país.
- Fomentar la creatividad y la productividad en todas las áreas.
- Conservar la experiencia y promover el talento de los jóvenes, generando oportunidades para el surgimiento de nuevas figuras.

- Optimizar recursos con el apoyo de la más avanzada tecnología.
- Servimos a la audiencia, no nos servimos de ella.

4) Valores organizacionales:

- Credibilidad: Es la confianza que la empresa inspira a través de la conducta de sus jefes y directivos. Este valor se basa en la congruencia entre lo que se dice y se hace, es decir, por los hechos reales experimentados por los empleados y no en declaraciones o promesas incumplidas.

- Ética: Dentro de esta empresa la ética es entendida como la práctica habitual de valores como la honestidad, la lealtad y equidad al interior de la empresa, tanto de manera individual como colectiva. Es asumir un compromiso social como medio de comunicación público.

- Integración: Es la fuerza que vincula a los empleados para la realización de un proyecto común, al que van dirigidos la inteligencia y los esfuerzos de todos. Siendo el vínculo que genera el espíritu de grupo y el trabajo en equipo.

- Liderazgo: Es el orgullo y compromiso de pertenecer a la empresa, laborar para ella, así como asumir de manera individual y colectiva la responsabilidad de ser los primeros. Cada integrante es una parte viva de ese liderazgo y se debe de reafirmar día tras día para que de

esta forma se consiga la excelencia en nuestro trabajo y en nuestra actitud.

- Profesionalismo: Es la forma en como se mide la eficiencia en el desempeño del trabajo diario de los empleados, que debe manifestarse en un alto nivel de calidad, tanto de los productos y las tareas, como las gestiones.

- Innovación: Es considerada el arma principal que le permite a la empresa competir con éxito en los mercados más complejos y saturados. La creatividad del grupo mediático es la materia vital de su aceptación pública y de su crecimiento. Esta empresa debe de promover los conocimientos y estímulos necesarios para fomentar las iniciativas innovadoras en todos los ámbitos de la organización.

- Comunicación: Para esta empresa es vital este proceso ya que permite transmitir cultura, el logro del trabajo en equipo y con ello la consecución de sus objetivos.

- Relación humana: Se valora por el trato respetuoso, atento y de igualdad entre todos los integrantes de la empresa y en sus relaciones externas.

- Reconocimiento: La grandeza de la visión de la empresa radica en el reconocer los méritos y éxitos de las personas que laboran para ella, sin importar sexo, edad o rango, ya que al poner como

ejemplo a algunos de sus miembros, los demás se sienten estimulados a lograr su superación.

- Rentabilidad: Esto consiste en la gestión óptima de los presupuestos asignados a los funcionarios y en la práctica en el sentido de la eficiencia en el trabajo por parte de todos.

5) Objetivos

- Satisfacer las necesidades de la audiencia y de los clientes en cuanto a productos que se generan en la televisora.
- Entretener al público receptor mediante la programación que se transmite.
- Informar de lo que sucede en su entorno al público receptor de una manera veraz y objetiva.
- Promover la cultura en el público receptor.

De esta forma, los elementos mencionados como parte de la cultura organizacional son el soporte filosófico de la empresa Televisa Veracruz.

Esta organización promoverá a través de distintos medios y actividades el apego a esta ideología por parte de sus empleados y la

identificación con la organización. De esta forma logrará que sus miembros se integren y se sientan parte de la empresa para la cual laboran, además de que buscarán dichos empleados "en equipo" el cumplimiento de los objetivos organizacionales y al conseguirlo, sentirán elevado su nivel de satisfacción personal (Juárez,2003).

2.3.3 Estructura Organizacional

Juárez (2003) nos describió que Televisa Veracruz está estructurada de manera staff y lineal, es decir está integrada por un director, que a su vez coordina a cada uno de los departamentos en los que se compone la organización. La empresa se divide para su funcionamiento en 4 áreas: la técnica, la de ventas, la administrativa y la de noticias.

El área técnica está encargada de todo lo referente a la producción de programas y ésta, a su vez, se divide para el mejor cumplimiento de sus funciones en dos subtareas: producción y técnica. Esta área es la encargada de la planeación, dirección e instalación del equipo técnico que dará soporte a las producciones, además se encargará del manejo del staff de producción así como también de respaldar los eventos especiales en locaciones.

En tanto la de producción es la encargada de elaborar y transmitir todos los productos televisivos que se generen dentro de la empresa.

Díaz (2003) expone que dentro de la empresa se producen 3 tipos de programas en cuanto a su contenido:

1) General: Son programas en su mayoría de revista, es decir de contenido variado y temática diversa. En este tipo de programas encontramos: En Casa, Bazar del Hogar y Pasarela; son de transmisión diaria.

2) Temáticos: Este tipo de programas son enfocados a un tema en específico o bien algún aspecto del entorno. En este tipo de programas encontramos: Olas del Espectáculo enfocado a las notas de Espectáculos y Artistas, Tiburón Superior enfocado a todas las noticias que genere el equipo de futbol local y Corona Deportiva que toca temas de deportes en general.

