



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA COORDINACION NACIONAL DE
COMUNICACION SOCIAL DEL INSTITUTO FEDERAL
ELECTORAL: EL DEPARTAMENTO DE MONITOREO

T E S I S I N A
Q U E P R E S E N T A :
CESAR MANUEL CHAIRES GARCIA
P A R A O B T E N E R E L T I T U L O D E :
L I C E N C I A D O E N C I E N C I A S D E L A C O M U N I C A C I O N

ASESORA: DRA. LOURDES ROMERO ALVAREZ

NOVIEMBRE-2000

284416



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

| | PÁGINA |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| CAPÍTULO I. LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL | |
| 1.1 ANTECEDENTE HISTÓRICO INTERNACIONAL..... | 5 |
| 1.2 ANTECEDENTE HISTÓRICO NACIONAL..... | 7 |
| 1.3 LAS OFICINAS DE PRENSA EN LA ACTUALIDAD..... | 10 |
| CAPÍTULO II. EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL | |
| 2.1 CREACIÓN Y EVOLUCIÓN..... | 16 |
| 2.2 PRINCIPIOS RECTORES DEL INSTITUTO..... | 19 |
| 2.3 FINES DEL INSTITUTO..... | 19 |
| 2.4 ESTRUCTURA Y FUNCIONES..... | 20 |
| 2.4.1 ÓRGANOS DE DIRECCIÓN..... | 20 |
| 2.4.2 ÓRGANOS EJECUTIVOS Y TÉCNICOS..... | 25 |
| 2.4.3 ÓRGANOS DE VIGILANCIA..... | 29 |
| CAPÍTULO III. LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL | |
| 3.1 FUNCIONES DE LA COORDINACIÓN NACIONAL..... | 32 |
| 3.2 DIRECCIÓN DE ANÁLISIS..... | 33 |
| 3.3 DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN..... | 38 |
| 3.4 DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN..... | 39 |
| CAPÍTULO IV. EL DEPARTAMENTO DE MONITOREO DE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL IFE | |
| 4.1 JUSTIFICACIÓN PARA SU CREACIÓN Y FUNCIONES GENERALES..... | 42 |
| 4.2 OBJETIVO DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO..... | 44 |
| 4.3 RECURSOS HUMANOS..... | 44 |
| 4.3.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS RECURSOS HUMANOS DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO..... | 45 |
| 4.4 RECURSOS MATERIALES..... | 46 |
| 4.5 FUNCIONES PARTICULARES DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO..... | 47 |
| 4.6 PROCEDIMIENTO DE CAPTURA DE INFORMACIÓN..... | 50 |
| 4.7 RECOMENDACIONES PARA MEJORAR LAS ACTIVIDADES DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO..... | 53 |
| 4.8 EL DEPARTAMENTO DE MONITOREO EN EL AÑO 2000..... | 55 |
| CONCLUSIONES..... | 57 |
| ANEXOS..... | 60 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 63 |

INTRODUCCIÓN

El Instituto Federal Electoral, en tanto órgano constitucional autónomo encargado de realizar la función estatal de organizar las elecciones, tiene su reto mayor en el proceso electoral que concluyó con la elección de un nuevo Presidente de la República y la renovación total del Poder Legislativo en el año 2000.

Es evidente que hoy en día el régimen ya no concede posiciones, y que no son sino la sociedad civil y los partidos políticos los que han impulsado reformas electorales que ofrecen condiciones más transparentes de competencia.

La autonomía del órgano electoral, la observación de los comicios por nacionales y extranjeros, así como la apertura de las cámaras legislativas a la representación plural, entre otros factores, son muestras de este avance consensual y de la evolución del sistema político mexicano hacia un régimen democrático. Uno de los triunfos ciudadanos más importantes ha sido, precisamente, la consolidación de un órgano autónomo de rango constitucional que organiza procesos electorales confiables y creíbles. (1) Sobre este órgano, el IFE, y sobre sus desafíos para los procesos electorales del año 2000 en materia de comunicación tratarán las siguientes reflexiones.

Ante los avances en materia de organización de procesos electorales mediante la participación cada vez mayor de grupos de oposición al sistema político mexicano, el Estado ha tenido la necesidad de fortalecer sus estructuras administrativas, financieras, políticas y en materia de comunicación.

Como experiencia profesional, y al haber colaborado en el IFE durante el proceso electoral presidencial de 1994, se ha podido apreciar el ingreso de recursos financieros a la política interna de comunicación social a través de la creación de direcciones y departamentos claves para el manejo de información interna y

externa.¹

Dentro de estas creaciones en materia de control de información, surgió en la Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) del Instituto Federal Electoral (IFE), el Departamento de Monitoreo de Medios Electrónicos, el cual nace bajo la premisa de saber en el momento más oportuno, qué es lo que los medios de comunicación generan en materia de información noticiosa que tenga que ver con el quehacer del Instituto.

Cabe señalar que en 1992, cuando a su servidor se le encomienda la instrumentación del Departamento de Monitoreo, inicia la experiencia profesional que culminó en 1994 con la cobertura de la elección presidencial. Periodo que se describe en el presente trabajo y que sirve como el antecedente más inmediato que tenga la CNCS del IFE en materia de Monitoreo de Medios Electrónicos.

Conforme a lo investigado en meses recientes en torno a la labor actual que realiza el Departamento de Monitoreo, se tiene la certeza de que se siguen aplicando las técnicas y procedimientos que en 1992 se implantaron; desde luego con las modificaciones de cobertura de aquéllos programas que cambiaron de nombre y horario.

La inquietud por desarrollar este trabajo es que siguen vigentes los procedimientos en el departamento de monitoreo y que además le podrán servir de ejemplo y guía para aquellos comunicadores que tengan el interés de desarrollarse profesionalmente en esta área de la comunicación.

Con base en la experiencia de haber contribuido en la creación de los procedimientos de monitoreo de medios electrónicos desde el IFE, sirva el presente trabajo para reflexionar sobre lo acertado que es contar con una unidad responsable que se

(1).- Jaime Cárdenas. "Enfrentando el 2000: el IFE y sus retos". En revista de la Universidad de México. N° 588 -589 de enero-febrero del 2000, p. 3.

encargue de informar veraz y oportunamente a los funcionarios del Instituto del acontecer nacional dicho por los medios de comunicación electrónica.

Con acciones como la que se realizaron en el período antes mencionado, es posible afirmar que el Estado mexicano se actualiza o intenta actualizar tecnológicamente a la par que los medios de comunicación electrónica y esto se refleja en el fortalecimiento de su infraestructura.

Pero mientras el Estado y los medios de comunicación electrónica avanzan con la tecnología, en nuestra Facultad no existe la oportunidad de acceder a los adelantos tecnológicos para actualizar el conocimiento de los alumnos en esta materia, esto origina un retraso a los egresados, ya que al presentarse a un centro de trabajo, los contratantes se percatan de la deficiencia en sus conocimientos. Desde este enfoque, este trabajo pretende describir al estudiante los procedimientos mínimos para crear una entidad en la cual se combinen aspectos técnicos como es el monitoreo mismo y los fundamentos teóricos y metodológicos que le den sustento.

Cabe señalar que en el aspecto teórico y metodológico, los planes y programas de estudio de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación que se imparte en nuestra Facultad contemplan la importancia de estos temas y de acuerdo con los registros correspondientes, es hasta 1997 cuando se adicionan a estos, materias como Planeación de Organizaciones Informativas, Organización de Unidades de Comunicación Social, entre otras.

Lo anterior permite afirmar que la investigación desarrollada en el tema ha sido poca y por lo tanto existe escasa bibliografía, tesis y en general material didáctico que permita acrecentar el conocimiento en la materia.

Con la intención de plasmar la experiencia profesional adquirida al crear el departamento de monitoreo en una institución de esta magnitud, se realizó este trabajo en cuatro planos, el primero de una panorámica general acerca del origen e importancia de las

oficinas de comunicación social a nivel internacional y nacional.

Posteriormente ubicamos al Instituto Federal Electoral, explicando su quehacer y de qué forma impacta su actividad en la vida política nacional. En el tercer apartado encontramos la explicación sobre la importancia de contar dentro de la dependencia con una Coordinación Nacional de Comunicación Social, la cual tiene el compromiso de otorgar los elementos necesarios en materia de comunicación para intercomunicar al Instituto con la sociedad a través de los medios. Por último, concretamos el trabajo al departamento de monitoreo, los elementos humanos que la integran, sus características, necesidades profesionales, perfiles y sobre todo la propuesta de mejoramiento del área respecto a sus recursos humanos; asimismo, la infraestructura con que cuentan y su respectiva actualización para que fusionados estos aspectos se pueda explicar su importancia para la evaluación de políticas internas en el IFE, su campo de acción y la naturaleza de esta actividad en el mundo moderno.

Este contexto permitirá otorgar al egresado elementos prácticos para instrumentar un área como esta, describiendo sus virtudes y defectos, pero sobre todo, en qué se fundamentan las decisiones para aplicar determinadas políticas o emitir opiniones acerca de un suceso.

CAPÍTULO I

1.- LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.1 ANTECEDENTE HISTÓRICO INTERNACIONAL

Para Bernard A. Weisberger, los antecedentes históricos internacionales respecto al surgimiento de las Oficinas de Prensa, ahora Direcciones de Comunicación Social, datan de 1876, cuando "los partidos políticos europeos habían establecido oficinas de prensa que se encargaban de enviar desplegados a las oficinas de los periódicos para su inserción en las columnas 'regulares', que anunciaban discursos, programas de campaña y hechos meritorios de sus candidatos".²

Los actores y empresarios de teatro y circo fueron los primeros que emplearon agentes, individuos de ambiente deportivo, antiguos periodistas, con sombrero hongo, bastón y abrigo con cuello de piel, cuyas toscas y sencillas técnicas consistían en dar pases gratuitos a los reporteros que escribían sobre sus clientes, o amenazar a los gerentes con retirarles sus anuncios si los críticos hablaban en forma poco caritativa de sus espectáculos.³

Desde esa época, los recursos utilizados por los empresarios ya comprendían la utilización de técnicas de comunicación como herramienta para persuadir a los receptores de la información y cumplir así con sus objetivos, los cuales consistían en lograr que el pueblo acudiera a los espectáculos de teatro y circo o que consumieran determinados productos.

Para Raúl Rivadeneira, desde aquella época los métodos y recursos de trabajo de las agencias publicitarias y oficinas de prensa se han depurado considerablemente y al mismo tiempo han invadido todos los campos de la actividad periodística, comercializándola en extremo.

(2) Bernard A. Weisberger. Evolución del periodismo. Editorial Letras, México, 1966. p. 209-210.

(3) Bernard A. Weisberger. op. cit. p. 211.

Las fuentes de información han desarrollado mecanismos propios para el procesamiento de materiales con destino a la prensa, adecuando, por medios, en algunos casos científicos y en otros empíricos, el mensaje en su forma y contenido, a los intereses de la misma fuente.

Hoy día son pocas las instituciones industriales, comerciales, políticas, deportivas, sindicales, etc., que no tengan oficinas de prensa o que no se asesoren de publicistas y relacionistas para proyectarse públicamente en el mercado de consumo de bienes materiales, de ideas y de opiniones.⁴

Cabe hacer la aclaración que en la actualidad, los especialistas comentan de la existencia diferencias sustanciales entre los conceptos de publicidad y propaganda, que en el primero esta el objetivo de hacer llegar los mensajes al receptor bajo un interés meramente comercial, mientras que en la propaganda esta la intención de incidir en un receptor pero de manera ideológica; esta afirmación se hace porque en el siglo pasado, de acuerdo a diferentes autores, no se vislumbraba esta diferenciación y fue gracias al avance de la ciencia como se formaron estos conceptos.

Sin embargo, la tradicional técnica del aviso directo de un objeto publicitario ha cambiado, invade cada vez más el terreno de la noticia. Se disfraza de ella en las entrevistas y reportajes acerca de nuevas maquinarias fabriles, inauguraciones de negocios o como en el caso de propaganda de un médico por medio de entrevistas sobre su especialidad.

No es fácil demarcar en un mensaje lo propagandístico y lo noticioso. Pero es muy notorio para el simple observador, cuando una noticia aparente (ya sea por la frecuencia de las entrevistas al mismo individuo o reportajes a la misma fábrica; ya por el tono y estilo de las preguntas) es también propaganda.⁵

(4) Raúl Rivadeneira Prada. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la Comunicación. Editorial Trillas, México, 1996, p. 82-83.

(5) Raúl Rivadeneira Prada, op.cit., p. 83.

Con acciones como estas, y al paso de los años, las Ciencias de la Comunicación han perfeccionado a través del método científico técnicas de persuasión a sus auditorios. El surgimiento científico de la publicidad y la propaganda han logrado objetivos que hace algunos años eran inalcanzables como la venta de refrescos Coca Cola en el caso de la publicidad y las grandes campañas políticas en el caso de la propaganda, por sólo mencionar un ejemplo de ambas.

En el caso que nos ocupa por ahora, las Direcciones de Comunicación Social, desde sus orígenes a nivel internacional, han utilizado a la propaganda principalmente para difundir ideas políticas y sucesos de interés para el propio emisor y bajo condiciones de presión, subvenciones y canonjías para los intermediarios mejor conocidos como medios de comunicación. El caso mexicano no es la excepción.

1.2 ANTECEDENTE HISTÓRICO NACIONAL

Tan sólo como marco referencial, es necesario comentar que respecto al origen de las oficinas de prensa en nuestro país no existe coincidencia en las fechas; sin embargo, iniciaremos nuestro estudio a partir de la historia de los voceros de los gobiernos surgidos del partido en el poder.

