

43

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
"ACATLAN"

"ELABORACION DEL PERFIL PROFESIONAL DEL ANALISTA DE INFORMACION, A PARTIR DE LA EXPERIENCIA EN DELFOS PROSPECTIVA".



**M E M O R I A L**  
**DE DESEMPEÑO PROFESIONAL**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
**LICENCIADO EN PERIODISMO**  
**Y COMUNICACION COLECTIVA**  
**P R E S E N T A**  
**ELIZABETH MANJARREZ ALDAMA**

ASESOR: PROFRA. GRISELDA AGUILAR VIEYRA



JUNIO 2001

203146



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.

## **Agradecimientos**

A **DIOS** por guiarme en el camino correcto y ponerme en la luz de la fe

A mis **PADRES Guillermina y Carlos** por el orgullo que conforma mi ser sabiendo que soy su hija, por que sin escatimar esfuerzo alguno han sacrificado gran parte de su vida para formarme y educarme, por que gracias a su apoyo y consejo he llegado a realizar una de mis metas, la cual constituye la herencia más valiosa que pudiera recibir. Gracias...los amo

A mi hermana **Nancy** por que me ha enseñado que el coraje y la fortaleza son las herramientas más poderosas para defender lo que uno cree, por ser mi compañera de juegos, de alegrías y de tristezas

A mi hermano **Carlos** por que nos dimos cuenta de que las palabras pueden confortarnos mutuamente y por compartir la sensibilidad que nos identifica

A mi segunda madre **Simona** por enseñarme que los sacrificios bien valen la pena para disfrutar de una vida llena de satisfacciones, por instruirme con historias que llenaron de gozo mi corazón. ¡Gracias por tu inquebrantable salud!

A mi abuelita **María** por su instrucción de dar amor a nuestros semejantes antes que a uno mismo

A mis abuelitos **León y Serafín** por que sus espíritus incansables siguen velando mi vida

A mi familia **Aldama Salcedo** por la compatibilidad sanguínea que nos hace más fuertes

A mi familia **Manjarrez Salgado** por que no hace falta vivir juntos para pensarnos unos en otros

A mi amiga **Elizabeth** por que de la mano hemos sorteado los obstáculos más difíciles para que esta meta se lleve a cabo, por demostrarme su gran amistad y lealtad

A **Griselda** por encauzar el deseo de titularme

A la **UNAM** por que sin saberlo dibujó el contorno de mi vida profesional

Al amor de mi vida **Ricardo**

Por ser la elección que tomé para encontrar  
al compañero ideal  
Por que amar es una decisión, no un sentimiento,  
Amar es dedicación y entrega  
Amar es un verbo y el fruto de esa acción es el amor  
El amor es un ejercicio de jardinería:  
hay que arrancar lo que hace daño, preparar el terreno,  
sembrar, ser paciente, regar y cuidar  
Amar es aceptar, valorar, respetar, dar afecto y  
ternura, admirar y comprender. Eso es todo.  
El resto tú y yo lo sabemos.

¡Mil gracias por existir!

# INDICE

## INTRODUCCIÓN

---

### CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZACIÓN 1

---

<b>I.</b>	<b>EMPRESA “DELFO COMUNICACIÓN PROSPECTIVA, S.A. DE C.V.</b>	<b>1</b>
<b>A.</b>	<b>ANTECEDENTES</b>	<b>3</b>
<b>B.</b>	<b>HISTORIA</b>	<b>4</b>
<b>C.</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DE DELFO COMUNICACIÓN PROSPECTIVA, S.A. DE C.V</b>	<b>5</b>
<b>I.</b>	<b>ESTRUCTURA</b>	<b>6</b>
<b>a.</b>	<b>Descripción y actividades de las gerencias</b>	<b>8</b>
<b>b.</b>	<b>Relaciones Laborales</b>	<b>10</b>
<b>c.</b>	<b>Ubicación de la actividad profesional</b>	<b>11</b>
<b>1)</b>	<b>Descripción de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información</b>	<b>11</b>
<b>a)</b>	<b>Objetivos</b>	<b>12</b>
<b>b)</b>	<b>La distribución del trabajo</b>	<b>14</b>
<b>c)</b>	<b>El proyecto Tabasco</b>	<b>15</b>
<b>2)</b>	<b>Descripción de la actividad profesional</b>	<b>16</b>
<b>a)</b>	<b>El proceso de trabajo</b>	<b>17</b>
<b>b)</b>	<b>La cuestión del análisis de información</b>	<b>19</b>
<b>c)</b>	<b>Incidencia de la actividad en el análisis informativo</b>	<b>23</b>
<b>d)</b>	<b>Herramientas de trabajo</b>	<b>25</b>

2.	INFRAESTRUCTURA	27
3.	SUPERESTRUCTURA	28
a.	Objetivos	29
b.	Misión	29
c.	Filosofía	30
d.	Políticas	31

## **CAPITULO II. METODOLOGIA** **33**

A.	TÉCNICAS	33
B.	INFORMANTES	35
C.	UBICACIÓN DE LOS PROBLEMAS.	39
D.	INTERPRETACIONES	41

## **CAPÍTULO III. PROPUESTA DEL PERFIL DEL ANALISTA DE INFORMACIÓN** **46**

A.	PROBLEMAS COYUNTURALES/ESTRUCTURALES	46
1.	PRÁCTICA PROFESIONAL	47
a.	Coyunturales	47
b.	Estructurales	50
2.	INSTITUCIÓN	52
a.	Coyunturales	52
b.	Estructurales	56
C.	SUGERENCIAS/RECOMENDACIONES	59
D.	EL PERFIL DEL ANALISTA DE INFORMACIÓN	64
1.	RASGOS INTELECTO-EMOCIONALES	66

2.	HABILIDADES	69
3.	CONOCIMIENTOS TEÓRICO-PRÁCTICOS	70
4.	ROLES Y FUNCIONES DEL ANALISTA DE INFORMACIÓN	71

---

**CAPITULO IV. CONSIDERACIONES FINALES** 76

A.	CARACTERÍSTICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL	76
1.	APORTACIONES DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL	80
2.	LIMITACIONES DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL	83
B.	RECOMENDACIONES PARA MEJORAR LA FORMACIÓN PROFESIONAL	87
C.	RECOMENDACIONES PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD PROFESIONAL	89
D.	IMPORTANCIA DEL TRABAJO DE MEMORIA DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL	96

---

**BIBLIOHEMEROGRAFIA** 98

---

**ANEXOS FINALES**

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día muchas empresas que se dedican al análisis político o la síntesis informativa requieren de la existencia de un miembro que de seguimiento a los hechos cotidianos publicados principalmente en los diarios nacionales e internacionales, dicho elemento es el analista de información. Por tanto, se considera de suma importancia la participación de éste como base de una cadena piramidal que lleva al objetivo de la empresa: la realización de Estrategias de Comunicación y Escenarios Políticos Nacionales y Locales.

La intención que anima a esta memoria es procurar un conjunto de componentes teóricos y empíricos - más adelante se describirán cada uno de ellos - que permitirán legitimar la práctica profesional del analista de información.

Para llegar al objetivo que el presente trabajo tiene, se acudió a las personas que mejor conocían el ámbito del análisis informativo, pero también a aquellas que podrían situar el marco histórico que se necesita para conocer de dónde proviene la actividad profesional.

Por eso, cuando se hace una exposición de la práctica profesional, el primer punto que se aborda son los antecedentes históricos que envuelven a la institución o empresa con el fin de marcar un entorno del cual surja la descripción de la actividad laboral, su ubicación en la estructura de la misma (organigrama), los procesos de trabajo que ha de seguir, así como las herramientas físicas e intelectuales que utiliza, cuestiones expuestas en el capítulo I. Cabe señalar que debido a la inexistencia de documentos oficiales que contengan cómo y cuándo fue fundada la empresa, por quiénes y para qué, los datos históricos anotados en esta parte fueron recabados por medio de un diálogo informal establecido con colaboradores que laboran en la institución desde su inicio.



Por otro lado, en el segundo apartado se puntualiza el diagnóstico aplicado para detectar los problemas que inciden en el desempeño de la práctica, así como los roles, funciones, habilidades y rasgos de personalidad que conformarán el perfil del analista de información. Asimismo, se muestra la metodología aplicada para la obtención de resultados, incluyendo los tópicos y las técnicas utilizadas: el cuestionario y la entrevista. La primera se utilizó para extraer la información directamente con los analistas, mantener diálogo y entablar confianza para conseguir la información perseguida. La segunda técnica, fue aplicada a nivel directivo porque resultaba el medio más formal de llegar a ellos y obtener la información que se necesitaba.