3) Noticieros: Se encargan de mantener informada a la población de lo que ocurre en su entorno. En la programación se cuenta con 3 noticieros durante el día: Uno en la mañana, otro al mediodía y uno en la noche.

El área de ventas es la encargada de crear estrategias para poder vender los espacios publicitarios de los canales, de spots y eventos especiales. De esta forma, contribuye a incrementar los recursos económicos de la empresa, además de ofrecerle a sus clientes el mejor sitio para anunciar sus productos o servicios (Espinosa,2003).

El área administrativa es la encargada de optimizar los recursos económicos con los que cuenta la televisora y tener los registros contables

de todas las operaciones efectuadas por la empresa. Además es la encargada de los recursos humanos y asuntos jurídicos que se generen en la televisora (Espinosa,2003).

El área de noticieros es la encargada de recaudar la información, distribuirla y dosificarla dentro de los noticieros con los que cuenta la programación. Además de realizar algunos enlaces para Televisa México y supervisar y coordinar los enlaces que se hacen a través de los distintos corresponsales que se encuentran en los puntos más importantes del Estado. Esto con el fin de cumplir con uno de los objetivos principales de la televisora: mantener informada a la población de lo que sucede en su entorno (Espinosa,2003).

Cabe mencionar que el área de Mercadotecnia, que depende en cierta forma del área de ventas, está encargada de supervisar las estrategias que emplearán para vender los productos televisivos al exterior, así como también de la creación de la imagen pública de la empresa (Espinosa,2003).

Televisa Veracruz esta estructurada de la siguiente forma, existen 3 tipos de empleados según el tipo de contrato que tengan:

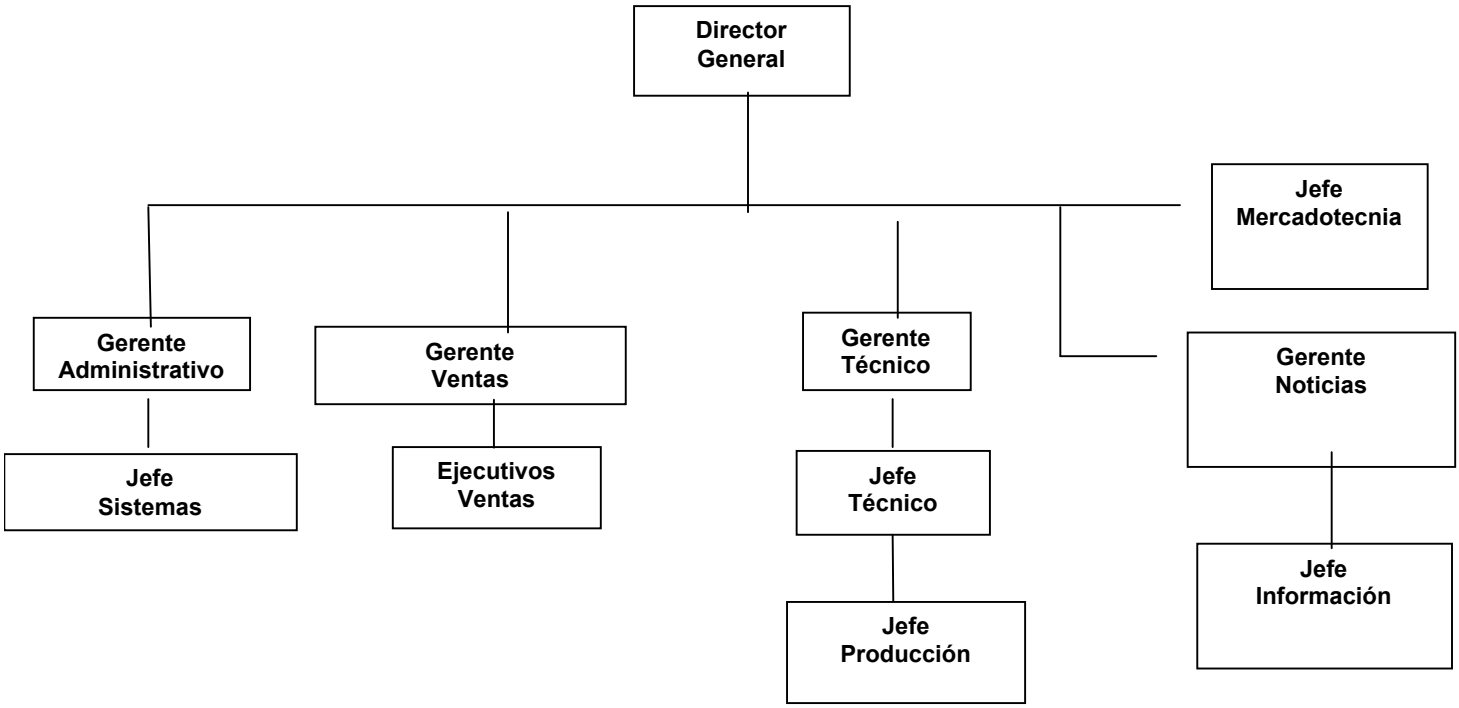
1) De Confianza: Son los que están en la empresa laborando y dependen únicamente de su jefe, en cuanto a sus obligaciones, salarios, vacaciones, así como las demás prestaciones y si surge algún problema, sólo lo podrá resolver él.