En la época de Maximiliano, su cortesano Olliver Rességuier, en 1885 planeó la creación de un Gabinete Mexicano de Prensa;⁶ no obstante el proyecto no se pudo llevar a cabo por la represión social y el control político que imperaba.

Bajo el período de Maximiliano, si bien se garantizó en principio la libertad de prensa, hubo precisas limitaciones, como la prohibición de criticar a la familia real, al gobierno y a la iglesia, llamar a la rebelión o propagar noticias falsas. Bajo su regencia surgió una serie de periódicos de oposición, entre otros *La Orquesta*, que apareció dos veces a la semana y era liberal y humorístico. En esa época

6) Rafael, Rodríguez Castañeda. "El gobierno compra silencio o halago y la prensa se somete" en Proceso N° 586 del 25 de enero de 1988, p. 8.

algunas publicaciones en francés también adquirieron importancia política. A principios de los sesenta del siglo pasado el diario *El Cronista de México* alcanzó la mayor difusión con ocho mil ejemplares.⁷

En los tiempos de Benito Juárez surgieron portavoces de la opinión pública, que bien pudieron haber sido los primeros comunicadores sociales. La comunidad intelectual fue la primera en sentir una oportunidad para expresar las ideas juaristas a cambio de canonjías de todo tipo. Ejemplo de ello fueron Francisco Zarco, Manuel Altamirano y Guillermo Prieto.

El antidoto de la prensa opositora fomentado ampliamente por Juárez y Lerdo consistía en la prensa subvencionada por el Estado y favoreció a los escritores adictos, al paso que organizó el vacío oficial en torno a los disidentes. Al mismo tiempo la prensa disfrutó de libertades, se impulsó el sistema educativo, los periódicos aumentaron el número de sus lectores. Cabe señalar que los periódicos obreros surgidos pugnar por mejoras sociales y se introdujo el seguro de jubilación.⁸

La libertad de expresión otorgada por el gobierno de Juárez permitió que la opinión pública expresara sus ideas respecto del gobierno y esto daba la pauta para que la prensa y los intelectuales juaristas trabajaran a favor del Ejecutivo. Con esta política, en corto tiempo muchos intelectuales se convirtieron en empresarios editoriales encargados de orientar a la opinión pública en forma benévola.

En la época de Porfirio Díaz, Rafael Sánchez Spíndola, desde las columnas de *El Imparcial*, del que era director, transmitía el pensamiento y las tesis del gobierno.

Financiando *El imparcial* con dinero del entonces Secretario de Hacienda, José Inés Limantour, quien fue uno de los políticos más influyentes en el porfiriato. Frente a este primer periódico de masas, la prensa de opinión

(7) Karim Bohman, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, Alianza Editorial, México, 1986, p. 62.

(8) Karim Bohman, op.cit p. 63, 67.

crítica quedó marginada. *El imparcial* —que apareció hasta 1914— puede ser considerado como un precursor de la actual prensa. El poderoso apoyo del estado a la prensa — que exigía un periodismo benévolo— constituye hasta nuestros días una característica esencial de la prensa mexicana. Con el progreso tecnológico se dieron por primera vez las condiciones para un amplio control de la opinión pública.⁹

En 1928, durante la presidencia de Plutarco Elías Calles, se creó la Secretaría de Propaganda y Publicidad, encargada, entre otras cosas de difundir y propagar la convocatoria para la convención que dio surgimiento al Partido Nacional Revolucionario PNR¹⁰ actualmente Partido Revolucionario Institucional PRI.

La mencionada Secretaría aplicó técnicas de publicidad y propaganda sobre el electorado y sobre los medios de comunicación, principalmente en la prensa y con ello fortaleció los objetivos del partido y logró llevar a sus candidatos al gobierno. Una vez en el poder, instrumentaron en las dependencias públicas las incipientes Oficinas de Comunicación Social, las cuales imitarían las acciones, técnicas y procedimientos de persuasión hacia sus diferentes auditorios.

Para 1929, con la fundación formal del PNR, se designó dentro del partido al primer secretario de prensa, Melchor Ortega, quien aplicaría una política estatal de comunicación social. Creó el diario *El Nacional Revolucionario* el cual adoptó más tarde el nombre de *El Nacional*.¹¹

Con la llegada de Miguel Alemán a la presidencia (1946-1952), la prensa, la radio y la televisión se convirtieron en los canales de difusión oficial, provocando un matrimonio entre los empresarios de los medios y el gobierno.

Los instrumentos de control de información se fortalecen con la

(9) Idem.

(10) Ramón, Ríos Alvarado. Las oficinas de prensa como alternativa para el periodista. Tesis de Licenciatura. Escuela Carlos Septién García. México 1988, p. 18.

(11) Karim Bohman. op.cit. p. 72.

llegada de los electrónicos y esto originó, entre otras cosas, la transformación de las Oficinas de Prensa en Direcciones Generales de Comunicación Social. La modificación no sólo fue en el nombre, sino en las estructuras del gobierno, las cuales abrieron su campo de acción conjuntando áreas de prensa, relaciones públicas, análisis y de electrónicos, las cuales, debidamente engranadas, actualmente se denominan Direcciones de Comunicación Social

1.3 LAS DIRECCIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ACTUALIDAD

El afán de mantener el control político y económico en las sociedades ha generado la profesionalización de actividades relacionadas con el análisis de la información que emiten los medios de comunicación masiva.

La información difundida por los medios de comunicación recorre diferentes procesos para informar veraz y oportunamente a los funcionarios de la institución, los cuales analizan las reacciones que tiene la sociedad ante una política determinada.

Si tomamos como válida la afirmación anterior, apreciamos cómo el campo de acción de la comunicación social comprende para su ejercicio de la participación de tres actores, el primero es el gobierno, que al establecer acciones concretas sobre sus gobernados requiere hacer llegar su información a la sociedad.

El segundo actor lo representan los medios de comunicación, a través de los cuales se hará llegar la información. El tercer participante es la sociedad, que en sentido contrario hace llegar al gobierno su opinión a través de los medios.

El hecho de requerir de actores necesarios como medios y sociedad para el ejercicio de la Comunicación Social, genera a los titulares de estas Direcciones realizar funciones vitales para el desarrollo del Estado mexicano, una de ellas es cuidar la imagen de la institución. Dicha imagen se puede sobrevaluar o

devaluar con base en la estabilidad informativa que se logre entre la institución y la sociedad, teniendo como enlace de ambos a los medios de comunicación.

Para lograr una definición integral de lo que son las funciones de las Direcciones de Comunicación Social, acudimos a la opinión de algunos expertos.

Respecto a la imagen institucional, una de las actividades en que trabajan constantemente estas Direcciones, Leopoldo Borrás, catedrático universitario, describe su definición acerca de las Direcciones de Comunicación Social, tomando como referencia a la imagen institucional: "Las oficinas de comunicación social se definen como todas aquellas entidades productivas que tienen como fin resguardar la imagen de una empresa y/o institución ante la sociedad para la cual trabajan".¹²

Como comentamos en párrafos anteriores, las Direcciones de Comunicación Social integran áreas de trabajo relacionadas con imagen, análisis, relaciones públicas y área de electrónicos, veamos cómo diferentes especialistas dan sus definiciones de acuerdo a su propia experiencia, pero todos hacen referencia a las funciones actuales de estas Direcciones.

Las Direcciones de Comunicación Social que en otros tiempos se denominaron Oficinas de Prensa, tienen por objeto según Raúl Rivadeneira Prada, "procesar los datos de la fuente con un criterio periodístico para distribuir los mensajes entre los medios de comunicación de masas. Lo hacen ordinariamente a través de boletines de prensa, comunicados escritos, declaraciones verbales y organización de conferencias de prensa."¹³

Como puede apreciarse en la definición anterior, aparecen conceptos como "procesamiento de datos" y "distribución de mensajes" los cuales pertenecen al área de análisis y se

(12) Raúl, Rivadeneira Prada. op.cit, p. 83.

(13) Leopoldo, Borrás Sánchez. *Entrevista realizada en la FCPyS-UNAM*. México D.F. 6-10-98 catedrático de la UNAM y funcionario público.

identifican con otras de las funciones que realizan las Direcciones de Comunicación Social.

Por su parte, Arnulfo Domínguez Cordero afirma que "las Oficinas de Prensa son las encargadas de generar el círculo de comunicación entre las dependencias y la sociedad respecto de su quehacer cotidiano".¹⁴

Podemos apreciar que los elementos que se han señalado hasta el momento en cuanto a la descripción de las funciones en las Direcciones de Comunicación Social corresponden a sus actividades, pero es Domínguez Cordero es quien ya plantea a estas entidades dentro de un círculo de comunicación entre la sociedad y el gobierno.

Eloy Caloca, otro especialista en la materia, establece que "las Direcciones o Coordinaciones de Comunicación Social, a través de las técnicas de difusión y relaciones públicas, son las encargadas de informar a la sociedad todos aquellos programas y servicios que el gobierno presta a sus gobernados".¹⁵

Hasta el momento hemos detectado conceptos como imagen institucional, recepción y procesamiento de datos, la aplicación de técnicas de difusión y relaciones públicas. Veamos como Magdalena Macías concatena estos aspectos en su definición.

En el ámbito periodístico se denominan oficinas de prensa a los órganos de vinculación, información y difusión entre los integrantes de las dependencias y de éstos hacia su entorno. Las oficinas de prensa constituyen como medios de difusión la estructura comunicativa de las organizaciones sociales y responden a la estrategia de comunicación social de la dependencia, de acuerdo con los objetivos de información de su quehacer, determinados por los titulares de las mismas. El objetivo de las Oficinas de Prensa es

(14) Arnulfo, Domínguez Cordero. *Entrevista realizada en México D.F. 23-01-99*, Gerente de Prensa y Relaciones Públicas del S.T.C. Metro.

(15) Eloy, Caloca Carrasco. *Periodismo y comunicación*. Editorial Material Didáctico, México, 1990. p. 86.

ganar la confianza del público para la causa del emisor de información, ya sea como entidad pública o privada; con el fin de que la información que se vierta a través de ellas sea trascendental para el receptor y a la vez contribuya al crecimiento y desarrollo de la institución.¹⁶

La definición anterior permite interrelacionar los elementos expresados por los especialistas que aquí han vertido sus opiniones; sin embargo, Jorge Parra da otro contexto a la definición de las Direcciones de Comunicación Social:

El sistema de información gubernamental reflejado en las Direcciones de Comunicación Social se puede identificar o entender como el generador de una información verídica, oportuna y útil para la opinión pública, cuyos --- propósitos son: crear, mantener y desarrollar la legitimidad de ejercicio del poder político a través de la difusión de contenidos acordes con los valores e imágenes inculcadas por los medios en los grupos y clases sociales, a la vez que cumplir con la prescripción constitucional del derecho a la información.¹⁷

La recopilación de conceptos permite conocer los elementos que han conformado, al paso del tiempo, tanto las definiciones como las funciones de una Dirección de Comunicación Social, la cual tiene su antecedente inmediato en las Oficinas de Prensa, y que al ir especializando su trabajo se convirtieron en Direcciones de Comunicación Social.

La Direcciones de Comunicación Social, en mi perspectiva personal, son los voceros del Estado, se encargan de manejar la imagen institucional de tal forma que sean recibidos la totalidad de sus mensajes por la sociedad a través de los medios y que para lograr su objetivo, tienen al interior de su infraestructura, áreas de recepción, análisis y difusión de la información,

(16) Ma. Magdalena, Macías Macías. Creación de una Unidad de Comunicación Social dentro de una institución educativa. Tesis de Licenciatura FES-ZARAGOZA. México 1997. p. 5.

(17) Jorge, Parra Hernández. Comunicación Social: una experiencia práctica. Tesis de Licenciatura. FCP y S. UNAM, México 1997. p. 39.

relaciones públicas, prensa y electrónicos, áreas que de manera conjunta, permiten a los funcionarios institucionales medir la aceptación de las políticas instrumentadas; así como apoyar con su quehacer a la toma de decisiones.

La importancia de estas entidades reside en mantener la legitimidad del poder, que la sociedad reciba satisfactoriamente las decisiones que se tomen o por lo menos que no existan movimientos sociales que alteren el dinamismo del ejercicio del poder político. Las Direcciones de Comunicación Social al paso del tiempo se han hecho de herramientas profesionales que permiten pulsar a la opinión pública sobre acciones tomadas por las instituciones y con la ayuda de los medios de comunicación, reciclan su información de tal forma que permanentemente están evaluando la aceptación o no de las políticas establecidas. Asimismo, coadyuvan a la toma de decisiones y fortalecen la estructura del Estado mexicano para mantener la cohesión social sin alteraciones de consideración.

CAPÍTULO II

2.- EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

La importancia del IFE en la última década del milenio es innegable, ha permitido avanzar hacia la democracia a través de la organización de dos procesos electorales presidenciales, respetando a la sociedad en el sufragio y sin tener conflictos poselectorales considerables. Esto, entre muchos otros factores, han determinado que las decisiones tomadas al interior del Instituto no hayan sido rebatidas por el Congreso, por el contrario, han sido reconocidas por el propio Tribunal Federal Electoral y por los partidos políticos.

Los instrumentos adquiridos en estos años para lograr resultados como el de tener un presidente electo de oposición, habla de la fortaleza con que cuenta la institución, por ello, en el presente apartado se describe cómo esta integrado el Instituto, su quehacer cotidiano y el impacto en nuestra vida nacional.

Es de vital importancia mostrar a ustedes una radiografía meticulosa de las funciones y atribuciones encomendadas por la Federación al IFE; en especial por el momento de elecciones que vivimos y ante ello, el presente describe aquellos elementos de dirección, ejecutivos y de vigilancia que dieron origen a esta institución.