En el capítulo III, se hizo una propuesta del perfil del analista de información definido como aquel seguidor de noticias que funge como codificador de mensajes en los medios escritos (en este caso) y que al mismo tiempo planea estrategias y modifica tendencias informativas, lo anterior, partiendo de la interpretación de los resultados del diagnóstico y de detectar los problemas coyunturales y estructurales, tanto en el ámbito de la práctica profesional como a nivel institucional, así como de la visión que la autora de esta memoria tuvo a través de su experiencia profesional.

En esta parte del texto, se expusieron los conflictos más frecuentes que tiene que sortear el profesional analista dentro de su área laboral, pero también se definen más las características que debe poseer y, al mismo tiempo, se dan sugerencias y propuestas que ayuden a mejorar su actividad.

Deteniéndose en este punto, se hizo necesario hacer una aclaración pertinente que sirve para respaldar los rasgos arrojados en el diagnóstico. Primero que nada, se tomó como partida el hecho de que no todas las instituciones tienen el mismo concepto de lo que es un analista de información, más bien, a partir de una experiencia particular en Delfos Comunicación Prospectiva, se obtuvo una idea que podría englobar las características generales que se necesitan para desarrollar la actividad profesional; como todo trabajo de investigación los resultados expuestos de ninguna manera son conclusiones absolutas. En segundo término, se tuvo que ubicar el campo en el que, en este caso, el analista tuvo más incidencia que es el terreno político.

Para ello, se desarrolló un concepto de **comunicación** que engloba un poco las definiciones de varios autores para, luego, dar paso a la descripción de lo que es la **comunicación política**, descrita como el instrumento más importante que liga la acción y el pensamiento de los políticos con la sociedad civil.

En conclusión, la actividad del analista de información sí es una acción de la comunicación ya que su tarea más importante es la de mediador en los procesos de intercambio de información, ámbito que más se explora en las tareas diarias.

Finalmente, el último apartado sirvió para reflexionar sobre la importancia del trabajo de memoria y, al mismo tiempo, vincular la actividad profesional con la formación adquirida académicamente. Es pertinente mencionar que se hizo énfasis en dos cuestiones principales: la aportación académica y qué se sugiere para que el egresado de Periodismo y Comunicación Colectiva acceda al campo laboral.

## CAPÍTULO I. Contextualización

Este capítulo pretende ubicar en un marco contextual el espacio de trabajo donde se lleva a cabo la actividad profesional. Cuál es el nombre y objetivo de la empresa, cómo surgió, quién la fundó y la relación que tiene la práctica profesional con las metas de la institución.

Además, se intentará que con este apartado quede bien ubicada la actividad que realiza un analista de información, así como la descripción del área donde éste realiza su práctica laboral y el proyecto en el que participó, las herramientas con las que cuenta para desarrollar su tarea diaria y los objetivos que persigue la gerencia en la que se ubica el analista.

Dada la coyuntura que tienen los aspectos antes mencionados, es importante dedicar las primeras líneas de este trabajo a contextualizar históricamente lo que ayudará a delinear el perfil de un analista de información.

### I. Empresa "Delfos Comunicación Prospectiva, S.A. de C.V.

El hombre necesita de la comunicación para poder desarrollarse y, en consecuencia, ayudar a que su sociedad tenga crecimiento. Los antecedentes más antiguos en la historia del hombre demuestran que éste trató de comunicarse con sus semejantes a través de diversas formas como la pictórica o la simbólica.

La transmisión de experiencias y conocimientos se convirtió en una práctica común entre los miembros de las comunidades, actualmente el hombre necesita estar constantemente informado, no sólo de lo que ocurre en su entorno, sino en el mundo entero, para saber la manera en que esto puede afectar su realidad.

¿Pueden las personas a partir de un análisis en la información diaria, crear una serie de escenarios posibles sobre los acontecimientos en su vida?

De esto se trata precisamente la comunicación prospectiva, anticiparse a los hechos y si es preciso cambiar el rumbo, virar en otra dirección, ofrecer una mejor opción a los problemas.

"En los tiempos antiguos, el oráculo revelaba el destino de los hombres. El Oráculo de los tiempos actuales es la comunicación prospectiva".<sup>1</sup>

Actualmente existe un gran número de empresas que ofrecen los servicios prospectivos y de comunicación. Dentro de este mercado se puede encontrar a la empresa Delfos Comunicación Prospectiva S.A. de C.V., dedicada a manejar cierta información del presente para construir escenarios futuros.

En nuestros días, la gente requiere de soluciones inmediatas a sus problemas, necesita de respuestas oportunas que se reflejen en beneficios tangibles: con esa premisa se erige hoy la Delfos Comunicación Prospectiva, "en Delfos lo importante no es el tamaño de su problema, sino que lo tiene y que se lo debemos resolver".<sup>2</sup>

Cabe señalar que la empresa nace con el deseo de servir a una sociedad cada vez más necesitada de información, los actores sociales se mueven en un campo muy competitivo, por lo que es pertinente contar con los recursos apropiados para enfrentar esta situación; el arma más eficiente que tienen es la comunicación.

Delfos cuenta con diversas áreas de servicio, pero para poder explicarlo con mayor profundidad, es importante conocer cómo, cuándo y por qué se formó la empresa, así como quiénes fueron sus fundadores, cuál es su infraestructura pero, sobre todo, cuál es su misión, visión y metas, así como la filosofía con la que laboran.

---

<sup>1</sup> Delfos Comunicación Prospectiva. **Servicios de Delfos Comunicación Prospectiva**, Tríptico Informativo. enero de 1996

<sup>2</sup> ib.

## A. Antecedentes

El surgimiento de la empresa Delfos Comunicación Prospectiva, se remonta a la conformación de un equipo de trabajo dentro del área de Comunicación Social de Conacyt (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología) que decide independizarse como resultado del éxito de proyectos encaminados al desarrollo de estrategias comunicativas para algunas instituciones gubernamentales.

Al ver la funcionalidad de los mismos y aprovechando los contactos políticos de Leopoldo Mendivil Echavarría, actual presidente de la empresa, se pensó en la posibilidad de crear un despacho de comunicación en general, donde se realizaran todo tipo de servicios comunicativos.

Gracias a la experiencia adquirida en CONACYT y a la inquietud del equipo de trabajo de ofrecer servicios de comunicación tales como fotografía, estudios de opinión, análisis de la información, entre otros, se decide crear una sociedad para brindar asesoría a los clientes. Su primer nombre como empresa fue FONCAMER S.A. de C.V.

Las siglas que forman el nombre de FONCAMER se obtienen de la siguiente manera: *FON* del apellido de José Fonseca colaborador de El Heraldo de México, *CA* de Armando Carrillo, ex-director de Televisión de CONACYT, *ME* de Mendivil; y la *R* de Guadalupe Ruiz Ávila, directora operativa actual.

Sus primeras oficinas se ubicaron en un departamento en la calle de Barrilaco No. 406, Col. Lomas de Chapultepec, donde se iniciaron los trabajos de FONCAMER S.A. de C.V., bajo la premisa de Servicios Integrales de Comunicación.

La sucesión de hechos que vinieron luego del establecimiento de la misma, fue dando forma a la evolución que tuvo la institución en el mercado competitivo a lo largo de casi veinte años.

## B. Historia

Durante sus primeros años la empresa logra penetrar en el mercado y colocar sus servicios en un amplio número de clientes, principalmente actores políticos. Los servicios ofrecidos fueron diversos. Una de sus primeras participaciones la tienen con una producción documental en video para el estado de Chiapas titulada "El Gigante" con una duración de 27 minutos.

Otro acierto fue la producción del programa "El Otro México", continuación de "El Nuevo México" que se realizó en CONACYT. Actualmente el programa se transmite por televisión abierta en los tiempos de RTC, así como en las televisoras locales de los estados de la República Mexicana, teniendo aceptación entre la comunidad escolar principalmente.

Asimismo, la cápsula "Confidencial" que se transmitió por el canal 13 de Imevisión, tuvo la aprobación del público y hoy en día la misma se está vendiendo a Televisión Azteca con la intención de continuar un trabajo que se hacía desde años.

Con estos y otros proyectos, la empresa logró colocarse rápidamente como una opción en el área de la comunicación política, mercado muy cerrado dentro del ámbito social.

Clientes tan importantes como Presidencia de la República acudieron a la Institución para solicitar algunos servicios, como las encuestas y los estudios de opinión que se realizaron para el ex-presidente Ernesto Zedillo sobre su mensaje relativo al acuerdo de unidad para superar la emergencia económica (1995); estudios de opinión sobre el mensaje del Presidente relativo a la orden de aprehensión en contra de la dirigencia del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (1995).