2) Sindicalizados : Son los empleados que están afiliados a un sindicato. Su delegado es el encargado de servir como intermediario en caso de existir algún problema laboral. Además su sueldo está basado en un tabulador.

3) Freelance: Estos empleados eventuales son contratados por proyecto o por labor en específico, no tienen un sueldo fijo y tampoco cuentan con prestaciones.

Actualmente en la empresa laboran 170 personas de los cuales 130 son de planta (de Confianza y sindicalizados) y 40 son freelance.

Figura 2.1.1 Organigrama de Televisa-Veracruz



Fuente:

Espinoza, Alfredo. Jefe de Mercadotecnia de Televisa – Veracruz. México 2003.

El C.P. Eduardo Mugica (2003) nos aclaró que dentro del organigrama (figura 2.1) sólo se manejan los niveles directivos, ya que a partir del nivel de jefe, se eliminaron los mandos medios, es decir, se manejan los productores de cada uno de los programas, pero de allí todos los demás miembros tienen las mismas funciones y roles.

2.3.4 Redes y Canales de Comunicación Interna.

Dentro de la empresa Televisa Veracruz se dan redes de comunicación formal e informal. Pero para motivos de esta investigación nos enfocaremos en las de comunicación formal, ya que consideramos que está más delimitada y posee mayor veracidad y fidelidad que las redes informales.

En Televisa Veracruz se maneja una política de comunicación interna de “nivel inmediato”, esto quiere decir que por ningún motivo los empleados deben de saltar jerarquías, y arreglar en primera instancia sus problemas con su jefe inmediato, si éste no arregla el problema pasará al gerente del área y posteriormente con el director (Juárez,2003)

En la empresa encontramos que se genera la comunicación formal siguiendo los flujos descendente y ascendente, y en algunas excepciones de manera horizontal o lineal, por lo que prácticamente nos enfocaremos a los flujos ascendente y descendente y descartamos los horizontales, ya que la mayoría de las ocasiones, este flujo de información deriva en rumor y en distorsión de la misma, por lo que en lugar de ser benéfico para la empresa, la perjudica.

Juárez (2003) afirma que para la empresa, la elección de los canales de comunicación interna es de vital importancia en la transmisión de la información. Dentro de los distintos departamentos los canales de comunicación varían según sea el tipo de información que se maneja:

1) Área administrativa: Por el grado de precisión y confidencialidad de la información que manejan esta área prácticamente maneja los canales de comunicación escritos: Memoranda, Cartas, Oficios.

2) Área técnica: En esta área se ocupan dos tipos de canales: Los escritos cuando se trata de información referente a algún movimiento que afecte la

programación e implique costo para la empresa como bloqueos y pautas comerciales. Los verbales u orales se emplean cuando se cuenta con información referente a lo laboral o bien a las prestaciones.

3) Área de ventas: Este es un caso similar al del área administrativa debido al grado de confidencialidad o bien de precisión y respaldo que se requiere, por lo que utilizan los canales de comunicación escritos como Cartas, Memoranda, Oficios.

4) Área de noticiarios: En esta área prácticamente se utilizan canales verbales por la necesidad de aminorar el tiempo, en ocasiones se emplearán también los escritos en el caso de algún enlace o de algún tipo de información o evento que se desee cubrir.

Actualmente el correo electrónico y en específico el Intranet (Red de Comunicación electrónica interna) ha cobrado gran importancia en la televisora, debido a que es de fácil acceso y que se puede consultar sin ningún tipo de intermediarios. Por este canal se puede acceder a información como deudas, salarios y prestaciones (Juárez,2003)

Además se cuenta dentro de la televisora con un pizarrón, el cual sirve para colocar avisos (canal principalmente para la comunicación descendente del Director a Empleados) con

información relevante para los integrantes de la empresa. Este canal también es muy utilizado por los directivos ya que está al alcance de toda la población de la empresa (Espinosa,2003).

Una vez revisados los antecedentes de la empresa que estudiaremos, su estructura, las redes y canales de comunicación interna que se utilizan, en el siguiente capítulo podremos encontrar el Marco Teórico, en el que se definen cada uno de los elementos claves en esta investigación. Éste se dividirá en tres partes: comunicación, organización y comunicación organizacional. También explicaremos lo que son los flujos de comunicación organizacional interna, las redes de comunicación y, posteriormente, los canales de comunicación interna, que son el objeto central de análisis en esta investigación.