Cabe hacer la aclaración que este capítulo en especial fue tomado en su totalidad de los archivos del Consejo General y que por la confidencialidad de los mismos, carecen de respaldo hemerográfico y/o bibliográfico.

Retomando el caso que nos ocupa en esta tesina, la información vertida en este capítulo servirá como refuerzo para entender la importancia de la comunicación interna dada la magnitud nacional del Instituto y su incidencia electoral en todo el país.

Una vez hecha esta aclaración, se procederá a describir los fines y las estructuras con que cuenta el IFE.

2.1 CREACIÓN Y EVOLUCIÓN

Las reformas a la Constitución General de la República aprobadas en 1989 y la expedición del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) en agosto de 1990, permitieron conformar el marco normativo que dio lugar a la creación del Instituto Federal Electoral el 11 de octubre de 1990.

En la nueva legislación se precisó la naturaleza jurídica de la función electoral, puntualizándose que la organización de las elecciones federales sería una función del Estado que se ejercería por los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión, a través de un organismo público dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, que sería autoridad en la materia, profesional en su desempeño y autónomo en sus decisiones: el Instituto Federal Electoral (IFE).

A diferencia de los organismos que la precedieron - sólo funcionaban durante los procesos electorales - el Instituto Federal Electoral se constituyó como una institución de carácter permanente.

Para su conformación y operación se delimitaron claramente las atribuciones de los órganos de dirección (integrados en forma colegiada bajo la figura de Consejeros de los Poderes Ejecutivo y Legislativo de la Unión, consejeros ciudadanos y los partidos políticos), de los órganos ejecutivos y técnicos (integrados por miembros del Servicio Profesional Electoral, bajo la figura de Juntas Ejecutivas) y de los órganos de vigilancia con atribuciones exclusivas en el ámbito del registro de electores (integrados con representación preponderante y paritaria de los partidos políticos, bajo la figura de Comisiones).

En otras palabras, esta estructura originó la profesionalización de los procesos electorales, creando al interior del IFE, una especie de poderes de la Unión que regularían

consensadamente las elecciones federales, esto en el foro electoral más importante del país, el Consejo General.

Así, el Instituto Federal Electoral asumió de manera integral la responsabilidad de organizar las elecciones federales, a través de funciones tales como las relativas a la integración, actualización y depuración del padrón electoral; los derechos y prerrogativas de los partidos políticos; la preparación y desarrollo de la jornada electoral; el cómputo de resultados, otorgamiento de constancias; así como la capacitación y educación cívica electoral, entre las más importantes.

Entre otras de las innovaciones introducidas por la reforma electoral referida, se instituyó la profesionalización del personal encargado de prestar el servicio público electoral, a partir de reglas de reclutamiento, selección y actualización, así como de condiciones de inamovilidad orientadas a fortalecer la imparcialidad en el cumplimiento de sus responsabilidades.

De igual manera, se establecieron recursos y mecanismos para reforzar el control sobre la legalidad de los actos y resoluciones de los organismos electorales. Para la interposición de dichos recursos y dependiendo del acto o resolución impugnada, los partidos políticos y los ciudadanos podrían acudir a los órganos colegiados del propio Instituto o al Tribunal Federal Electoral, órgano encargado de impartir justicia en las controversias que se sometieran a su consideración.

En septiembre de 1993, el Congreso de la Unión aprobó una nueva reforma electoral que, entre otros cambios e innovaciones significativas, introdujo modificaciones en la composición de los órganos del IFE y sus atribuciones relacionadas con:

- La regulación del financiamiento de los partidos políticos y el establecimiento de topes a los gastos de campaña electoral para diputados, senadores, representantes a la Asamblea del Distrito Federal y Presidente de la República.
- La difusión de resultados electorales preliminares a partir del

día de la jornada electoral.

- Su competencia para llevar a cabo la declaración de validez y expedición de constancias para las elecciones de diputados, senadores y representantes ante la Asamblea del Distrito Federal, con la cual se suprimió la autocalificación de los colegios electorales integrados en cada caso con presuntos candidatos electos.

Por último, entre marzo y mayo de 1994, se efectuó una nueva reforma electoral, que comprendió al artículo 41 constitucional y a un total de 31 artículos del COFIPE.

De esta reforma destacan tres aspectos:

- 1- El hecho de que la función estatal de organizar las elecciones deja de ser atribuida a los Poderes Ejecutivo y Legislativo, correspondiendo ahora esa función directamente al Instituto Federal Electoral en su carácter de organismo autónomo, y señalándose que en su integración concurren los Poderes Legislativo y Ejecutivo, los partidos políticos y los ciudadanos.
- 2- Se refuerza el carácter autónomo del Instituto Federal Electoral, al añadirse a sus principios rectores el de independencia.
- 3- Se fortalece la imparcialidad de la autoridad electoral, mediante la "ciudadanización" de sus órganos decisorios, al sustituirse en el Consejo General la figura de consejeros magistrados (electos por la Cámara de Diputados a propuesta del Presidente de la República y siendo requisito obligatorio ser Licenciado en Derecho) por la figura de consejeros ciudadanos (propuestos y votados por los grupos parlamentarios de la misma Cámara, sin ser requisito obligatorio ser Licenciado en Derecho) y eliminarse en estos órganos el voto de los representantes de los partidos políticos, que ahora solo participan con voz, después de 48 años en que formaron parte de la entidad electoral con facultades de decisión.

En suma, a la luz de las consideraciones anteriores es posible señalar que la organización, desarrollo y calificación de las elecciones federales de agosto de 1994, tuvieron una organización institucional profesional e imparcial.

2.2 PRINCIPIOS RECTORES DEL INSTITUTO

A efecto de asegurar el debido cumplimiento de sus fines, la legislación reglamentaria en la materia prescribe que todos los órganos y autoridades del Instituto Federal Electoral se rijan por cinco principios rectores:

- a) **Legalidad** Implica que en todo momento y bajo cualquier circunstancia, para el ejercicio de las atribuciones y el desempeño de las funciones que tiene encomendadas el Instituto Federal Electoral, se deben observar escrupulosamente el mandato constitucional que las delimita y las disposiciones legales que las reglamentan.
- b) **Imparcialidad.** Significa que en la realización de sus actividades, todos los integrantes del Instituto Federal Electoral deben brindar trato igual a los distintos partidos políticos y a los candidatos, excluyendo privilegios y, en general, conduciéndose con desinterés en el marco de la competencia electoral.
- c) **Objetividad.** Implica un quehacer institucional y personal fundado en el reconocimiento global, coherente y razonado de la realidad sobre la que se actúa y, consecuentemente, la obligación de interpretar y asumir los hechos por encima de visiones y opiniones parciales o unilaterales.
- d) **Certeza.** Quiere decir que los procedimientos sean completamente verificables, fidedignos y confiables de tal modo que se ofrezca certidumbre, seguridad y garantías a los ciudadanos y partidos sobre la actuación honesta de la autoridad electoral y sus servidores.
- e) **Independencia.** Significa conducir todos los actos de la autoridad electoral atendiendo permanentemente a la autonomía del Instituto.

2.3 FINES DEL INSTITUTO

El conjunto de atribuciones y funciones que la legislación reglamentaria le encomienda al Instituto Federal Electoral, apunta al cabal y oportuno cumplimiento de los siguientes fines:

- a) Contribuir al desarrollo de la vida democrática.

- b) Preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos.
- c) Integrar el Registro Federal de Electores.
- d) Asegurar a los ciudadanos el ejercicio de sus derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones.
- e) Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión.
- f) Velar por la autenticidad y efectividad del sufragio.
- g) Coadyuvar en la promoción y difusión de la cultura política.

2.4 ESTRUCTURA Y FUNCIONES

En el apartado 2.1, "*Creación y Funciones del Instituto*", afirmamos que para profesionalizar los procesos electorales y consensar los resultados, el IFE creó una estructura que regula su acción y que metafóricamente equivaldría a los poderes de la Unión, pues bien, esos órganos colegiados que integran el IFE están divididos.

De esta forma, en la estructura orgánica del Instituto Federal Electoral existen tres tipos de órganos diferenciados:

- De Dirección
- Ejecutivos y Técnicos
- De vigilancia

Cada uno de ellos cuenta con órganos centrales y con órganos desconcentrados a nivel estatal y distrital que le permiten al Instituto Federal Electoral operar en todo el territorio nacional.

2.4.1 ÓRGANOS DE DIRECCIÓN

De manera genérica, son los responsables de velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en la materia, así como de fijar los lineamientos y emitir las resoluciones en todos los ámbitos de competencia del

Instituto Federal Electoral.

El órgano superior de dirección del Instituto Federal Electoral es el Consejo General y los órganos desconcentrados de la misma naturaleza son los 32 Consejos Locales (uno en cada entidad federativa) y los 300 Consejos Distritales (uno en cada distrito electoral uninominal en que se divide el territorio nacional).

A diferencia del Consejo General, que es un órgano permanente; los Consejos Locales y Distritales se instalan y sesionan únicamente durante los periodos electorales.

Es importante destacar que todos los Consejos son órganos electorales en los que participan representantes tanto de los partidos políticos nacionales como de la ciudadanía, en los términos y modalidades que dispone la propia ley.

EL CONSEJO GENERAL

Es el órgano superior de dirección de todo el Instituto, que dicta las resoluciones y los lineamientos que el IFE habrá de seguir. Está integrado de la siguiente manera.

- Un consejero del Poder Ejecutivo (el Secretario de Gobernación), quien lo presidió hasta 1998.
- Cuatro consejeros del Poder Legislativo (un diputado y un senador propuestos en cada Cámara por el grupo parlamentario de la mayoría; y un diputado y un senador propuestos por el grupo parlamentario de la primera minoría de cada Cámara).
- Seis consejeros ciudadanos, electos por lo menos con el voto de las dos terceras partes de la Cámara de Diputados, a propuesta de los grupos parlamentarios.
- Un representante designado por cada uno de los partidos políticos nacionales, con derecho de voz pero sin voto.

Asimismo, es pertinente mencionar que la legislación reglamentaria prevé que el Director General y el Secretario

General del Instituto Federal Electoral asistan a las sesiones del Consejo General con derecho a voz pero sin voto. Se precisa que la Secretaría del Consejo General este a cargo del Secretario General del Instituto.

Actualmente, el Consejo General se integra con 11 miembros con derecho a voz y voto (seis consejeros ciudadanos, cuatro consejeros del Poder Legislativo y el Presidente del Consejo General), así como con nueve representantes partidistas que tienen derecho a voz, pero no a voto.

Si se considera únicamente a los once integrantes del Consejo General con derecho a voz y voto, la representación de los consejeros ciudadanos equivale al 54%; la del Poder Legislativo al 36.4%; y la del Poder Ejecutivo a sólo el 9.1% restante (ver gráfica 1).

Entre las atribuciones del Consejo General destacan:

- Designar al Director General, al Secretario General y a los Directores Ejecutivos del Instituto por el voto de las dos terceras partes de sus miembros;
- Resolver el otorgamiento del registro a los partidos políticos, así como la pérdida del mismo;
- Vigilar que las actividades de los partidos políticos nacionales se desarrollen con apego a la ley y cumplan con las obligaciones a que están sujetos;
- Registrar las candidaturas a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos;
- Registrar las listas regionales de candidatos a diputados de representación proporcional;
- Determinar el tope máximo de gastos de campaña que pueden erogar los partidos políticos en la elección de Presidente de la República, así como los valores que se tomen en cuenta para fijar el tope máximo en la elección para diputados de mayoría relativa y de senadores;
- Efectuar el cómputo total de la elección de diputados por el principio de representación proporcional a fin de hacer la

declaración de validez y otorgar las constancias correspondientes;

- Conocer los informes trimestrales y anual, que la Junta General Ejecutiva rinda por conducto del Director General.

CONSEJOS LOCALES

Son órganos constituidos temporalmente en cada de una de las entidades federativas para asegurar el puntual cumplimiento de las disposiciones legales en la materia, así como de los acuerdos y resoluciones de los órganos electorales superiores, en su respectivo ámbito especial de competencia.

Los Consejos Locales se integran por:

- Dos miembros de las Juntas Locales Ejecutivas respectivas (el Vocal Ejecutivo, con derecho a voz y voto; y el Vocal Secretario, con derecho sólo a voz).
- Seis consejeros ciudadanos con derecho a voz y voto nombrados por el Consejo General a propuesta de la Junta General Ejecutiva.
- Un representante por cada uno de los partidos políticos nacionales, (con derecho a voz pero sin voto).

Los Vocales de Organización Electoral, del Registro Federal de Electores y de Capacitación Electoral y Educación Cívica de cada Junta Local pueden concurrir a las sesiones con voz pero sin voto.

Si se consideran las cifras agregadas de los miembros con derecho a voz y voto, correspondientes a cada uno de los 32 Consejos Locales, se tiene que la representación de los consejeros ciudadanos asciende al 86%, y la de los funcionarios de la Junta Local Ejecutiva al 14% del total.

Cabe señalar que la reforma de 1993 a la legislación electoral le confiere a los 32 Consejos Locales la atribución de realizar las

declaraciones de validez de las elecciones de senadores, así como de expedir las constancias correspondientes de mayoría y de asignación a la primera minoría; en tanto que la reforma 1994 fortaleció las funciones de estos órganos de dirección, asignándoles atribuciones que anteriormente correspondían a la Juntas Locales, particularmente la determinación de los topes de campaña correspondientes a las elecciones de senadores y la acreditación de los observadores electorales nacionales.