Incluso el trabajo que se realizó en la empresa aún continúa vigente en las estaciones del Metro, como es el caso de "las fotografías que actualmente se exhiben en el Metro Zócalo del *México Colonial de principios de siglo*, que las realizó la empresa", así lo resalta Carlos Mendoza gerente del área de Recuperación y Análisis de la Información.

El proyecto más importante que realizó la empresa, sin duda, fue el contrato que consiguió con el gobierno de Tabasco durante la administración de Roberto Madrazo Pintado, en el cual se realizó un sin número de actividades desde los escenarios políticos, estudios prospectivos, hasta la entrega de un reporte diario de la información publicada en los principales diarios de circulación, así como en los medios electrónicos radio y televisión.

Para 1994, Leopoldo Mendivil decide comprar las acciones de sus socios y junto con Guadalupe Ruiz Ávila crean la nueva etapa de la empresa a la cual deciden cambiarle el nombre y llamarla *Delfos Comunicación S.A. de C.V.*

Al inicio de esta etapa, se encontró que la comunicación política era el área en la que más se podía incidir a través del análisis de información y los estudios de opinión.

Sin embargo en 1996, se da un nuevo cambio en el nombre y queda registrado finalmente como *Delfos Comunicación Prospectiva S.A. de C.V.*, por ser ésta última la herramienta teórica más utilizada en el análisis político que desarrolla la empresa.

Como toda empresa, Delfos se debe a cierta ideología y política que permiten dar paso al cumplimiento de las metas y objetivos visualizados desde su creación. A continuación, se podrá ver cómo éstas características conforman el proceso laboral que se sigue dentro de la misma.

#### C. Características de Delfos Comunicación Prospectiva, S.A. de C.V

Todas las instituciones tienen un propósito de existencia, de cómo van a llevar a cabo el trabajo, de quiénes lo realizarán y que resultados esperan obtener para poder determinar hasta dónde quieren llegar. Pero para que esto se cumpla, hay que ver la manera en que se encuentra organizada, las funciones que cada componente tiene y, por supuesto, las relaciones laborales que de ella derivan como a continuación se describe.

## 1. Estructura

El nivel estructural de una empresa se perfila como la base y la representación de las relaciones interdependientes, de sus áreas.

Delfos Comunicación Prospectiva, funciona internamente mediante un esquema de 7 departamentos: Dirección General, Dirección Operativa, Administración, Recopilación y Análisis de la Información, Estudios Prospectivos, Investigación y Análisis de Opinión Pública y Mercado y Medios Audiovisuales. (véase fig.1)

Así, las funciones cotidianas se cumplen con una planta laboral de 29 colaboradores que trata de efectuar las metas que la institución se propone.

La presentación esquemática de la empresa, permite reconocer el estado de los tres componentes que posee cualquier organización: complejidad, formalización y centralización.<sup>3</sup>

Complejidad en cuanto a que cada gerencia posee tareas muy diferenciadas entre sí que requieren de conocimientos especializados, lo que se explica al visualizar que se tienen labores asignadas que – internamente - otros no pueden realizar.

Formalización en el sentido de que las áreas cumplen de manera seria con la organización y jerarquización de la empresa, es decir, se realizan todos los lineamientos y políticas que marca la institución, aunque al interior de algunos departamentos se establecen tiempos que permiten tener flexibilidad en la operación laboral.

Centralización porque finalmente las tareas de trabajo tienen que concentrarse en un fin común: las metas de la institución.

---

<sup>3</sup> Robbins, Stephen. *Comportamiento organizacional*. Prentice-Hall Hispanoamericana, México, 1987. p. 346



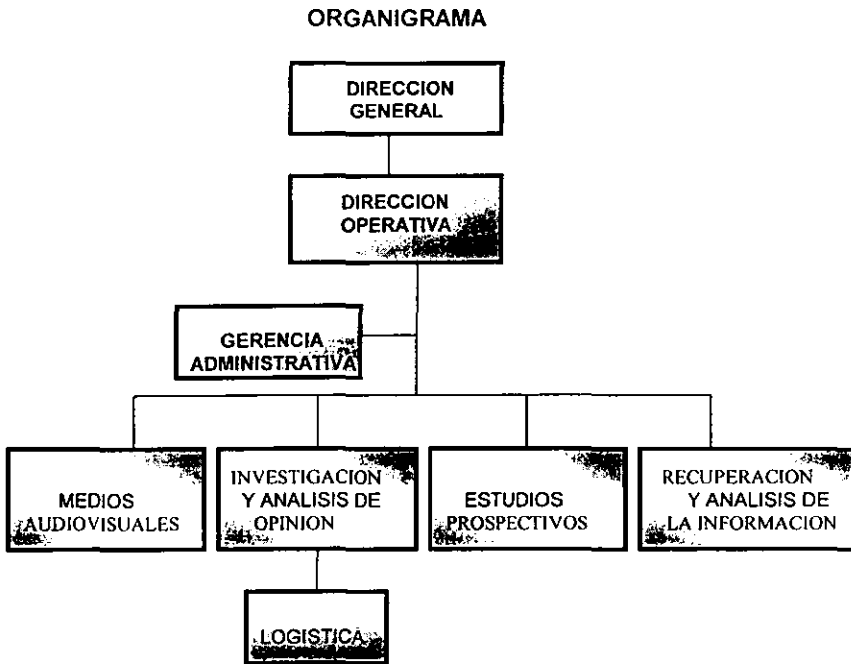


Fig. 1. Organigrama de Delfos Comunicación Prospectiva

Fuente: Acervo informativo de una presentación de Delfos Comunicación Prospectiva en power point

Partiendo de estos puntos, se verá específicamente las actividades, funciones y relaciones laborales que existen dentro de la institución.

a. Descripción y actividades de las gerencias

En este apartado hay que aclarar que el orden de importancia que se presente a continuación, se hará a partir de la jerarquización de la institución y no en función de la relevancia de la práctica profesional.

En primer término, se parte de la Dirección General que es el cerebro del cual provienen las decisiones en cualquier ámbito, necesidad, problema o situación que se presente, aunque no interviene autoritariamente al interior de las gerencias.

En segundo término, se encuentra la Dirección Operativa que se encarga, como su nombre lo indica, de que las cosas marchen bien. Es quien apunala la línea de trabajo que se ha de seguir en cada área y quien califica la calidad de los proyectos.

La Gerencia Administrativa es la encargada de suministrar monetaria y laboralmente a la empresa en términos generales, es decir, el manejo de los recursos que entran y salen, la contabilidad corporativa. Periódicamente, realiza reportes de las finanzas que arroja el trabajo de la empresa, pero al mismo tiempo hace un balance específico de los recursos materiales con los que se cuentan.

El área se compone de un equipo de dos contadoras, una secretaria técnica, una recepcionista, dos elementos de intendencia, dos de seguridad y la administradora general que mantienen la balanza administrativa y financiera de la empresa.

La institución cuenta también con una Gerencia de Medios Audiovisuales, cuyo objetivo es realizar programas para radio, televisión y multimedia, basados en fundamentos claros y atractivos para los receptores de los mensajes.

La gerencia es la encargada de organizar un banco de imagen variado, amplio y actualizado sobre aspectos económicos, sociales, turísticos y culturales de todo el país.

Al mismo tiempo se encarga de clasificar y ordenar la información que se recaba tanto en entidades federativas como en dependencias oficiales.

Durante la campaña de los candidatos a diputados y senadores de 2000 se contó con proyectos como las videocápsulas curriculares. Asimismo, se encuentra el programa "El otro México" que conduce Leopoldo Mendivil, director general de la empresa, así como su columna Confidencial que estaba próxima a transmitirse en el programa Hechos de televisión Azteca.

La gerencia de Estudios Prospectivos es otra área que compone el pequeño esqueleto de la empresa. Es la encargada de proporcionar herramientas oportunas y eficaces para quienes toman decisiones, haciendo uso del análisis político, la prospectiva y la comunicación.

El área elabora escenarios políticos nacionales y especializados sobre los temas más relevantes de la agenda nacional, como uno de los instrumentos que conforman el proceso de toma de decisiones en los ámbitos público y privado. Además, proporciona servicios personalizados en estrategias de comunicación política, a partir de los criterios de oportunidad, discreción y eficacia, cuyos resultados puedan ser medibles.

La gerencia realiza, actualmente, la carpeta informativa de *Escenarios Políticos*, estrategias integrales de posicionamiento y comunicación política personalizadas, así como desayunos-reuniones de Análisis Político Prospectivo que son temáticos o de coyuntura según las necesidades del cliente.