CONSEJOS DISTRITALES

Son los órganos de dirección que se constituyen sólo en periodos de proceso electoral en cada uno de los 300 distritos, con el objeto de asegurar el puntual cumplimiento de las disposiciones electorales, los acuerdos y resoluciones de los órganos electorales, y resoluciones de los órganos electorales superiores en su respectivo ámbito especial de competencia.

Los Consejos Distritales se integran de la siguiente forma:

- Dos miembros de las Juntas Distritales Ejecutivas respectivas (el Vocal Ejecutivo, con derecho a voz y voto y el Vocal Secretario sólo con derecho a voz).
- Seis consejeros ciudadanos (con derecho a voz y voto) nombrados por el Consejo Local respectivo a propuesta de la Junta Local Ejecutiva.
- Un representante por cada uno de los partidos políticos nacionales (con derecho a voz, pero sin voto).

Los vocales de organización electoral, del Registro Federal de Electores y de capacitación electoral y educación cívica de cada Junta Distrital concurrirán a las sesiones con voz pero sin voto.

En este sentido, si se consideran las cifras agregadas de los miembros con derecho a voz y voto en cada uno de los 300 Consejos Distritales, se tiene que la representación de los

consejeros ciudadanos equivale al 86% y de la Junta Distrital Ejecutiva al 14% del total.

Con motivo de la reforma al COFIPE de 1993, se adicionó a los Consejeros Distritales la atribución de realizar la declaración de validez de las elecciones de diputados de mayoría y validez correspondientes. Asimismo, como sucedió con los Consejos Locales, la reforma de 1994 fortaleció las funciones de los Consejos Distritales, asignándoles atribuciones que anteriormente a las Juntas Distritales Ejecutivas, particularmente la determinación de los topes de campaña correspondientes a las elecciones de diputados de mayoría y la acreditación de los observadores electorales nacionales.

2.4.2 ÓRGANOS EJECUTIVOS Y TÉCNICOS

Son los órganos permanentes responsables de ejecutar todas las tareas técnicas y administrativas requeridas para el adecuado desarrollo de los procesos electorales, las cuales emprenden con personal profesional permanente y remunerado.

El órgano central en este ámbito es la Junta General Ejecutiva, que preside el Director General del IFE. Los órganos desconcentrados son las 32 Juntas Locales Ejecutivas (una por entidad federativa), y 300 Juntas Distritales Ejecutivas (una por cada distrito electoral), las cuales pueden contar con oficinas municipales.

Todas las Juntas se integran con personal calificado y permanente que es seleccionado, capacitado y actualizado a través del Servicio Profesional Electoral, con base en el Estatuto que lo rige.

Junta General Ejecutiva

Es el órgano ejecutivo y técnico de mayor jerarquía del Instituto, encargado de instrumentar las resoluciones dictadas por el Consejo General y de fijar las políticas generales, los programas y los procedimientos que rigen a los órganos técnicos del IFE.

La Junta General Ejecutiva está integrada por:

- El Director General, quien la preside.
- El Secretario General.
- Los Directores Ejecutivos de:
 - Registro Federal de Electores
 - Prerrogativas y Partidos Políticos
 - Organización Electoral
 - Servicio Profesional Electoral
 - Capacitación Electoral y Educación Cívica
 - Administración

Director General. Preside y coordina la Junta General Ejecutiva, conduce la administración y supervisa el desarrollo adecuado de las actividades de los órganos ejecutivos y técnicos del Instituto. El Director General es designado por el Consejo General a propuesta de su Presidente y con el voto de dos terceras partes de sus miembros. Dura en el cargo ocho años.

Secretario General. Suple en sus funciones las ausencias temporales del Director General; funge como Secretario de la Junta General Ejecutiva; recibe los informes de los órganos desconcentrados del Instituto; expide las certificaciones que se requieran y sustancia los recursos que deben ser resueltos por la Junta. El Secretario General es designado por el voto de las dos terceras partes de los miembros del Consejo General a propuesta del Director General del Instituto. Dura en el cargo ocho años.

Los Directores Ejecutivos. Son designados también por el voto de las dos terceras partes de los miembros del Consejo General a propuesta del Director General del instituto. Dentro de las atribuciones que la ley les señala, se encuentran:

Director Ejecutivo del Registro Federal de Electores. Forma el Catálogo General de Electores; forma, revisa y actualiza el

Padrón Electoral; expide la Credencial para Votar; proporciona las Listas Nominales de Electores a los órganos competentes del Instituto y a los partidos políticos nacionales; preside la Comisión Nacional de Vigilancia; formula el proyecto de división del territorio nacional en distritos electorales uninominales y circunscripciones plurinominales; y mantiene actualizada la cartografía electoral.

Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos.

Conoce de las notificaciones que formulen las organizaciones que pretendan constituirse como partido político; recibe solicitudes de registro e inscribe en el libro respectivo el registro de los partidos políticos, de los convenios de fusión, frentes y coaliciones; ministra el financiamiento público a que tienen derecho los partidos políticos nacionales; realiza los trámites de obtención de franquicias postales y telegráficas de los partidos políticos, y apoya las gestiones en materia fiscal y en la contratación de tiempos en radio y televisión; preside la Comisión de Radiodifusión; registra a los integrantes de los órganos directivos de los partidos políticos y representantes, así como a sus candidatos de elección popular; y actúa como secretario técnico de la comisión de consejeros que revisa los informes de los partidos políticos sobre el origen y destino de sus recursos.

Director Ejecutivo de Organización Electoral. Apoya la integración, instalación y funcionamiento de las Juntas Ejecutivas Locales y Distritales; elabora y provee lo necesario para la impresión y distribución de la documentación electoral autorizada; recaba de los Consejos Locales y Distritales, copias de las actas de sus sesiones y documentos relacionados con el proceso electoral; y lleva las estadísticas de las elecciones federales.

Director Ejecutivo del Servicio Profesional Electoral. Formula el anteproyecto de Estatuto que regirá a los integrantes del Servicio Profesional Electoral; cumple y hace cumplir las normas y procedimientos del Servicio Profesional Electoral; y

lleva a cabo los programas de reclutamiento, selección, formación y desarrolla del personal profesional.

Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica. Elabora y propone los programas de educación cívica y capacitación electoral que desarrollan las Juntas Locales y Distritales, así como coordina y vigila a éstas; prepara el material didáctico e instructivos electorales; orienta a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales; y realiza las acciones necesarias para exhortar a la ciudadanía a inscribirse en el Registro Federal de Electores y ejercer el derecho al voto.

Director Ejecutivo de Administración. Aplica las políticas, normas y procedimientos para la administración de los recursos financieros y materiales del Instituto, así como organiza, dirige y controla la administración de éstos; formula el anteproyecto anual del presupuesto del Instituto; establece y opera los sistemas administrativos para el ejercicio y control presupuestales; elabora el proyecto de manual de organización y el Catálogo de cargos y puestos del Instituto; y atiende las necesidades administrativas de los órganos del Instituto.

Juntas Locales Ejecutivas

Son órganos permanentes de ejecución de las acciones del Instituto en cada entidad federativa. Se integran por:

- El Vocal Ejecutivo, quien la preside;
- El Vocal Secretario;
- El Vocal de Organización Electoral;
- El Vocal de Registro Federal de Electores; y
- El Vocal del Capacitación Electoral y Educación Cívica

Sólo el Vocal Ejecutivo participa con voz y voto en el respectivo Consejo Local.

Juntas Distritales Ejecutivas

Las Juntas Distritales Ejecutivas son órganos permanentes que lleva a cabo las funciones técnicas del IFE. Se integran de la siguiente manera:

- El Vocal Ejecutivo, quien lo preside;
- El Vocal Secretario;
- El Vocal de Organización Electoral;
- El Vocal del Registro Federal de Electores; y
- El Vocal de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

Al igual que en las Juntas Local Ejecutivas, sólo el Vocal Ejecutivo conserva su representación con derecho a voz y voto en los respectivos Consejos Distritales.

2.4.3 ÓRGANOS DE VIGILANCIA

Son órganos colegiados que existen exclusiva y específicamente en el ámbito del Registro Federal de Electores para coadyuvar en los trabajos relativos a la integración, depuración y actualización del padrón electoral, así como a la expedición de la credencial para votar con fotografía, los cuales reciben el nombre de Comisiones de Vigilancia. Dichos órganos se integran mayoritaria y paritariamente por representantes de los partidos políticos; también participan en ellas funcionarios del propio Registro Federal de Electores.

Comisión Nacional de Vigilancia del Registro Federal de Electores

La Comisión Nacional de Vigilancia se integra por el Director Ejecutivo del Registro Federal de Electores, quien la preside; un representante del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (área técnica especializada del Ejecutivo Federal); un secretario designado por el Presidente de la Comisión (escogido de entre los miembros del Servicio Profesional Electoral con funciones en el área registral); y un representante por cada partido político nacional legalmente constituido y registrado.

Comisiones Locales y Distritales del Registro Federal de Electores

En congruencia con la estructura orgánica desconcentrada del IFE existe una Comisión Local de Vigilancia en cada Estado y en el Distrito Federal, así como una Comisión Distrital en cada uno de los 300 distritos uninominales.

En ambos niveles, las Comisiones de Vigilancia están presididas por el respectivo Vocal del Registro Federal de Electores, y se integran además por un representante de cada partido político nacional legalmente constituido y registrado.

Aquí concluye la descripción de la estructura con que cuenta el Instituto, sin embargo nos permite verificar que en su interior existen directrices ejecutivas, legislativas y hasta judiciales. Se convierte en una especie de Estado electoral mexicano con infraestructura autónoma de la Federación y que por consiguiente cuenta con los elementos, las decisiones y los soportes jurídicos para emitir un resultado respecto a un proceso electoral federal.

Esto impacta de manera directa en la sociedad porque hasta el momento en que se desarrolla este trabajo, no existe impugnación alguna de su desempeño y que da la certeza de que se están respetando las decisiones de los mexicanos que eligieron a quienes deberán gobernar este país en los próximos años.

No olvidemos que el IFE en su interior, cuenta con una Coordinación Nacional de Comunicación Social que también ha contribuido para el desarrollo del Instituto y que al ser el caso que por ahora nos ocupa, será motivo de relatar en el siguiente apartado sus peculiaridades.

CAPÍTULO III

3.- LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

La Coordinación Nacional nace con el Instituto Federal Electoral, ya que en las actas constitutivas de 1992, aparece como parte de su estructura.

Puede considerarse que de 1992 a 1994, la Coordinación fue fortaleciendo su estructura y procedimientos considerando la importancia del proceso electoral por venir. Lo que nos ocupa en esta ocasión es describir la estructura y funciones con que contaba la Coordinación seis años atrás, ya que esto le dio la base para enfrentar el proceso electoral del 2000 comparando sus modificaciones entre un proceso electoral y otro en materia de monitoreo de medios electrónicos.

Dentro de las actas constitutivas sobre la creación del IFE, se encuentra la creación de esta entidad y la define bajo los siguientes preceptos:

Para el estudio, planeación y despacho de los asuntos que le competen al Instituto, este cuenta en su interior con diversas unidades administrativas; sin embargo, para la resolución de los asuntos de comunicación social, el Instituto cuenta con la Coordinación Nacional de Comunicación Social, la cual se encuentra inscrita en línea directa con la oficina del titular del Instituto. Estructuralmente, esto le permite a esa Coordinación tener una movilidad más ágil y directa en cuanto a la toma de decisiones y aplicación de políticas y prácticas determinadas.

En otras palabras, la tarea de la Coordinación Nacional de Comunicación Social debe ser la de tender puentes de interlocución entre el Instituto y la población, así como planear la regionalización de la información, de tal forma que los procesos federales electorales que están implícitos en los programas de trabajo se cumplan cabalmente.

3.1 FUNCIONES DE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- 1.- Ejecutar y dirigir la política de comunicación social y relaciones públicas del Instituto de conformidad con las disposiciones que al respecto emita el propio Instituto.
- 2.- Normar, coordinar y orientar las actividades de difusión, comunicación y prensa de la dependencia.
- 3.- Preparar y organizar las giras del titular en lo que se refiere a los aspectos de comunicación.
- 4.- Normar la participación del Instituto en ferias, exposiciones, campañas y eventos de comunicación social.
- 5.- Planear, dirigir, ejecutar y evaluar las campañas de difusión nacional.
- 6.- Elaborar y distribuir diariamente a las demás unidades administrativas del Instituto, una síntesis informativa de los periódicos de mayor circulación.
- 7.- Mantener informados a los servidores públicos y unidades administrativas de la institución de los objetivos, programas y de actividades institucionales y de las corrientes de opinión que se generen en el país respecto de las mismas.
- 8.- Brindar apoyo a las unidades administrativas y del sector del área de comunicación, así como normar y coordinar las actividades que las mismas desempeñen en esta materia.
- 9.- Presidir el Comité de Publicaciones del Instituto y normar la formulación y edición de libros, folletos y demás material documental, de acuerdo con el programa editorial que apruebe el Consejo General.
- 10.- Realizar investigaciones urgentes de opinión pública que permitan conocer el efecto de las acciones del Instituto.

Con base en estas atribuciones, podemos afirmar que la Coordinación Nacional de Comunicación Social es la encargada de orientar a la opinión pública sobre las actividades, las bases o causas y/o efectos que persigue el IFE en su afán de servicio. Para lograrlo, la Coordinación cuenta con tres direcciones, la de Análisis, la de Difusión y la de Información. Los objetivos principales de estas direcciones consisten en captar, analizar y difundir la información noticiosa generada por los medios. Situación coincidente con las definiciones que hemos revisado entorno a las Direcciones de Comunicación Social.

Las atribuciones de la Coordinación nos permiten confirmar que la eficiencia y oportunidad en el desarrollo de las funciones y actividades de cualquier organización, descansa en buena medida de la claridad y fluidez de las comunicaciones que en ellas se establezcan para la transmisión de la información. Tan es así; y retoma tal importancia la comunicación que hemos comprobado que históricamente han proliferado las Direcciones de Comunicación Social gracias a la necesidad de controlar la información por parte del Estado mexicano; y después de haber revisado tesis y autores respecto a las atribuciones de las Direcciones de Comunicación Social (DCS) en diferentes dependencias, se pudo constatar que sus actividades y funciones son casi las mismas que anteriormente hemos señalado.

A continuación se describen las funciones de cada dirección, se enumera el personal adscrito y las actividades correspondientes a cada puesto.

3.2 DIRECCIÓN DE ANÁLISIS

La Dirección de Análisis es la entidad encargada de captar y procesar la información (de interés para el Instituto) que generan los medios de comunicación escrita y electrónica. Certifica su veracidad a través de la confirmación de la información con la fuente emisora y con base en un análisis de los datos contenidos en la información, se previene a los funcionarios titulares de las posibles inconsistencias que sobre

su desempeño tuvieron partidos políticos, gobierno federal y la propia opinión pública.

Dentro de sus funciones generales, se encuentran las de:

- Instrumentar políticas y procedimientos en materia de Comunicación Social que establezca la Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS)
- Mantener una permanente comunicación con las áreas de su competencia para captar la información que permita identificar las necesidades de comunicación social.
- Coordinar las acciones que permitan monitorear la información que emite la prensa electrónica y escrita, para proceder a la elaboración de documentos accesibles en su comprensión para los funcionarios de la Institución.

Como puede apreciarse, estas actividades obedecen al trabajo, llamémosle "intelectual" dentro de la CNCS, porque si bien hay áreas más operativas, ésta es la que genera las evaluaciones de cómo ha recibido la sociedad y el gobierno la información generada por el Instituto.

Para lograr este objetivo, existe un procedimiento que teóricamente fue desarrollado por Jaime Goded y que es asumido por la CNCS para lograr lo que Goded denominó puntos para la eficiencia de un mensaje en Comunicación Social. Recordemos que funcionalmente una Dirección de Comunicación Social, con base en sus necesidades, requiere de procedimientos mínimos para cumplir con sus objetivos, estos procedimientos son captación, análisis y difusión de información.

Sin embargo, bajo la premisa de que la calidad y eficiencia en el trabajo de las entidades se mide con base en la comunicación interna y externa, la CNCS adquirió los conceptos a continuación mencionados para fundamentar su quehacer dentro de la Institución, de tal forma que éstos son los parámetros para

establecer sus programas de trabajo

Estos elementos son:

- a) La determinación de las necesidades generales, particulares y específicas de comunicación social. Identificación de preferencias de acuerdo con el alcance relevancia y justificación de cada necesidad en especial. Definición descripción y clasificación de los campos en que se deberá comunicar y sobre todo, de los destinatarios de la comunicación.
- b) Planteamiento de los problemas fundamentales que deberán ser atendidos por el sistema de comunicación social, señalado con todo rigor qué se necesita, por qué y para qué se necesita.
- c) Análisis y desarrollo de la necesidad y el problema concretos. Elaboración del problema concreto que incluye el diseño y la planeación generales de la solución propuesta.
- d) Determinación, especificación y ordenamiento de los objetivos de la estrategia y las tácticas de comunicación social propuestas.
- e) Elaboración de los instrumentos de supervisión, calificación y evaluación de la acción sistemática de comunicación social concreta.
- f) Elección de los medios y métodos más adecuados para la concepción, elaboración y transmisión de los mensajes
- g) Diseño e integración de los elementos del sistema, de las distintas operaciones del proceso y de los procedimientos para su evaluación, precisión y rectificación.
- h) Elaboración de los prototipos de mensajes.
- i) Evaluación preliminar. Experimento.
- j) Edición y publicación de los mensajes.

k) Evaluación de la difusión. Evaluación de los efectos y consecuencias.

l) Informe.

m) Control de retroacción.

En otras palabras, la metodología propuesta por Goded y asumida por la CNCS le ha resultado productiva a la Institución para cumplir con sus objetivos, sin embargo, el teórico aclara que:

"Esencialmente, la política de comunicación social del gobierno está regida por las facultades y responsabilidades que el manejo jurídico atribuye a las entidades de la administración Pública Federal y sus distintos funcionarios. La Legislación establece el marco de lo que compete comunicar al gobierno; la Ley señala lo que el gobierno puede y debe decir a la sociedad en diversos órdenes (lo que el gobierno se comunica entre sí y para sí), lo que el gobierno se informa acerca de lo que el gobierno dice a las organizaciones sociales y económicas; lo que el gobierno dice de los ciudadanos.¹⁸

En mi apreciación personal, Goded, y por lo tanto la CNCS, asumen el papel histórico que las direcciones de comunicación social han desarrollado, el cual consisten en legitimar las acciones emprendidas por el estado a través del manejo de información hacia los medios y la sociedad, procurando que los respectivos mensajes favorezcan la imagen y las políticas implantadas por las Instituciones.

Recordemos que en el capítulo anterior se identificó a las Direcciones de Comunicación Social como los portavoces de las instituciones y que por ende tienen ante la sociedad la representación del Estado. Para lograr su objetivo, al paso de

(18) Jaime Goded, 100 Puntos sobre comunicación de masas en México, Juan Pablos, México, 1985. p.7

los años se han allegado de herramientas que permiten pulsar a la sociedad respecto de las políticas instrumentadas, pero tanto las herramientas como los procedimientos están establecidos en principios teóricos que para el caso del IFE, están fundamentados en el dogma de Goded.

Esta aplicación de conceptos y procedimientos en la práctica han justificado el papel de la Coordinación acreditando sus funciones ante el Consejo General y ante la sociedad en general.

Continuando con el procedimiento descriptivo de la Coordinación, podrán apreciarse los recursos humanos con que cuenta esta Dirección:

PERSONAL ADSCRITO:

| | |
|------------|---|
| Puesto: | Director de Análisis |
| Funciones: | Captar, analizar, evaluar y proponer alternativas diversas para la toma de decisiones en torno a las políticas establecidas de la dependencia. |
| Puesto: | Subdirector de Análisis y Evaluación de la información. |
| Funciones: | Captar, analizar, evaluar y proponer alternativas diversas para la toma de decisiones entorno a las políticas establecidas por el titular de la Institución. |
| Puesto : | Jefe del Departamento de Monitoreo. |
| Funciones: | Captar la información noticiosa generada por los medios de comunicación electrónicos conforme a una pauta de cobertura establecida durante todo el día. |
| Puesto: | Jefe del Departamento de Síntesis |
| Funciones: | Capta la información periodística publicada en los diarios y revistas de circulación nacional. Se plasma en un compendio diario que consta de la edición matutina y vespertina. |

| | |
|------------|---|
| Puesto: | Jefe del Departamento de Análisis. |
| Funciones: | A este departamento llega la materia prima generada por los departamentos anteriores, para posteriormente analizarla y proponer al Coordinador líneas de acción. |
| Puesto: | Subdirector de Estudios de Opinión. |
| Funciones: | Se encarga de captar los estudios de opinión que involucren las actividades del Instituto, considerando Foros Internacionales, estadísticas e informes de partidos políticos y Secretarías de Estado. |

3.3 DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN

Esta dirección tiene el compromiso de difundir ante la sociedad las actividades que realiza el Instituto respecto a la organización de procesos electorales, capacitación ciudadana, reformas al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) así como los acuerdos tomados en el seno del Consejo General.

Para lograrlo, fundamenta su acción en campañas de difusión, emisión de carteles y trípticos, creación de banco de datos y tiene a su cargo la emisión de la publicación oficial del Instituto "*Foro Electoral*". Dentro de las actividades más destacadas registramos que esta Dirección desarrolló campañas como "*ven y tomate la foto*" logrando en 1994, una credencialización del 94% de los ciudadanos mexicanos en edad para votar. Asimismo se logró la conformación de los órganos de vigilancia ciudadana gracias a la campaña iniciada por el Servicio Electoral Profesional por sólo mencionar algunas de las acciones emprendidas Para lograrlo, esta entidad cuenta con el personal a continuación descrito:

PERSONAL ADSCRITO:

| | |
|------------|---|
| Puesto: | Director de Difusión. |
| Funciones: | Difundir los ideales que dieron origen al IFE, aumentando la participación ciudadana en los procesos electorales, además de fortalecer las relaciones interinstitucionales, |

| | |
|-------------------|--|
| | así como publicitar las actividades propias del quehacer del Instituto. |
| Puesto: | Subdirector de Relaciones Interinstitucionales. |
| Funciones: | Es el encargado de instrumentar el programa de Relaciones Públicas con los generadores de información de interés para la dependencia, como son medios de comunicación, Secretarías de Estado y partidos políticos, entre otros. |
| Puesto: | Jefe del Departamento de Relaciones Institucionales. |
| Funciones: | Apoyo directo y ejecutivo de las acciones a realizar por parte de la Subdirección y se sirve del apoyo de la contratación de jóvenes egresados a los cuales se les paga en la modalidad de honorarios por servicios profesionales |
| Puesto: | Subdirector de Publicidad. |
| Funciones: | Realiza actividades de publicidad y propaganda dedicadas a difundir por todos los medios posibles las actividades y funciones del IFE. |
| Puesto: | Jefe del Departamento de Publicidad. |
| Funciones: | Apoyo directo y ejecutivo de las acciones a realizar por parte de la Subdirección y se sirve del apoyo de la contratación de jóvenes egresados a los cuales se les paga en la modalidad de honorarios por servicios profesionales. |

3.4 DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

La Dirección de Información está encargada de mantener un contacto personal con los representantes de los medios de comunicación; es decir, con los reporteros de la fuente que están pendientes de la información generada por el Instituto. Esta Dirección se encarga de organizar las conferencias de prensa, elabora, emite y difunde los boletines de prensa y acompaña al titular de la dependencia en todos sus actos

públicos. Dentro de las actividades más destacadas esta la organización de eventos a los cuales asiste el titular, concede citas para entrevistas por radio, televisión y prensa, se encarga de realizar actividades conocidas como las de "el portavoz" del titular entre otros. Para lograrlo cuenta con el siguiente:

PERSONAL ADSCRITO:

| | |
|------------|--|
| Puesto: | Director de Información. |
| Funciones: | Abastecer de información noticiosa a la institución a través de la Coordinación Nacional. Captar, analizar y difundir la información generada por los medios; atención directa a reporteros de la fuente. Es el editor de información oficial. |
| Puesto: | Jefe del Departamento de Fotografía. |
| Funciones: | Captar imágenes gráficas de los eventos relacionados con el Instituto. |
| Puesto: | Jefe del Departamento de Video. |
| Funciones: | Captar imágenes de los eventos relacionados con el Instituto. |
| Puesto: | Técnicos especializados (reporteros). |
| Funciones: | Elaborar el trabajo periodístico de cobertura de eventos relacionados con la dependencia. |

Podemos confirmar entonces que los puestos y las funciones actuales concuerdan con las definiciones dadas por los especialistas consultados. Coincidimos en que el proceso de la información deberá pasar por tres etapas primordiales dentro del proceso de producción de información, dichas etapas son: captación, análisis y difusión.

Estos tres elementos son los mínimos a considerar para las funciones que realiza la Coordinación; sin embargo, se ha especificado por cada área las actividades ha desarrollar, esto, para dar cuenta de la trascendencia que ha tenido para la institución, contar con la Coordinación.

Asimismo, corroboramos que en apego a lo establecido en sus funciones y fundamentos teóricos, la Coordinación cumple con el Instituto al otorgarle los elementos necesarios en materia de comunicación para intercomunicar a la dependencia con la sociedad a través de los medios.

CAPÍTULO IV

4. EL DEPARTAMENTO DE MONITOREO DE RADIO Y TELEVISIÓN DE LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL IFE.

En el capítulo anterior describimos cómo el Instituto, desde su creación, consideró la importancia de contar con una Coordinación Nacional de Comunicación Social, paulatinamente se formaron y pusieron en funcionamiento las Direcciones y Subdirecciones con que cuenta; jerárquicamente llegó el turno al el Departamento de Monitoreo el cual también inicia sus actividades en 1992.

Orgánicamente, este Departamento se encuentra dentro de la estructura de la Dirección de Análisis, depende en línea directa de su respectiva Subdirección y tiene como encomienda principal el captar la información noticiosa generada por los medios de comunicación electrónica que son de interés para la Institución.

Correspondió a Arnulfo Domínguez Cordero, entonces subdirector de Análisis, presentar a la Coordinación Nacional la **propuesta para** la creación del Departamento bajo las siguientes consideraciones.

4.1 JUSTIFICACIÓN PARA SU CREACIÓN Y FUNCIONES GENERALES.

Desde el surgimiento de las Oficinas de Comunicación Social y hasta nuestros días, éstas se han allegado de nuevas herramientas para el óptimo cumplimiento de sus objetivos.

Una de las herramientas de más reciente adhesión a estas Direcciones son los Departamentos o áreas de Monitoreo de radio y televisión, las cuáles permiten llevar a cabo un estudio sobre el comportamiento de la Opinión Pública ante determinada política institucional, de tal forma que permita conocer, mejorar y

prevenir las posibles inconsistencias que sobre su desarrollo generen.