Finalmente, se cuenta con la Gerencia de Investigación y Análisis de Opinión Pública y Mercado cuyo objetivo es contribuir a la solución de los problemas de los clientes, ofreciéndoles información oportuna y confidencial obtenida mediante el apoyo eficiente de las diferentes técnicas de investigación, que ayude a elaborar una adecuada estrategia de comunicación.

Una de sus funciones específicas es conocer, de manera estadística, la percepción de la gente o de los líderes de opinión, respecto de un actor, institución o producto, para saber cuántos opinan, quiénes son, cómo son y dónde están, así como realizar análisis variado de la información estadística a fin de obtener datos más precisos y detectar los razonamientos de las percepciones y el detalle fino de las opiniones de la gente mediante sesiones con grupos de enfoque y de los líderes de opinión a través de entrevistas profundas.

Actualmente, el área realiza estudios de opinión pública y de mercado cualitativos y cuantitativos. Ofrece también el servicio de renta de la Sala Gessel y el Salón Comedor para las empresas que así lo requieran.

Por último, debido a la importancia que tiene la Gerencia de Recopilación y Análisis de la Información, ya que es el espacio de trabajo de la actividad profesional en cuestión, en párrafos posteriores se desglosarán ampliamente sus funciones, objetivos y distribución de trabajo, así como la descripción de la labor del analista, sus herramientas físicas e intelectuales, el proyecto en el que se trabajó y la manera que incide en todo el proceso del análisis.

#### b. Relaciones Laborales

Las relaciones laborales son una constante dentro de una organización empresarial, pues además de propiciar la interacción de trabajo, propicia las relaciones sociales que todo ser humano necesita para su desarrollo personal.

En Delfos Comunicación se trata de interactuar de manera que todas las gerencias tengan una relación que retroalimente las actividades diarias.

Como se mencionaba con anterioridad, la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información se encarga de suministrar un banco de información que sirve lo mismo para la gerencia de Estudios Prospectivos y sus carpetas informativas, que para la gerencia de -

Investigación y Análisis de Opinión Pública y Mercado con sus sesiones de grupo. Por ende, se mantiene contacto constante, porque además si se requiere de información específica es la gerencia de Recopilación y Análisis la encargada de buscarla.

Sin dejar de lado la cuestión administrativa, es la gerencia del mismo nombre quien sostiene relación con todas las gerencias antes mencionadas por ser el área en la que se concentra la actividad material. Es ella quien dota lo mismo de papel para imprimir que de componer las computadoras cuando éstas fallan, o de llevar la nómina cada quincena.

La gerencia de Medios Audiovisuales, también mantiene contacto con la gerencia de Recopilación y Análisis, pues del banco de información se sacan los temas de interés para las cápsulas o los programas televisivos.

Lo que trata la empresa es de que, en cierta forma, todas sus gerencias interactúen entre sí, pero sin perder la independencia que cada una, por su actividad específica, tiene.

### **c. Ubicación de la actividad profesional**

El terreno en el que se desarrolla una actividad profesional como la del analista de información es de suma importancia para desarrollar una memoria de desempeño, sobre todo porque permite que se explore la importancia que la diligencia tiene en el campo laboral.

Uno de los objetivos que tiene este apartado es reconocer en la actividad del analista de información, la legitimación que tenga o no dentro de la comunicación.

#### **1) Descripción de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información**

En la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información se encuentra ubicada la actividad profesional del analista de información.

El proyecto al que se encamina la gerencia es a la creación de una base de datos, esto es, tener de manera completa, clasificada, perfectamente accesible, las diferentes noticias que ocurren respecto a los rubros que se manejan para ordenar la información y que serán explicados más adelante.

La gerencia como tal, establece los criterios generales de operación al interior de la misma, es decir, los criterios básicos de selección de la información.

Recopilación y Análisis de la Información, cuenta con un equipo de cinco personas incluyendo a su gerente, Carlos Mendoza Rodríguez, que se encarga de coordinar la actividad diaria para retroalimentar la base de datos. Consta de dos oficinas: una donde se realiza el análisis final de la información recabada, y otra donde la información se genera a través del Internet y la revisión física de las notas en los periódicos.

La coordinadora, Mónica Delgado Torres, es el apoyo de la gerencia y la que funge lo mismo como mediadora entre los analistas de información y la gerencia, que para realizar algunos trabajos especiales que surgen de momento. El resto del equipo, lo componen tres analistas de información que dan seguimiento a los hechos noticiosos. Cabe señalar que la coordinadora, también realiza el trabajo de análisis de información como el resto del equipo.

Esto da pauta a explicar ampliamente el objetivo de la gerencia.

#### a) Objetivos

En una sociedad como la nuestra, dos de los principales bienes son la información y el tiempo; hay que tomar decisiones informadas en el menor tiempo posible.

Por ello, en la empresa se creó la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información cuyo objetivo primordial es crear un banco de datos con la síntesis de las noticias difundidas en los diarios de circulación nacional sobre los principales temas y actores

de la agenda actual.

El seguimiento de los eventos de interés público tiene un valor incalculable para quienes se preocupan y ocupan de conocer la fuerza de la información y sus actores, a fin de realizar un análisis certero de la realidad política y social mexicana.

En la gerencia se realiza una minuciosa revisión de los más importantes e influyentes diarios y revistas publicados en la ciudad de México y de cuatro diarios estadounidenses.

A partir de su lectura se elaboran resúmenes informativos clasificados por tema o por actor, que son la parte esencial de la base de datos referida a cinco grandes temas:

- Gobierno: actividades de los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial
- Partidos Políticos: actividades de los partidos y sus líderes formales y morales, así como las jornadas electorales nacionales y locales
- Organizaciones sociales: actividades de agrupaciones sindicales, patronales, académicas, profesionales o gremiales
- Economía: principales indicadores del desarrollo económico nacional
- Conflictos y temas de coyuntura: seguimiento de los principales eventos de coyuntura que generan polémica, controversia o incluso enfrentamiento entre los principales actores del país

El esfuerzo por concentrar y clasificar la información tiene el propósito de poner al alcance de analistas y/o instituciones de investigación el recuento de los principales acontecimientos, declaraciones y opiniones que publican los diarios y algunas revistas de México. Por ello, también se da seguimiento a más de 50 columnas políticas, aquellas con mayor peso en el país.

Asimismo, en el banco de datos, se pueden encontrar los principales generadores de opinión pública en sus colaboraciones diarias o semanales.

Y como el mundo está cada vez más intercomunicado, diariamente se consigna la información sobre México que publican los diarios estadounidenses *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *The Washington Post* y *The Miami Herald*.

Por lo que hace a medios electrónicos, la gerencia está en posibilidades de hacer seguimiento de temas y de actores específicos en los noticieros de radio y televisión y en programas especiales, pero como el cliente pocas veces lo pide, cuando esto sucede, se contrata un servicio externo con alguna empresa especializada en monitoreo de medios electrónicos.

#### b) La distribución del trabajo

La distribución del trabajo dentro del área de Recopilación y Análisis de la Información se hace de acuerdo al número de elementos que constituyen el equipo humano.

De esta manera, según sea el tema, se dividen las notas que corresponden a cuestiones de gobierno, partidos políticos, grupos sociales y economía.

Al hacer el recorte de las notas periodísticas cada uno debe conocer el tema para saber a qué rubro canalizarlo. Posteriormente se comienza la síntesis y el almacenamiento de los recortes físicos.

Para que la síntesis informativa conserve su oportunidad, se envía diariamente a los clientes por medio del correo electrónico y ésta debe estar lista a las 10:00 a.m. para ubicar en tiempo y espacio el escenario político donde se encuentre parado.

La distribución del trabajo se hace, asimismo, en función del proyecto en el que se colabore, por tal razón, a continuación se describe brevemente la incidencia que la autora del presente tuvo en la labor que se realizó para Tabasco.



c) El proyecto Tabasco

El propósito de las siguientes líneas, será detallar parte de lo que fue el proyecto Tabasco como antecedente contextual de trabajo de la práctica profesional de esta memoria de desempeño.

Con el respaldo de un cliente, el gobierno de Tabasco, la empresa comienza una nueva etapa encaminada hacia el nuevo siglo.

Sin embargo, la confianza que se depositó en este trabajo originó que la compañía entregara todos sus esfuerzos en la solución de los problemas de Tabasco, incluyendo la del juicio político que el Congreso de la Unión estableció contra Madrazo Pintado por nexos con el narcotráfico y peculado, dejando a un lado las pocas opciones seguras con que contaba Delfos.