En los tiempos de incertidumbre política y económica, se ahonda cada día más la necesidad de contar con instrumentos de información que permitan tener rápidamente elementos informativos que fundamenten una decisión

Dentro de la Coordinación Nacional de Comunicación Social del IFE, existe la Dirección de Análisis, la cual a través de su respectiva Subdirección, tiene a su cargo un Departamento denominado Monitoreo de Medios Electrónicos. Esta entidad tiene como función principal el captar la información noticiosa generada por los medios de comunicación electrónica de interés para el Instituto y sus funcionarios.

Dicha captura de información obedece a una pauta de cobertura de noticiarios previamente establecida por el Director de Análisis, quien se basa en el *rating* de los noticiarios para determinar sus coberturas.

Puede considerarse que la información con la que trabaja la Coordinación, se extrae de dos ámbitos, de la prensa escrita y de la prensa electrónica.

Debido al rápido desarrollo de esta última, tuvo como consecuencia que el Monitoreo se convierta en una herramienta indispensable que permite conocer los hechos en el momento mismo en que son transmitidos por los medios de comunicación. El responsable del área es el encargado de darle el *cause* necesario a la información para que sea conocida casi de forma inmediata por los funcionarios responsables. Esta es la justificación y la función medular que dieron origen al Departamento de Monitoreo.

4.2 OBJETIVO DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO

Dada la necesidad de la institución de contar con un área que abastezca de información rápida y veraz a los funcionarios de la institución, se vio la necesidad de plantearse objetivos que a continuación se mencionan:

Captar, registrar, analizar y difundir la información periodística que divulgan los medios de información electrónica a los funcionarios del Instituto Federal Electoral para fortalecer la toma de decisiones.

4.3. RECURSOS HUMANOS

Para cumplir con los objetivos, hubo la necesidad de solicitar la autorización para contratar personal que iniciara los trabajos del nuevo Departamento. Una vez autorizados se procedió a formar la estructura con el personal a continuación descrito:

- Un Jefe de Departamento y cuatro Técnicos Especializados (monitoristas) distribuidos de la siguiente forma:
- El Jefe de Departamento labora tiempo completo (9:00 a 14:00 y de 17:00 a 21:00 hrs.)
- 1er Monitorista de 06:00 a 13:00 hrs.
- 2do. Monitorista de 13:00 a 17:00 hrs.
- 3er Monitorista de 15:00 a 21:00 hrs.
- 4to Monitorista de 19:00 a 24:00 hrs

Sin embargo, la simple descripción del personal no significa que el funcionamiento del Departamento fue el óptimo, a continuación se hace mención sobre sus características y los obstáculos a vencer para lograr los objetivos. Esto servirá para

aquellas personas que deseen instrumentar una entidad similar y prevengan las inconsistencias que sobre el trabajo diario se van presentando.

4.3.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS RECURSOS HUMANOS DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO

Estamos describiendo la estructura con que cuenta el Departamento de Monitoreo para cumplir con sus objetivos. Respecto a los recursos humanos, una vez que se autorizó la contratación del personal y considerando que el trabajo que desarrollarían es en relación directa con noticiarios electrónicos, se observó lo siguiente:

Dada la premura para iniciar las actividades, al Departamento se incorporó personal de la Dirección de Comunicación Social del Registro Federal de Electores, estos fueron los 4 monitoristas relacionados en el apartado anterior, los cuales iniciaron sus labores en los horarios ya señalados, obteniendo resultados en forma muy lenta debido a lo siguiente:

El personal es de tipo administrativo, sindicalizado, con formación académica de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, pasantes de diferentes planteles de la UNAM que estaban asignados al Departamento de Síntesis y que por lo tanto desconocían los procedimientos recién instrumentados en el Departamento de Monitoreo.

De los cuatro monitoristas, 3 de ellos son mujeres y uno hombre. De las mujeres 2 son casadas con hijos y que en su calidad de personal administrativo de base, gozaron de una hora menos en su jornada por el derecho a lactancia. Por lo que se refiere al trabajador del sexo masculino, no existió problema en su relación laboral.

Para evitar que las ausencias del personal de base alteraran los objetivos, hubo la necesidad de incorporar personal de Servicio Social, en particular de nuestra Facultad. Con ellos cubrimos no sólo la jornada reducida de las trabajadoras, sino que le dimos

continuidad a la pauta de cobertura y subsanamos las faltas del personal sindicalizado ya que por periodos prolongados se encontraban de licencia médica.

Para la aplicación de técnicas de Monitoreo, no hubo problema, la grabación de noticiarios y la transcripción de información fue lenta pero constante y al cabo de dos meses se logró engranar los horarios y procedimientos trazados; la tarea por hacer era la de tener una relación más estrecha con los monitoristas para coordinar que durante sus ausencias no tuvieron fallas en la cobertura.

Trabajar con personal administrativo que tiene amplias facilidades para faltar, originó al Jefe del Departamento establecer acuerdos internos en los cuales se hacían cambios de días, adjudicación de tiempo extraordinario y una comunicación muy estrecha para coordinar sus ausencias con la presencia del Servicio Social.

El tener estas inconsistencias fue el problema principal, ya que en un Departamento con actividades sujetas a horarios exactos y a transcripción de información en tiempos establecidos, generaba presión al Jefe de Departamento. Esto obliga a pensar en características especiales que debe tener el personal asignado al Departamento y que más adelante, son motivo de consideración en un apartado de este capítulo.

4.4 RECURSOS MATERIALES

El trabajo salió adelante, no hubo restricción respecto a la adquisición de las herramientas de trabajo y se logró en 1992, contar con el siguiente equipo:

- 10 VIDEOCASETERAS
- 10 MONITORES

- RADIO GRABADORAS
- 04 MAQUINAS DE ESCRIBIR
- 01 COMPUTADORA.

4.5. FUNCIONES PARTICULARES DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO

Comentamos al inicio de este trabajo que el Departamento de Monitoreo se crea en 1992 y que de acuerdo a las necesidades informativas de los funcionarios se fue formando su estructura. Llegamos ahora a un punto en donde debía desglosarse una especie de manual de procedimientos para que los integrantes de esta entidad supieran los objetivos y alcances de un Monitoreo de medios electrónicos, concluyendo éste en las funciones particulares a continuación descritas:

- * Grabar en audiocasetes y videocasetes la información de interés para el Instituto, de acuerdo con la pauta de cobertura determinada por el Director de Análisis.
- * Transcribirla y difundirla conforme a las políticas internas.
- * Mandar copia a la Dirección de Análisis y al Departamento de Síntesis para su integración respectiva.
- * Mantener un almacenamiento de información de hasta por 15 días para consulta y análisis.
- * Mantener monitoristas durante todo el día como guardia permanente ante una información inesperada.
- * Establecer las guardias de fin de semana cuando así lo disponga el Director de Análisis. Las guardias se mantienen 24 horas siempre que sean necesarias, sobre todo en época de elecciones presidenciales.

- * Elaborar el informe semanal que requiere la Dirección de Análisis para que está determine el impacto de la información generada por el IFE en los medios, su presencia y contenidos de los mensajes.
- * Elaborar registros por tema y/o personajes políticos, según sean las necesidades de la Dirección de información. Cabe señalar que este se tiene de 1993 a la fecha.

El Departamento de Monitoreo es uno de los generadores de noticias con las que trabaja la Coordinación Nacional, ya que al captar la información generada por los medios de comunicación electrónica, éste inicia el proceso de análisis noticioso. Posteriormente dicha información es procesada de tal manera que pasa por diferentes etapas y áreas como Subdirecciones y Direcciones dentro de la misma Coordinación, según las necesidades del momento; para explicar de manera gráfica más adelante se muestra un diagrama de flujo para mostrar este proceso.

Al término de los diferentes procesos mediante los cuales atraviesa la información, podemos afirmar que el Departamento además de informar veraz y oportunamente a los funcionarios de la Institución del acontecer informativo, cumple con una labor de asesoría y consultoría por parte del resto de la Coordinación y de los funcionarios del Instituto, ya que al guardar sus registros, permite tener una referencia para fortalecer la toma de decisiones.

PAUTA DE COBERTURA

Continuando con las funciones del Departamento, es tema obligado mencionar la pauta de cobertura, ésta la determina el Director de Análisis con base en los noticiarios que tienen mayor *rating*, en el contacto que tiene la CNCS con los reporteros de la fuente del IFE y por igualar a los monitoreos que hace la Presidencia de la República. Cabe señalar que el *rating* es publicado de manera bimestral en la Revista Mexicana de Comunicación, editada por la Fundación Manuel Buendía.

A continuación se presentan los nombres, horarios y frecuencias de los noticiarios y programas que el Departamento Monitoreo de acuerdo con el criterio y experiencia del Director de Análisis. Esto se logra gracias a los recursos humanos mencionados en la Estructura y los horarios que cubren.

Nota aclaratoria: Este cuadro refiere información que a la fecha de la presentación de este trabajo pudo cambiar; sin embargo muestra la organización de la pauta de cobertura, pudiéndola actualizar cuando así se requiera

RADIO :

| NOTICIARIO | HORARIO | FRECUENCIA |
|---------------------------------|--------------------|----------------------|
| DETRÁS DE LA NOTICIA | 5:00 A 10:00 A.M. | Q940 AM |
| MONITOR RADIO RED | 6:00 A 10:00 A.M. | 1110 AM 88.1 FM |
| LA NOTICIA Y USTED PARA EMPEZAR | 6:00 A 10:00 A.M. | CAMBIO 1440 AM |
| | 6:45 A 10:00 A.M. | ESTEREO REY 102.5 FM |
| INFORMATIVO PANORAMA | 6:00 A 10:00 A.M. | RADIO ACIR 1270 AM |
| PLAZA PUBLICA | 6:00 A 10:00 A.M. | RADIO UNAM 860 AM |
| DETRÁS DE LA NOTICIA | 13:00 A 15:00 HRS. | Q940 AM |
| MONITOR RADIO RED | 13:00 A 15.00 HRS | 1110 AM 88.1 FM |
| PARA EMPEZAR | 13.00 A 15:00 HRS. | ESTEREO REY 102.5 FM |

| | | |
|----------------------|--------------------|-------------------------|
| ANTENA RADIO | 13:00 A 15:00 HRS. | IMER 94.5 FM |
| LINEA DIRECTA | 13:00 A 15:00 HRS | RADIO FORMULA 970 AM |
| MONITOR RADIO RED | 17:00 A 21:00 HRS | 1110 AM 88.1 FM |
| PARA EMPEZAR | 17:00 A 21:00 HRS | ESTEREO REY 102.5 FM |
| USTED QUE OPINA | 18.00 A 21:00 HRS | RADIOFORMULA 970 AM |

T.V.

| NOTICARIO | HORARIO | FRECUENCIA |
|----------------|--------------------|------------------------|
| HOY | 6:00 A 12:00 HRS. | CANAL 2 TELEVISA |
| HECHOS | 6:00 A 08:30 HRS. | CANAL 13 TVAZTECA |
| PARA EMPEZAR | 6.45 A 10:00 HRS | CANAL 3 MULTIVISION |
| EL NOTICIERO | 14:00 A 15:00 HRS. | CANAL 2 TELEVISA |
| HECHOS | 14:30 A 15:30 HRS. | CANAL 7 TVAZTECA |
| PARA EMPEZAR | 13:30 A 15:30 HRS | CANAL 3 MULTIVISION |
| HECHOS | 22:00 A 23:00 HRS. | CANAL 2 TELEVISA |
| EL NOTICIERO | 22:00 A 23:00 HRS. | CANAL 2 TELEVISA |
| ENLACE | 21:00 A 22:00 HRS. | CANAL 11 I.P.N. |
| BLANCO Y NEGRO | 21:00 A 22:00 HRS. | CANAL 3 MULTIVISION |
| PARA USTED | 20.30 A 21:00 HRS. | CANAL 3 MULTIVISION |

4.6 PROCEDIMIENTO DE CAPTURA DE INFORMACIÓN

Conforme a la pauta de cobertura establecida, el monitorista no se puede dar el lujo de no llegar a tiempo a su jornada, ya que existe la posibilidad de perder información importante.

Para abatir la impuntualidad y las ausencias de los colaboradores del Departamento, fue necesario establecer

comunicación más estrecha con el personal sindicalizado y sustituirlo en esos casos con el apoyo del Servicio Social.

La comunicación que se estableció entre trabajadores y jefes se volvió imprescindible, ya que depende de un trabajo en equipo el logro de los objetivos.

Una vez regularizadas estas inconsistencias, se describen los procedimientos que realizan los monitoristas:

Cada monitorista cuenta con dos radiograbadoras, dos monitores y dos videocaseteras, una máquina de escribir y por supuesto, sus habilidades manuales, auditivas y visuales.

Su primera actividad consiste en revisar sus herramientas de trabajo como audiocasetes, videocasetes, cintas, margaritas, e inicia la grabación utilizando dos radiograbadoras y dos videocaseteras para un televisivo; esto obedece a que una de las grabaciones debe quedar intacta, sin cortes ni alteraciones para su almacenamiento. La otra, es con la que trabaja el monitorista para transcribir la información en máquina conforme a un formato establecido tal y como podrá apreciarse en el anexo uno donde se muestra un ejemplo de transcripción de una nota informativa.

Debido a las cargas de trabajo, una de las habilidades del Jefe del Departamento consiste en supervisar a sus monitoristas, los cuales lo retroalimentarán en caso de haber una información importante, si es así, a criterio del Jefe del Departamento, se localiza al Jefe inmediato, - el Subdirector de Análisis, para dar cuenta de los hechos.

Una vez capturada la nota, se pasa a revisión del Jefe del Departamento, quien le señala las correcciones de ortografía y redacción, hechas éstas, se concentran las notas, se hace un descarte y se forma la edición matutina que concluye a las diez de la mañana.