Con la separación temporal (1999) de Roberto Madrazo Pintado del Gobierno de Tabasco para contender por la candidatura presidencial interna del Partido Revolucionario Institucional, se logró llegar a un acuerdo con el gobernador interino, Víctor Manuel Barceló, para continuar con los trabajos de comunicación que la empresa le ofrecía.

Al mismo tiempo, Delfos siguió trabajando con Roberto Madrazo Pintado al realizar estudios cualitativos y cuantitativos de la información generada en su entorno, estudios de opinión para determinar la preferencia que guardaba en los medios y la opinión pública, estrategias comunicativas para establecer la posición que tenía dentro de su partido durante su participación en las elecciones internas del mismo, así como mantener a su equipo al tanto de las declaraciones que emitían el resto de los candidatos (Bartlett, Roque, Labastida).

Sin embargo, la derrota anunciada del candidato tabasqueño obligó a éste a regresar al gobierno de su estado, rompiendo con toda relación anterior, incluidos los servicios que ofrecía la empresa a Tabasco y la amistad personal que mantenía con Leopoldo Mendívil.

Actualmente las cosas no son fáciles en la empresa, los clientes son pocos y la reducción salarial se ha significado en diversas áreas. Lo anterior hace suponer que Delfos vivía del apoyo que le brindaba el entonces partido oficial (PRI) y que terminó el 2 de julio - de 2000 con la victoria del candidato panista Vicente Fox Quezada, cerrando las puertas de acceso gubernamental que Leopoldo Mendívil mantenía por sus contactos políticos. Algunos proyectos estaban por confirmarse y si se lograban definir, reactivarían la economía de la empresa.

A continuación, se pretende ampliar a detalle la actividad profesional del analista para conocer a fondo la relevancia que éste tiene dentro de una empresa.

## 2) Descripción de la actividad profesional

Hoy en día, muchas empresas que se dedican al análisis político o a la síntesis informativa, requieren que exista un elemento humano que de seguimiento a los hechos cotidianos que son publicados principalmente en los diarios nacionales e internacionales.

El profesional dedicado a esta actividad es denominado analista de información y constituye la base, por lo menos en Delfos Comunicación Prospectiva, de una cadena piramidal que lleva al análisis y a la síntesis informativa.

No se puede dar un concepto general de lo que es el analista de información porque cada empresa maneja institucionalmente el término de una manera diferente de acuerdo a las actividades que éste realice dentro de la misma.

Sin embargo, sí podemos partir de la premisa general de que el analista de información es aquel Intérprete de noticias que ayuda a codificar de cierta manera un hecho cotidiano ya sea política, económica o socialmente.

En los subsecuentes párrafos, se tratará de desglosar el papel que juega el analista de información, los problemas a los que se enfrenta, la importancia que éste tiene de acuerdo al objetivo de la

gerencia o departamento en el que se desenvuelve y las principales armas físicas e intelectuales con las que cuenta para realizar su trabajo.

a) El proceso de trabajo

El analista de información en la empresa Delfos Comunicación Prospectiva, se encarga de alimentar una base de datos que la institución ofrece como servicio adicional a sus clientes. Esta información se almacena en carpetas de acuerdo a la necesidad de los usuarios.

La principal fuente para el análisis son los medios escritos (11 periódicos). El analista comienza su labor a las 7:30 de la mañana con la lectura rápida y la clasificación por temas, la herramienta más importante con la que cuenta el analista es la Internet ya que sirve de apoyo para evitar la captura en computadora.

La repartición y revisión de los diarios mantiene un rol constante, con la finalidad de que todos conozcan el perfil de cada medio, tomando como base 5 periódicos líderes de opinión: Universal, Jornada, Reforma, Milenio y Financiero.

En una especie de lluvia de ideas, los analistas comenzarán a rescatar la información de Internet, cotejándola con las recortes físicos de los periódicos. Cada uno deberá señalar al resto del equipo qué información ha recuperado y cuál es la que hace falta, todo esto con la finalidad de que no haya notas repetidas. Del mismo modo, se señalará la sección y la página de su diario en la que aparezca publicada la noticia.

El siguiente paso será ordenar la información en fichas que contengan el tema, el actor o suceso, la fecha, el género, el periódico, la página y la sección donde se ubica el hecho noticioso (véase fig. 2).

###	
<b>Partidos Políticos (1)</b>	<b>Partido de la Revolución Democrática (2)</b>
Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano (3)	Voto a favor (4)
Fecha: 7 de junio de 2000 (5)	Género: Nota (6)
CRONICA 14 Nación (7)	

Fig. 2. Cuadro de contenido de una síntesis informativa

De esta manera se puede explicar la ficha como sigue:

- (1) Se refiere al rubro general de la noticia (partidos políticos, economía, organizaciones sociales, gobierno)
- (2) Especifica qué sector, agrupación, institución o dependencia es de la que se está hablando (PRI, instituciones académicas, empresarios, Secretaría de Gobernación)
- (3) En este cuadro se anota el tema o actor principal de la información (elecciones presidenciables, UNAM, Greenpeace, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, Consejo Coordinador Empresarial)
- (4) Aquí se señala el contenido noticioso de la información (huelgas, planes de gobierno, acciones de los candidatos, giras, manifestaciones)
- (5) La fecha en que aparece publicada la noticia
- (6) El género periodístico que corresponde a la información (nota, reportaje, entrevista, crónica)
- (7) Finalmente en estos recuadros se anotan el nombre de los periódicos, las páginas y las secciones de las que se sustrajo la información.

Una vez colocada toda la información de los medios en estas fichas, el analista envía sus archivos a los asesores, encargados de elaborar los estudios prospectivos que se incluyen dentro de la carpeta de escenarios políticos.

Es importante mencionar que existen clientes a los que les interesa sólo algún tema específico, por lo que es necesario que de la carpeta general se rescaten aquellas noticias que puedan afectarle directa o indirectamente, y enviar por separado estos archivos.

El proceso de trabajo que se menciona en este apartado, constituye tan sólo el primer paso que se da en el conglomerado del análisis de información, pero para esclarecer dicho desarrollo laboral, se debe de entender ¿qué es? y ¿para qué sirve?.

#### b) La cuestión del análisis de información

A partir de los años setenta con el nacimiento de algunos grupos sociales de presión como ONG'S, Centros de Derechos Humanos, fundaciones ecologistas, sindicales, urbanas, entre otros, y algunas corrientes e instituciones religiosas, el análisis informativo de corte político, comienza a vivir cierto auge. No se quiere decir que en esos años por primera vez en los estudios sociológicos y políticos se realizara análisis, sólo se afirma que en México, en la década de los 70 y principios de los 80, dicho mecanismo adquirió su importancia.

Para arrancar con el tema, se partirá del concepto de **análisis** definido como "la reconstrucción teórica y real de la cosa u objeto que se quiere estudiar"<sup>4</sup>.

Realizar un análisis implica, antes que nada, tomar un diagnóstico de la correlación de fuerzas en el momento actual del acontecer social nacional, local o regional, para luego, hacer otro de las acciones (y su práctica) que son necesarias para influir en esa correlación.

---

<sup>4</sup> Valencia, Lomelí Enrique. *Metodología de análisis de coyuntura*. Servicios Informativos Procesados, A.C (SIPRO). Cuaderno No. 1. México, 1997. P. 14

Por ejemplo:

"si se toma de la muerte de Luis Donaldo Colosio, ex candidato a la presidencia del Partido Revolucionario Institucional (1994), los problemas y campañas presidenciales y el conflicto en Chiapas, se puede analizar la correlación de fuerzas, es decir, cómo los insurgentes han movido al conjunto de la sociedad mexicana para llegar a la conclusión de que sus armas no son los fierros, sino sus aliados."<sup>5</sup>

El análisis, según se aprendió en la práctica profesional, se hace al calor de los acontecimientos, con la presión de nuevos hechos que empiezan a desarrollarse en el estudio de ciertos sucesos. En muchas ocasiones se analiza con la necesidad de elaborar con urgencia tácticas de acción o reacción frente a sucesos inesperados o situaciones adversas.

El riesgo que se corre al dejarse llevar por esta presión, es que a la hora de formular por dónde irán las acciones futuras se podría caer en algunos errores como la construcción de hipótesis o tendencias sin el nivel de precisión o conceptualización que se necesita, que la reflexión sea muy pobre, que el análisis se reduzca a la pura suma de hechos considerados como relevantes o a la simple recolección de información cronológica, como sucede muchas veces en Delfos.

Sin embargo, para reducir estas probabilidades de error que existen en todo proceso de análisis, se utilizan ciertas técnicas metodológicas como la **prospectiva**.

Como lo señala Francisco Mojica Sastoque,

"la prospectiva es la identificación de un futuro probable y de uno deseable, diferente de la fatalidad y que depende únicamente del conocimiento que tenemos sobre las acciones que el hombre quiera comprender".<sup>6</sup>

Este autor maneja su teoría a partir de uno de los iniciadores en Francia de la reflexión prospectiva, Bertarnd de Jouvenel, que explica que hay dos maneras de comprender el futuro:

---

<sup>5</sup> ib.

<sup>6</sup> Mojica, Sastoque Francisco. *La Prospectiva. Técnicas para visualizar el futuro*. Fondo Editorial Legis. Colombia. 1991. p. 1

- Como una realidad única, es decir, la que entienden los adivinos, los profetas, los oráculos y todos los que consideran que existe un destino que decide y marca los hechos de la vida, el cual es inviolable, ciego e inmodificable.
- Como una realidad múltiple, esto es, que un hecho del presente puede evolucionar de diversas maneras y presentarse de diferentes formas en el futuro. Estas formas son los *futuros posibles* que De Jouvenel denominó *futuribles*<sup>7</sup>

A través de la prospectiva, se dibuja lo mismo el futuro de una empresa o institución, que el adelanto sobre el desarrollo regional, municipal o nacional de una entidad, o bien el análisis de mercado y publicidad que requiere un actor (político, en este caso) a través del manejo de su imagen.

Tomando en cuenta estos principios básicos de la prospectiva, en Delfos se inicia el método con una planificación estratégica que no es otra cosa que tratar de concebir el futuro y los medios para llegar a él.

Una vez hecha la planificación estratégica, se sacan dos futuros: uno *deseable*, lo que se desea que ocurra, y otro *probable*, la visión de lo que podría acontecer de acuerdo a las variables que se vayan presentando en la realidad.

Si se ejemplifica, así podría quedar un análisis prospectivo:

Planeación Estratégica para la Candidatura por la Presidencia Municipal de Ciudad Madero. Enero 2001

Objetivos generales:

- Crear un escenario deseable y diseñar estrategias y tácticas para alcanzarlo
- Cerrar la distancia que exista entre el futuro deseable para el Actor y el presente
- Brindar al Actor Central elementos para anticiparse a la consumación de hechos
- Crear condiciones propicias para lograr un posicionamiento que resulte más favorable para el Actor

---

<sup>7</sup> De Jouvenel, Bertrand. *El arte de la conjetura*. Ediciones Rocher, Paris, 1964.

Contexto Político-electoral:

En las últimas elecciones federales y estatales, el predominio del Partido Revolucionario Institucional en Tamaulipas se ha mantenido, a pesar de que se ha registrado un nivel de competitividad creciente, en el cual la influencia del Partido Acción Nacional y del Partido de la Revolución Democrática han tenido un incremento paulatino.

Escenarios deseables:

1. A corto plazo. El Actor Central se posiciona como el más fuerte precandidato del Partido Revolucionario Institucional a la presidencia municipal de Ciudad Madero, a raíz de que su figura logra afianzarse entre el priísmo local y reflejar el peso de sus propias bases de apoyo al interior del partido en los niveles local y nacional.
2. A mediano plazo. El Actor Central obtiene la candidatura a la presidencia municipal de Ciudad Madero y se convierte en un puente de unión entre los grupos políticos, económico y sociales de relevancia estatal y extiende su red de alianza a núcleos de decisión en el plano nacional
3. A largo plazo. El Actor Central logra vencer la contienda constitucional y es electo como presidente municipal de Ciudad Madero. El margen de triunfo es suficiente para garantizar gobernabilidad y legitimidad ante la población. Sienta las bases para un liderazgo firme dentro del sistema político tamaulipeco.

Medios estratégicos:

- \* La comunicación política
- \* El marketing político
- \* La movilización política y ciudadana
- \* La operación política

Programa de trabajo:

*Primera etapa:* estructuración de la organización, análisis del estado y diagnóstico de la situación del precandidato

*Segunda etapa:* creación del perfil del precandidatos, la estrategia a seguir y las tácticas específicas.

*Tercera etapa:* posicionamiento.

*Cuarta etapa:* consolidación

Escenarios probables:

1. Si Ciudad Madero se identifica como el principal y prácticamente único bastión perredista de la entidad y la municipalidad conurbada, Tampico, registra una importante presencia panista, lo que hace que ambas plazas sean estrechamente disputadas, el candidato priista ve nulificadas sus aspiraciones a obtener la presidencia municipal de la ciudad en contienda.



2. La clara diferenciación en la penetración de los dos partidos de oposición en plazas conurbadas es un indicador contundente de la influencia que tiene sobre el municipio de Ciudad Madero la dinámica interna y externa de las estructuras sindicales y sociales que pertenecen al sector petrolero, por tanto ni PRI ni PAN alcanzan probabilidades de triunfo, sobre todo si se toma en cuenta que la coyuntura del PRD radica esencialmente en las fuerzas sociales.
3. No obstante, y acotando todas las reservas que merece el análisis comparativo de resultados electorales locales en relación con resultados federales, se plantearía que el pasado 2 de julio, la influencia del PAN en una plaza de las características de Tampico-Madero, se podría hacer extensiva al sector hasta el momento dominado por el PRI y el PRD.<sup>8</sup>

Si se opera en esta dinámica, se podrá observar que se toman en cuenta todos los factores que afectan directa o indirectamente al Actor Central que, en este caso, es el candidato priista.

Al mismo tiempo, si se señalan los linderos de las técnicas tomadas en cuenta, se tendría que admitir que el instrumento de Gaston Berger<sup>9</sup>, otro de los fundadores de la prospectiva, conduce al conocimiento del futuro probable y al diseño del futuro deseable y que el paso a este último se consigue mediante los oficios de la planeación, es decir, el ordenamiento de la acción del hombre.

La identificación de las potencialidades y la visualización que éstas tienen hacia el futuro, es quizá la parte más atractiva de la prospectiva, de ahí el papel del analista de información. A continuación, se recalcará la incidencia que tiene éste en el conglomerado del análisis.

### c) Incidencia de la actividad en el análisis informativo

Para destacar la importancia que tiene el analista de información en Delfos específicamente, hay que percatarse que no es nada más el que captura y sintetiza una nota informativa o una columna, sino el que conforma el primer peldaño de una base de datos que constituye, a su vez, la fuente informativa de una carpeta que ayuda a la construcción de los escenarios políticos a través del análisis.

<sup>8</sup> Delfos Comunicación Prospectiva. *Planeación Estratégica para la candidatura por la Presidencia Municipal de Ciudad Madero*. Enero, 2001.

<sup>9</sup> Berger, Gaston. *Fenomenología de los tiempos y la prospectiva*. Presses Universitaires de France. París, 1964.

Cabe hacer un paréntesis aquí para explicar la importancia de una fuente informativa que ayuda a construir un escenario (político).

El fin que persigue una base de datos informativa ordenada oportuna y eficazmente, es facilitar y controlar la consulta por medio de la selección, la revisión y la clasificación de la información que se publica diariamente, en este caso particular de Delfos.

Hay que subrayar que la información no se concibe como un costal de datos que tienen que ordenarse o acomodarse de acuerdo a ciertas tipificaciones, ya que se agregan como complemento las tendencias informativas de los medios para acceder al proceso del análisis.

Dicho lo anterior, se retoma el punto de la incidencia. El analista mentaliza las posibles reacciones que puede traer consigo una declaración o un hecho noticioso, puntualiza la manera cómo un medio maneja la misma nota a diferencia de otro, subraya los datos más notables que pueden servir al análisis; dicha capacidad de la estructura mental humana, se denomina **intuición**. La intuición en el análisis se nombra "al reconocimiento de los fenómenos nuevos, para advertir los aspectos problemáticos y las interrelaciones que determinan una totalidad construida".<sup>10</sup>

Se hace necesario aclarar, en este punto, que la intuición no es una invitación a caer en el "intuicionismo" por flojera o por ahorrar un estudio metódico, sino a resaltar que por medio de la misma, en el campo político, se pueden vincular hechos aparentemente extraños entre sí.

El segundo nivel en el que se expanden los conocimientos del analista es en la **objetividad**, es decir, mirar las cosas en tiempo y espacio o en el sentido de las proporciones, desde el punto de vista de la realidad que se adquiere conscientemente por las experiencias que se han tenido de la vida cotidiana.

---

<sup>10</sup> Valencia, Lomelí Enrique. *Metodología de análisis de coyuntura*. Servicios Informativos Procesados. A.C (SIPRO). Cuaderno No. 2. México. 1997. P. 25

Dadas estas aseveraciones, la incidencia del analista de información radica no tanto en sus habilidades o destrezas, sino en la manera como plasma sus ideas en papel para que éstas sirvan en el desarrollo de los estudios prospectivos, los escenarios políticos o cualquier otra actividad encaminada a desarrollar una investigación.