Ver anexo 1 "Ejemplo de Transcripción de nota informativa"

Se fotocopia en tantos ejemplares sean necesarios para los funcionarios, se envía por fax al Registro Federal de Electores, se le otorga una copia al Departamento de Análisis y otra al Departamento de Síntesis y se reparte a Directores del Instituto.

Posteriormente el Jefe del Departamento hace el seguimiento del material captado y lo registra por tema y personajes políticos, esto sirve para el manejo de estadísticas y comentarios sobre la presencia de la información en medios. Es decir qué medios de la pauta de cobertura están difundiendo la información, si ésta es positiva o negativa para la Institución y qué tiempo le dedicaron. Cabe señalar que este seguimiento se presenta de manera semanal al Director de Análisis. Anexo 2

Hemos podido comprobar cómo mediante un procedimiento sencillo es posible obtener la memoria de la Institución en materia noticiosa a través de un monitoreo de radio y televisión.

Esto, sin duda permite orientar, o mejor dicho, reforzar las decisiones tomadas y mejorar o acelerar la conclusión de objetivos propuestos.

- La estrategia o metodología de trabajo antes expuesta es aplicable a cualquier entidad que tenga el compromiso de mantener una imagen positiva ante la sociedad y de tener información veraz y oportuna sobre la información que generan los medios electrónicos entorno a la propia entidad.
- Es destacable que se realiza un procedimiento similar al de prensa escrita, pero en ambos casos se persigue el objetivo común de mantener informados a los funcionarios de la Institución sobre la opinión que generan los medios respecto de sus políticas implementadas.

Con el objetivo de presentar gráficamente el procedimiento de captura, se presenta en el Anexo 3 un diagrama de flujo sobre las actividades desarrolladas por un monitorista.

4.7 RECOMENDACIONES PARA MEJORAR LAS ACTIVIDADES DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO.

El Departamento de monitoreo desde su creación y hasta 1994 cumplió con sus objetivos, los recursos humanos con que contó y el equipo audiovisual fue el necesario pero no el suficiente, a continuación se describen una serie de recomendaciones que de acuerdo a la experiencia de haber cubierto un proceso electoral presidencial será necesario considerar

El personal que ingrese a este Departamento deberá estar cada vez más capacitado ya que el entorno político actual se modifica constantemente. No basta con la formación universitaria, hay que mantenerse informado a través de la prensa, conocer las líneas editoriales de los medios electrónicos, los reporteros que cubren las fuentes de nuestro interés y por supuesto la forma de trabajo interna y una gran inducción a la Comunicación Social que realiza la dependencia.

Será necesaria una nueva organización de trabajo dentro del departamento, que permita cubrir las nuevas necesidades en materia informativa, para enfrentar los nuevos procesos electorales y los cambios posteriores que habrán en materia de información noticiosa a través de medios electrónicos.

Esta reorganización debe ser integral, que considere todos los procesos por los cuales atraviesa la información para que sea trabajada por las diferentes áreas con que se vincula.

El impacto de los medios sobre la población es tal que puede modificar desde patrones de conducta, hasta opiniones políticas y electorales, actos que hay que supervisar desde las instituciones.

Respecto a los recursos humanos, se describen los aspectos más importantes que deberán cubrir todas aquellas personas que deseen ingresar a esta labor:

1. Ser egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación.
2. Poseer conocimientos de cultura general, política nacional y conocer nombres y cargos de los funcionarios más importantes en el gobierno, así como los nombres de los gobernadores estatales.
3. Tener conocimientos sobre el manejo de información en radio y televisión, tales como tiempos, conductores más escuchados, reporteros de la fuente y líneas editoriales.
4. Conocimientos de mecanografía como cualquier reportero y de computación.
5. Habilidades para observar y escuchar noticiarios, transcribirlos y redactarlos.
6. Tener la habilidad de saber cuando una información es de relevancia especial para nuestros funcionarios y cuando no.
7. Desarrollar unas excelentes relaciones humanas, realizar tareas en equipos de trabajo y lograr una actitud de servicio.
8. Disponibilidad de horario.
9. Su contratación deberá ser como personal de confianza y no sindicalizado como actualmente lo son.
10. Apegarse 100% al plan, de trabajo anual presentado por la Coordinación Nacional de Comunicación Social.

Considerar las recomendaciones aquí expuestas, pueden servir de referente para instrumentar una entidad con estas características.

4.8 EL DEPARTAMENTO DE MONITOREO EN EL AÑO 2000

Como comparativo con el año de 1994, a continuación se describen, grosso modo, las características principales de los recursos humanos, materiales y procedimientos utilizados por este departamento el 2 de julio del año 2000, fecha de realización de los últimos comicios presidenciales desarrollados en nuestro país.

Recursos Humanos

Con agrado observamos que la estructura organizacional es la misma, el Departamento sigue dependiendo de la Subdirección y Dirección de Análisis respectivamente.

Por lo que se refiere al número de monitoristas contratados, estos aumentaron; ahora cuentan con 5 monitoristas administrativos y 8 eventuales de confianza a los cuales se les paga por medio de Honorarios por Servicios Profesionales. Situación que permite equilibrar el trabajo, ya que además de prescindir del Servicio Social, el hecho de contar con personal de confianza hace menos vulnerable al Departamento por lo que se refiere a las ausencias de personal.

Desde luego que el aumento en el número de trabajadores obedeció al aumento de noticiarios por cubrir en la pauta, lo que significa una actualización de la cobertura por el crecimiento mismo de los medios de comunicación electrónica.

Recursos Materiales

Como se comentó anteriormente, la necesidad de modernizarse con la tecnología de los medios obliga irremediablemente a inyectar recursos para actualizar la infraestructura del Departamento y dar respuesta a los objetivos trazados, esto se cumplió toda vez que para el proceso electoral del 2 de julio se utilizó el doble de equipo utilizado, con tecnología de punta y con el apoyo de red de cómputo para ampliar la difusión del trabajo.

PROCEDIMIENTOS INTERNOS

Se aumentó la cobertura de noticiarios a seis más, actualmente se redujo el reparto de las ediciones ya que se insertaron a la Red de Cómputo tanto la Síntesis de Prensa como el Monitoreo de medios electrónicos en sus tres ediciones diarias.

Asimismo, se amplió la cobertura de entrevistas al seguimiento de personajes políticos de interés para la Coordinación en transcripción estenográfica. El reporte semanal sigue vigente, pero con la modalidad de que ahora se incluye en la Red y el archivo de información noticiosa esta en proyecto incluirlo.

Lo anterior nos ha permitido saber que al cabo de 6 años de haber colaborado en la dependencia, los procedimientos, infraestructura y recursos humanos, conservan la base sobre la cual se iniciaron los trabajos y que permanece el área cumpliendo con el objetivo para el cual fue creado.

En entrevista telefónica, el licenciado Rubén Ramírez, jefe del Departamento de Síntesis, comentó que la base sobre la cual se creó el Departamento sigue sin modificación alguna y que al pasar los años después de su creación, cada uno de los Coordinadores nacionales han demostrado la importancia del área y en atención a ésta, la fortalecieron en su infraestructura y personal, últimamente con la incorporación de ocho personas más.

CONCLUSIONES

La democratización de la sociedad mexicana ha generado la instrumentación de procedimientos que permitan organizar procesos electorales transparentes; esto conlleva a la necesidad de generar entidades que se encarguen de estas tareas. El IFE, en su calidad de organizador de las elecciones en nuestro país, tuvo la necesidad de crear en su interior la infraestructura que le permitiera cumplir con sus objetivos.

Para dar contexto a nuestro objeto de estudio, como primera etapa se describió en forma general al IFE, con sus estructuras, funciones, y atribuciones. Con ello se comprobó que desde su constitución, estaba presente la necesidad de tener una Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) que hiciera el papel de representante institucional ante la sociedad.

Posteriormente, surgió la inquietud por investigar sobre los antecedentes históricos de las Direcciones de Comunicación Social, al desarrollarlo, se comprobó que las funciones de estas Direcciones se han transformado al paso de los años y que han perfeccionado sus procedimientos con base en las necesidades que el Estado tiene para mantenerse informado y con los avances tecnológicos

Coincidimos con los especialistas en que los titulares de las Direcciones de Comunicación Social han aumentado los recursos humanos y financieros a estas entidades y que han especializado el trabajo al grado de contar con responsables en cada una de las ramas en que ejerce su función la comunicación social en la actualidad.

Una vez que analizamos las transformaciones por las que han tenido que pasar las Oficinas de Prensa, para convertirse en Direcciones de Comunicación Social, verificamos cómo se especializó el trabajo en cada una de las áreas que la integran y enfocamos nuestro estudio en las actividades desarrolladas por el Departamento de Monitoreo de Medios Electrónicos,

Departamento que es de reciente creación y que colabora con la CNCS en la toma de decisiones institucionales.

Para afirmar esto, comprobamos que los procesos mediante los cuales el Departamento realiza sus actividades, son de vinculación con todas las áreas de la Coordinación, que se convierte en un captador de información que abastece al resto de las áreas y que estos transforman dicha información en productos de consulta, de análisis y de evaluación, los cuales son presentados a los funcionarios de la Institución para fundamentar la toma de decisiones.

El impacto que tiene el trabajo del Instituto en la vida del país ha sido reconocido, su primera prueba fue la elección presidencial de 1994 en la que su estructura estuvo a prueba. La participación directa del Departamento contribuyó para que fuera la primera elección presidencial sin impugnaciones poselectorales.

Esta primera prueba efectiva de trabajo, confirmó que las bases mediante las cuales fue creado el Departamento fueron las adecuadas, utilizando las técnicas y procedimientos que después de seis años se han mantenido sin modificación alguna y que además, lejos de modificarse, se han fortalecido tal y como lo describimos en el capítulo cuatro.

La comparación de datos entre el Monitoreo realizado en 1994 y el recién hecho en este 2000, nos permitió afirmar que los trabajos desarrollados por este Departamento son los adecuados y que permiten realizar un verdadero sondeo de opinión acerca de las políticas establecidas por la Institución.

Además de confirmar la viabilidad de los procedimientos y coberturas del Monitoreo, vale la pena señalar que el proceso de instrumentación del Departamento es de rescatarse, sobre todo para aquellos interesados en trabajar bajo este concepto.

El describir la actividad desarrollada por este Departamento, se dieron elementos mínimos a considerar para insertarse a las

Direcciones de Comunicación Social, tanto en procedimientos, recursos humanos y materiales.

Una aportación más, es que se logró definir el perfil de trabajador del monitoreo, ya que con base en experiencias anteriores, se demostró que hay que contratar el personal más cercano al perfil comentado y por otra parte proteger el trabajo del área contratando personal de confianza y no de base, ya que las ausencias de éstos últimos, demeritan el trabajo del Departamento.

Consciente de las deficiencias académicas que pudiera tener este trabajo, creemos que logró el objetivo de mostrar a través de una experiencia profesional, la realidad operativa de un área de la CNCS y que presenta muchos retos, dada su novedosa inserción a la Comunicación Social.

Se concluye este trabajo afirmando que el Departamento de Monitoreo de Medios Electrónicos cumple su objetivo, abasteciendo de información veraz y oportuna a la CNCS para que ésta a su vez, asesore, fortalezca y difunda las políticas establecidas por el IFE al final del milenio, contrayendo nuevos retos en materia informativa y fortaleciendo el proceso democrático del país en materia de procesos electorales.

ANEXO 1
"Formato de transcripción de nota informativa".

| | | |
|----------------------|-------------------------|---------------------|
| <i>INFORMACIÓN</i> | <i>FECHA 23-07-97</i> | |
| <i>EN TELEVISIÓN</i> | <i>TURNO MATUTINO</i> | |
| <i>CONDUCTOR</i> | <i>CADENA</i> | <i>HORA</i> |
| <i>ANA WINOCURT</i> | <i>HOLA MÉXICO</i> | <i>09:02</i> |
| <i>HRS.</i> | <i>TV AZTECA C - 13</i> | <i>DURACIÓN 44"</i> |

CONDUCTORA: ¿O SON PELIGROSOS O SIMPLEMENTE SE VEN FEOS? ESTAMOS HABLANDO DE LOS VENDEDORES AMBULANTES DEL METRO QUE LUCHAN POR TENER UN ESPACIO DONDE PUEDAN TRABAJAR, SIN QUE ESTO IMPLIQUE ESTAR AL MARGEN DE LA LEY.

REPORTERO PEDRO DE LA GARZA: SE QUIEREN UNIFORMAR, PONER GAFETE Y PAGAR IMPUESTOS PARA NO GANARSE LA VIDA SIN PERMISO.

MARTÍN GUTIERREZ, LIDER DE VENDEDORES: SI HUBIERA MANERA DE QUE SE NOS REGULARIZE, Y QUE BUENO, DE ESA MISMA MANERA NOSOTROS IBAMOS A ACATAR LA DISPOSICIÓN QUE NOS MARCARA EL MISMO REGLAMENTO DEL METRO, QUE QUEREMOS PAGAR AL FISCO...

REPORTERO:...PERO LAS AUTORIDADES DEL METRO TIENEN UNA POSICION MUY CLARA.

AVELINO SÁNCHEZ, SUBJEFE DE VIGILANCIA: SON ZONAS DE ALTA SEGURIDAD, LAS INSTALACIONES DEL METRO NO SON COMPATIBLES CON EL COMERCIO AMBULANTE.