El móvil que se persigue con el análisis, como se ha visto, es de suma importancia en el desarrollo del proceso de trabajo, sin embargo, el paso no se podría dar sin las herramientas que se hacen necesarias para desplegar los conocimientos.

d) Herramientas de trabajo

La información en el medio impreso permite una mayor extensión en el contenido y se presta más a los detalles y matices.

Para esto, se tiene un listado de periódicos de los que se extraen los hechos más relevantes del momento.

Once son los periódicos que componen la lista: El Universal, El Excelsior, Reforma, Jornada, Crónica, Financiero, Economista, Milenio, México Hoy, La Prensa y El Sol de México. No existe ningún criterio para tomar en cuenta todos estos medios, sin embargo, para el análisis es importante destacar que cada medio impreso se debe a cierta tendencia informativa y es conveniente tener presente esta idea para articular una política de medios que sirva a la toma de decisiones de los clientes.

Como los diarios tienen secciones fijas dedicadas a los temas más tratados como política, economía, sociedad y justicia, sólo estas son tomadas en cuenta para el análisis, dejando de lado secciones como deportes, espectáculos o cultura, salvo aquellas ocasiones en que aparezca algún actor o sea nombrado algún hecho en dichas secciones.

Este es sólo un aspecto que sirve a la síntesis y análisis informativa, sin embargo existe la parte tecnológica que también es importante no sólo en el ámbito comunicativo sino en todos las áreas mundiales existentes.

La computadora se ha convertido en la herramienta laboral más destacada del presente siglo, no sólo por su capacidad de almacenamiento sino por la red mundial de comunicación que constituye la Internet. Esta "arma laboral", en el presente, es la base que ayuda a conformar una serie de elementos primordiales en todas las empresas según las necesidades de cada una.

Pues bien, para Delfos Comunicación Prospectiva la Internet es de vital importancia debido al banco de datos que alimenta diariamente y al proyecto que tiene de lanzar un portal con los hechos más relevantes a escala nacional para ser consultados por un gran número de 'navegadores' sin necesidad de consultar todos los periódicos en circulación.

Además de lo antes mencionado, la Internet es una fuente de información que auxilia en el complemento de los proyectos que se tienen en el momento y que en su mayoría están a cargo de Recopilación y Análisis de la Información.

Por tanto, hay que mencionar que la actividad del analista de información se ve reducida sin las herramientas de trabajo, pero sobre todo sin la habilidad que debe poseer para plasmar en papel sus ideas.

Una vez esbozado todo el proceso, cabe puntualizar que la actividad del analista de información, si es una acción de la comunicación por las razones expuestas a continuación:

- Si se parte de la premisa de que la **comunicación es la capacidad que poseen los seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información<sup>11</sup>**, dentro del

---

<sup>11</sup> Martín. Serrano Manuel. *Teoría de la Comunicación . Epistemología y Análisis de la Referencia.* Universidad Nacional Autónoma de México, ENEP Acatlán, México, 1991.

proceso laboral del analista se hace un continuo flujo de esta materia. La comunicación sirve de intermediaria en el desarrollo de los trabajos.

- Si se toma en cuenta que el analista se sirve de la *información* para hacerla llegar a otros, como se vio con anterioridad, a través de una base de datos y una carpeta informativa, entonces se habla de la obtención de un *producto comunicativo* que sirve para la toma de decisiones y la discusión de gente especializada sobre los acontecimientos de interés.

La base para estas afirmaciones se tomó de la teoría que expone Manuel Martín Serrano en su análisis sobre el sistema de intercambio de información.<sup>12</sup>

Expuesto lo anterior, se procederá a ampliar más las características encaminadas a cumplir con los objetivos de la institución, no sin antes, especificar el aspecto de los recursos materiales, ya que sin ellos ninguna actividad podría realizarse.

Por ende, el siguiente apartado tratará de detallar los componentes físicos que forman la infraestructura de Delfos Comunicación Prospectiva.

## 2. Infraestructura

Cuando Delfos Comunicación Prospectiva inició sus actividades, no se contaba con la infraestructura con la que ahora se cuenta. Todo empezó en un pequeño departamento ubicado en Lomas de Chapultepec en el que apenas cabía un equipo de 8 personas.

Con el paso del tiempo se hizo necesario contar con más personal y ubicar por áreas los diversos servicios que se ofrecían.

Así fue como se compró una oficina más amplia que cubriera los requerimientos que la empresa, por su crecimiento, necesitó.

---

<sup>12</sup> ib.

La empresa está instalada en una casa de tres niveles que cuenta con: garage, recepción, 5 oficinas para las gerencias, una para la dirección operativa y una más para la dirección general. Además, cuenta con una sala de juntas, la Sala Gessel (donde se realizan las sesiones de grupo), 6 baños y una cocina.

Cabe señalar que aunque cada gerencia tiene su propia oficina, las mismas necesidades hacen que haya una distribución irregular de éstas.

Por ejemplo, la gerencia de Recopilación y Análisis cuenta con una oficina adicional, ubicada en el sótano de la casa, donde se encuentran las computadoras en las que se registra el banco de datos y donde se archivan las notas físicas que son importantes para los proyectos que se realizan en el momento.

Todas las oficinas cuentan con computadoras actualizadas (todas tienen Word 2000) que archivan la información diaria que va saliendo. A su vez, cada gerencia cuenta con material de oficina como hojas blancas, calculadoras, diccionarios, engrapadoras, lápices, plumas y discos para computación.

Por último, en el sótano también está ubicada la *videoteca* donde se almacena el material videográfico que realiza la empresa, como los programas de "El otro México" que protagoniza Leopoldo Mendivil, o los materiales de apoyo que sirven para armar las videocápsulas que es uno de los servicios que ofrece la gerencia de televisión.

### 3. Superestructura

El nivel superestructural se refiere a la perspectiva ideológica y cultural de la organización, esto se entiende a través de su política, su filosofía y su misión que sirven para alcanzar los objetivos que se pretenden.

Como toda empresa, estas pautas marcan un sin número de reglas a seguir para que la disciplina y el esfuerzo puesto en cada uno de los proyectos emprendidos funjan como testigos de la calidad con la que se puede trabajar.

a. Objetivos

El principal objetivo de la empresa es posicionarse en el mercado como una de las empresas más comprometidas con la difusión de los avances que se han logrado en el país tanto en el sector público como en el privado.

Con esta idea, Delfos, finca sus esperanzas en alcanzar el reconocimiento de sus clientes a partir del trabajo elaborado por la gente especializada que colabora en la empresa.

Por ello, otro objetivo que se persigue es la especialización en cada área ya que contar con el personal apropiado y preparado, facilita la labor del gerente.

Los anteriores objetivos van encaminados a comprometerse con los clientes para que éstos se encuentren en condiciones de ...

"incrementar las probabilidades de éxito en el manejo de su imagen y comunicación, para reducir los obstáculos que todo proceso comunicativo implica, reaccionar adecuadamente ante las variaciones de su entorno y enfrentar en mejores condiciones las situaciones de crisis."<sup>13</sup>

Lo cierto es que estos objetivos van encaminados a un fin que no siempre se logra, por eso la institución llegó a la situación crítica que actualmente vive.

b. Misión

La misión, equiparable a la fuerza y organización de la empresa, se traduce en la exploración de terrenos en busca de indicios que auxilien en el diseño de estrategias comunicativas que ayudan a situar al cliente en un escenario que le sirve para saber dónde está parado, hacia dónde conducirse y que le permita mejorar, de manera redituable, el mensaje o imagen a transmitir hacia la que sea su meta.

---

<sup>13</sup> Delfos Comunicación Prospectiva. ¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos?. Manual de servicios al cliente, enero 1999.

Por eso, la herramienta más importante que se maneja en Delfos es la prospectiva, concepto que se explicó ampliamente en otro apartado (véase la cuestión del análisis). La eficiencia de la misma radica en la atención y el análisis profesionales de los requerimientos del cliente, por medio de la experiencia y la visión multidisciplinaria de los casos.

Además, la superación constante de las capacidades y conocimientos hacen posible acrecentar el nivel que debe mantenerse para no caer en precipicios sin fin.

De la misma manera, la empresa encuentra esa oportunidad reaccionando adecuadamente en tiempo y forma a las necesidades del cliente para traducir los resultados en tangibles y útiles.