REPORTERO: ESTA ACTIVIDAD NO ES UN DELITO, PERO SI UNA FALTA ADMINISTRATIVA QUE SE CASTIGA CON MULTA O ARRESTO, SEGÚN LO DECIDA EL JUEZ CIVICO, SIN EMBARGO, EN 1989 EL ENTONCES SECRETARIO GENERAL DE GOBIERNO DEL DF. MANUEL AGUILERA, EMITIO UNA CIRCULAR EN LA QUE PIDE LA SANCION MÁXIMA A LOS AMBULANTES SORPRENDIDOS DENTRO DEL METRO. ESTO SIGNIFICA UNA MULTA DE 30 SALARIOS MÍNIMOS O DE NO PODER PAGAR, ARRESTOS POR 36 HORAS.

LAS AUTORIDADES CUMPLEN CON SU LABOR, MIENTRAS QUE LOS VENDEDORES SOLICITAN UN LOCAL EN RENTA PARA REALIZAR SU ACTIVIDAD. LA MONEDA ESTA EN EL AIRE.

**ANEXO 2
INFORME SEMANAL**

Reunión con CTM/Reunión con discapacitados/Recepción de cartas credenciales de 4 embajadores / Reunión con el gobernador electo de Sonora y el candidato triunfante de Campeche/ Reunión con FMI/ Comida en restaurante de la Merced 17 de julio de 1997

Informe predominante

RADIO

TELEVISION

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ayer al reunirse con la CTM , destacó la importancia que esta tiene, y la insuficiencia de los salarios. • Hoy recibió en Palacio Nacional las cartas credenciales de los embajadores de Chile, Guinea, Singapur y del Vaticano. • Asimismo, recibió al gobernador electo de Sonora y al candidato triunfante de Campeche. • Posteriormente se reunió en privado con Stanley Fisher, vicepresidente del FMI. • Al mediodía, acudió a comer al restaurante Chon en las inmediaciones de la Merced; convivió con los vecinos y escucho las quejas de estos | <ul style="list-style-type: none"> • El día de ayer, por la mañana se reunió con discapacitados; se comprometió a destinar mayores recursos a este sector, pues aún hay grandes rezagos. • Por la tarde se reunió con la dirigencia de la CTM y sostuvo que el movimiento obrero ha sido decisivo para el desarrollo del país. • Hoy por la mañana recibió en la Palacio Nacional a los embajadores de Chile, Guinea Ecuatorial, Singapur y del Vaticano; asimismo, se reunió por separado con el gobernador electo de Sonora. con el candidato triunfante de Campeche y con el vicepresidente del FMI. • Por la tarde acudió a comer al restaurante Chon en la Merced, posteriormente recorrió algunas calles del luna y convivió con los vecinos r |
|--|--|

| Medio | Noticiero | Conductor | Duración | Pág. | |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|-------------------|-------|----|
| Radio | PARA EMPEZAR (M) | Pedro Ferriz de Con | 2' 58" | 1 | |
| | DETRÁS DE LA NOTICIA (M) | Luis Acevedo y Ricardo Rocha | 2' 25" | 3 | |
| | MONITOR (M) | José Gutiérrez Vivó | " | " | |
| | AL MOMENTO (M) | Carlos Ramos Padilla | " | " | |
| | INFORMATIVO PANORAMA | E. Pasquel y Flor Berenguer | " | " | |
| | PARA EMPEZAR (V) | Carmen Aristegui | 2' 06" | 5 | |
| | DETRÁS DE LA NOTICIA (V) | Juketa Lujambio y Guadalupe F. | " | " | |
| | MONITOR (V) | Enrique Muñoz | 5'35" | 9 | |
| | AL MOMENTO (V) | Gustavo Méndez Tapia | 3'00" | 1 | |
| | INFORMATIVO PANORAMA (V) | Guillermo de Toscano | " | " | |
| | PARA EMPEZAR (N) | Javier Soldrzano | 4'45" | 13 | |
| | MONITOR (N) | Martín Espinoza y Estela Libera | 3'35" | 15 | |
| | AL MOMENTO (N) | José Cárdenas | 3'35" | 17 | |
| | INFORMATIVO PANORAMA (N) | Eduardo Pasquel | 2'20" | 19 | |
| | DETRÁS DE LA NOTICIA (N) | José Revelles y Blanche Pietlich | 4'20" | 20 | |
| | T.V. | AL DESPERTAR (M) | Francisco Fortuño | 1'25" | 22 |
| | | HOLA MEXICO (M) | Pablo Latapi | 1'53" | 24 |
| CAFÉ EXPRESS (M) | | Adriana Pérez Caffedo | 5'25" | 26 | |
| 24 HORAS (V) | | Vicente López Segura | 2'10" | 31 | |
| HECHOS (V) Dos emisiones | | Rosa María de Castro | " | " | |
| MUCHAS NOTICIAS (N) | | Arnador Narcia | 3'40" | 32 | |
| ENLACE (N) | | Laura Simón Ugalde | 3'29" | 36 | |
| PARA USTED (N) | | Adriana Breniff | 2'19" | 41 | |
| HECHOS (N) | | Rosa María de Castro | 1'54" | 43 | |
| 24 HORAS | | Jesús Díaz y Ramón Fregoso | 6'58" | 46 | |

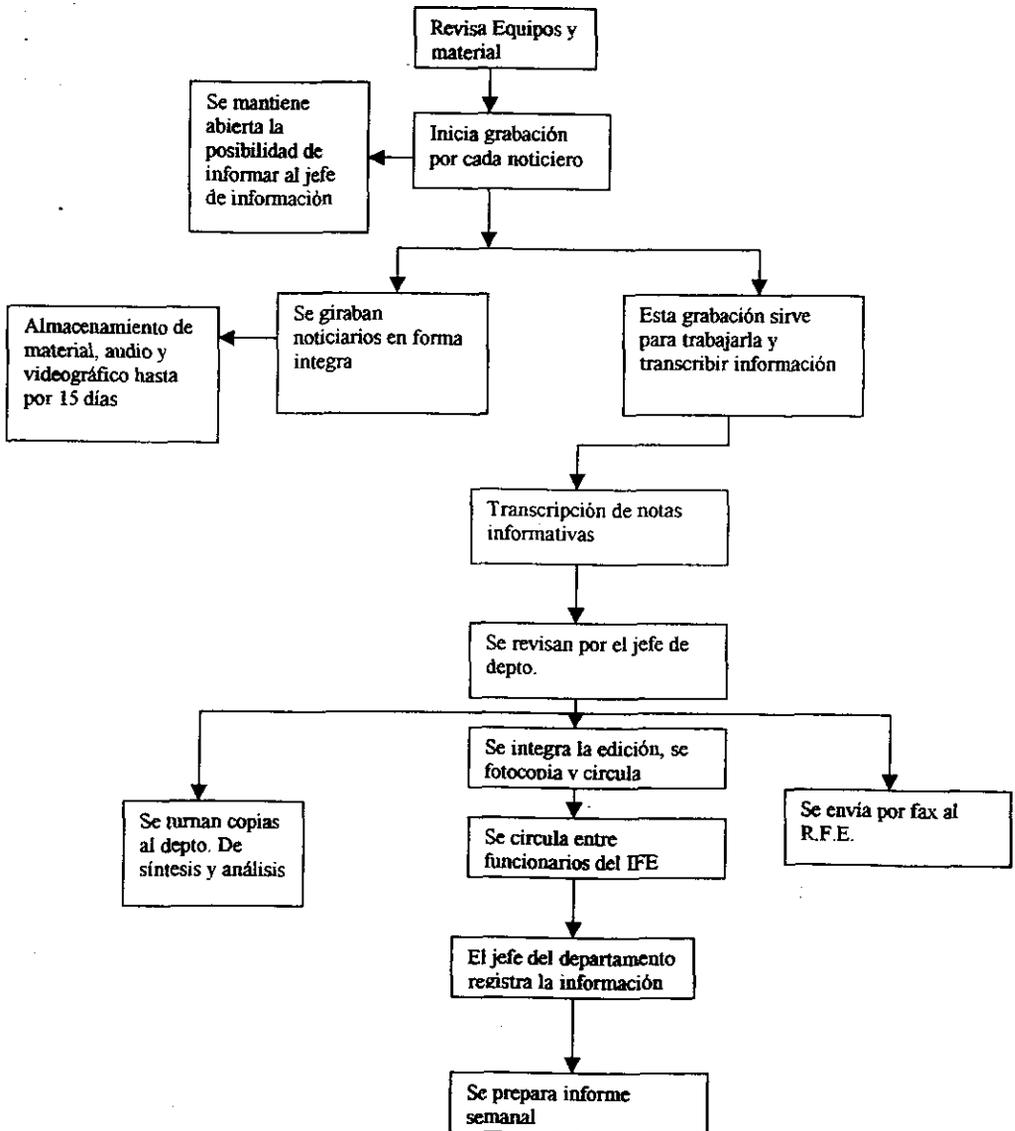
(M)=Matutino (V)=Vespertino

(n)=Nocturno =No incluyó la información

| RADIO | TELEVISION | TOTAL |
|----------|------------|----------------|
| DIFUSION | 37'44" | 1 hora 06' 57" |

(*) Transmisión Inaudible
No se contemplan resúmenes de los noticieros

ANEXO 3
DIAGRAMA DE FLUJO DE UN MONITORISTA



BIBLIOGRAFÍA

Baena Paz, Guillermina

Instrumentos de Investigación

Editores Mexicanos Unidos, México, 1989, 134 pp.

Berlo David K,

El proceso de la comunicación.

Editorial "El Ateneo", México, 1990, 239 pp.

Bohman, Karim,

Medios de comunicación y sistemas informativos en México.

Editorial Alianza, México, 1986, 286 pp.

Caloca Carrasco, Eloy,

Periodismo y comunicación.

Editorial Material Didáctico, México, 1990, 287 pp.

Crovi Druetta, Delia Maria,

La televisión por cable: el caso mexicano.

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales - UNAM, México, 139 pp.

Fleur M.L.De

Teorías de la comunicación de masas.

Editorial Paidós Comunicación, México 1990, 349 pp.

Garza Mercado, Ario

Manual de Técnicas de Investigación para estudiantes de Ciencias Sociales. 3ª Edición.

Editado por el Colegio de México, México, 1981, 287 pp.

Goded, Jaime,

100 puntos sobre comunicación.

Editorial Juan Pablos, México, 1985, 221 pp.

González Reyna, Susana,

Periodismo de opinión y discurso.

Editorial Trillas, México, 1991, 179 pp.

Guinsberg, Enrique

Control de los medios, control del hombre

Pangaea Editores, México, 1984, 153 pp.

Mac Bride, Sean, coautor,
Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información de nuestro tiempo
F.C.E. México, 1988, Segunda Edición, 269 pp.

Mendez Ramirez, Ignacio Coautor
El protocolo de investigación, 2ª. Edición
Editorial Trillas, México, 1984, 210 pp.

Molina y Vedia, Silvia,
Manual de opinión pública, 2ª. Edición
UNAM, México, 1985, 113 pp.

Moragas Spa. Miguel de,
Teorías de la Comunicación, 5ª. Edición
Editorial Mass Media, España, 1991, 325 pp.

Olea Franco, Pedro
Manual de Técnicas de Investigación Documental, 12ª. Edición
Editorial Esfinge, México 1983, 231 pp.

Prieto Castillo, Daniel,
Discurso autoritario y comunicación alternativa, 4ª. Edición
Premia Editora, México 1989, Cuarta Edición, 179 pp.

Rivadeneira Prada, Raúl,
Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la Comunicación
Editorial Trillas, México, 1996, 311 pp.

Rojas Soriano, Raúl.
El proceso de la Investigación Científica, 4ª. Edición
Editorial Trillas, México, 1991, 151 pp.

Rojas Soriano, Raúl
Guía para realizar investigaciones sociales 9ª. Edición
Editorial Plaza y Valdés, México 1992, 286 pp.

Roszak, Theodore
El culto a la información
Editorial Grijalbo, México 1990, 269 pp.

Weissberger, Bernard A,
Evolución del Periodismo
Editorial Trillas, México, 1992, 151 pp.

HEMEROGRAFÍA

Cárdenas, Jaime. "Enfrentando el 2000: el IFE y sus retos". En revista de la Universidad de México. No. 588 de enero - febrero del 2000. p.3.

Rodríguez Castañeda, Rafael. "El gobierno compra silencio o halago y la prensa se somete". Revista Proceso. No 586 del 25 de enero de 1988. p.8.

Romero Alvarez, Ma. De Lourdes. "El futuro del periodismo en un mundo globalizado" En Revista mexicana de ciencias políticas y sociales. Año XLIII, Número 171 de marzo de 1998, p.159-172.

TESIS

Macías Macías, Ma. Magdalena,
Creación de una unidad de comunicación social dentro de una institución educativa,
Tesina de licenciatura, FES Zaragoza, México, 1997, 74 pp.

Parra Hernández, Jorge,
Comunicación social: una experiencia práctica,
Tesis de licenciatura, FCP y S UNAM, México 1997, 84 pp.

Ríos Alvarado, Ramón.
Las oficinas de prensa como alternativa para el periodista,
Tesis de licenciatura, Escuela Carlos Septien G, México,
1988, 172 pp.

ENTREVISTAS

Borrás Sánchez, Leopoldo,
Entrevista realizada en la FCP Y S UNAM, México, 6 de junio de 1998.

Dominguez Cordero, Arnulfo,
Entrevista realizada en la Gerencia de Comunicación Social y Relaciones Públicas del STC Metro, México el 23 de enero de 1999.

Ramírez Hernández, Rubén,
Entrevista telefónica realizada el día 23 de agosto de 2000 en el IFE, actualmente es el Jefe del Departamento de Síntesis.