De manera textual, esta sería la misión de la institución:

- ♦ "Diseñar y construir, paso a paso, un futuro promisorio para nuestros clientes a partir de un presente en constante y claro avance."<sup>14</sup>

Cabe mencionar que los estudios comunicativos y prospectivos que la empresa ofrece en ocasiones no reflejan la idea que ellos mismos tienen, y se convierten en meros recuentos de noticias, aquí, el éxito o fracaso de su actividad no depende de ello, sino más bien de su (in)capacidad para conseguir clientes.

### c. Filosofía

La filosofía es la esencia que determina las causas y los efectos del trabajo en Delfos Comunicación Prospectiva que se basa en el compromiso de la empresa por mejorar los servicios de comunicación para elevar el nivel y calidad de respuesta en los objetivos que se proponga.

Para lograrlo se guía por los siguientes principios:

---

<sup>14</sup> ib.



- ◆ **Adelantarse a los hechos.** Por ello la prospectiva es una de las herramientas utilizadas
- ◆ **La eficiencia radica en:**
  - La atención y el análisis profesionales de los requerimientos del cliente
  - El aprovechamiento de la experiencia
  - Una visión multidisciplinaria de los casos
  - La superación constante de la capacidad y conocimiento
- ◆ **La oportunidad está en:**
  - La reacción adecuada en tiempo y formas a las necesidades del mercado laboral.
  - El desarrollo de las herramientas más convenientes para que el cliente satisfaga sus requerimientos
- ◆ **Los resultados para el cliente tienen que ser tangibles y útiles<sup>15</sup>**

d. Políticas

El diseño de estrategias y escenarios que son parte fundamental de la empresa no podrían realizarse sin la disciplina y calidad.

Por tanto, se cuenta con políticas intermediarias que se proyectan en el trabajo cotidiano, tales como la puntualidad, el aprendizaje y el compromiso, con uno mismo y con la institución.

En resumen, las primeras líneas que componen este capítulo permitieron apreciar un proceso de trabajo que comenzó con la identificación del lugar físico donde se desarrolla la actividad profesional y, al mismo tiempo, dieron paso a estimar la importancia que tiene un analista dentro de la institución, sus herramientas de trabajo y ampliar un poco las técnicas de que se vale para realizar la labor.

---

<sup>15</sup> ib.

En este punto, se debe hacer énfasis en que si el objetivo de la empresa es encaminarse al posicionamiento del mercado como una de las empresas más comprometidas con la difusión de los avances que se han logrado en el país tanto en el sector público como en el privado, entonces el analista sí converge con las metas de la institución, ya que la labor que realiza contribuye en gran medida, a través del análisis, a dibujar escenarios favorables dentro de la agenda nacional.

Por lo mismo, se llegó a la conclusión de que un analista puede definirse como aquel Intérprete de noticias que ayuda a codificar de cierta manera un hecho cotidiano ya sea política, económica o socialmente.

Sin embargo para llegar a dicha finalidad, se necesita conocer las características que debe poseer intelectualmente, con qué habilidades y destrezas lo puede lograr y qué conocimientos teóricos pueden auxiliarlo para realizar su trabajo. Por eso, el capítulo II delinearé el bosquejo metodológico que se siguió para conocer dichas funciones.

## CAPITULO II. METODOLOGIA

Para conocer las pretensiones del capítulo, se procederá a exponer la metodología que se siguió para la obtención de los datos de interés que permitirán delinear el perfil idóneo del analista de información.

En primer término, hay que referir lo que se entiende por **metodología** definida "como la estrategia de investigación en la que se coordinan varias técnicas para alcanzar y transformar un objetivo de conocimiento".<sup>16</sup>

En este caso, el objetivo que se busca es detectar los problemas a los que se enfrenta el analista de información en su actividad cotidiana y, con ello, derivar, por medio de las técnicas que se apliquen (entrevista y cuestionario), cuáles son las características que se necesitan para ser un profesional de esta índole, los roles y funciones que conlleva, las habilidades y destrezas que optimizan el trabajo, los conocimientos teóricos y empíricos que ayuden a desarrollar mejor los procesos laborales.

### A. Técnicas

En toda investigación se requiere utilizar técnicas específicas que proporcionen un testimonio más confiable de los hechos que se quieren descubrir. En este caso las técnicas a aplicar serán la entrevista y el cuestionario.

Si se justificara el empleo de dichas técnicas, se podría decir que la entrevista sirve para recabar datos que muchas veces no se pueden encontrar en registros o fuentes documentales, pero que pueden ser suministrados por ciertas personas. Además, resulta más fácil obtener informaciones espontáneas y confidenciales de una persona aislada que de una persona acompañada o en grupo, por eso, éstas fueron aplicadas únicamente a jefes y gerentes de las áreas que dieron cuenta de opiniones que guardaban más experiencia y autoridad dentro del análisis de información.

---

<sup>16</sup> Cervo, Luiz Amado. *Metodología científica*. Ed. Mc Grav Hill. México. 1983. p. 19

De esta manera, se puede explicar la **entrevista** como “una conversación entre dos personas en la cual uno es el entrevistador y el otro, u otros, son los entrevistados; estas personas dialogan con arreglo a ciertos esquemas o pautas acerca de un problema o cuestión determinada, teniendo un propósito profesional”.<sup>17</sup>

Asimismo, el cuestionario fue tomado para la investigación debido a que posibilita medir con mayor exactitud lo que se desea. El cuestionario posee, además, la ventaja de que quienes llenan el formulario, se sienten más seguros debido a la falta de presión cuando se “bombardea” con preguntas directas de un entrevistador, lo que posibilita reunir informaciones y respuestas más reales.

Se hace necesario, también, limitar la extensión de las respuestas y establecer, con criterio, cuáles son las preguntas más importantes para proponer y las respuestas que más interesan, de acuerdo al objetivo.

Por las razones antes expuestas, los formularios fueron aplicados únicamente a los analistas de información que eran la fuente más apropiada para arrojar los datos predeterminados que se querían conocer.

De este modo, por definición el **cuestionario** es “un instrumento de recopilación de datos, rigurosamente estandarizados, que traduce y opera determinados problemas que son sujeto de investigación. Esta operación se realiza mediante formulación escrita de una serie de preguntas que, respondidas por los sujetos de la encuesta, permiten estudiar el hecho propuesto de la investigación o verificador de hipótesis formulada.”<sup>18</sup>

Enseguida se verá el proceso a seguir.

---

<sup>17</sup> Ander-Egg, Ezequiel. *Introducción a las Técnicas de Investigación Social*. Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1970. Pp. 45

<sup>18</sup> ib.

## B. Informantes

Como se explica en el anterior apartado, la selección de los informantes se hizo al analizar a los sujetos que podrían retroalimentar el objeto de estudio que es el perfil del analista de información.

De esta manera, se escogió a los analistas de información dentro y fuera de la empresa que podrían dar testimonio fidedigno sobre la actividad. Asimismo, los gerentes o jefes de análisis aportaron sus propias ideas para obtener más datos que ayuden a la investigación.

A continuación se presenta la lista de las personas seleccionadas:

## ENTREVISTAS

- Leopoldo Mendivil Echavarría, director general de Delfos Comunicación Prospectiva, S.A de C.V
- Carlos Mendoza Rodríguez, gerente del área de Recopilación y Análisis de la Información de Delfos Comunicación Prospectiva, S.A de C.V
- Alberto Rivas López, director de difusión de prensa en Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal

## CUESTIONARIOS

- Mónica Delgado Torres, coordinadora de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información de Delfos Comunicación Prospectiva, S.A de C.V
- Ricardo Durán Valencia, analista de información de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información de Delfos Comunicación Prospectiva, S.A de C.V

- Horacio Meléndez, analista de información de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información de Delfos Comunicación Prospectiva, S.A de C.V
- Georgina Mondragón Rojas, analista de información de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información de Delfos Comunicación Prospectiva, S.A de C.V
- Marissa Ramírez, Analista de Información de Especialistas en Medios

Esquemáticamente, el proceso a seguir de estas técnicas se plantea en cuadros específicos que contienen los elementos que se requirieron para aplicarlas .

TECNICAS	INFORMANTES	TOPICOS	PREGUNTAS
CUESTIONARIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mónica Delgado Torres, Analista de Información de Delfos Comunicación Prospectiva</li> <li>- Ricardo Durán Valencia, Analista de Información de Delfos Comunicación Prospectiva</li> <li>- Horacio Meléndez Hernández, Analista de Información de Delfos Comunicación Prospectiva</li> <li>- Georgina Mondragón Rojas, Analista de Información de Delfos Comunicación Prospectiva</li> <li>- Marissa Ramírez, Analista de Información de Especialistas en Medios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principales funciones y actividades del Analista de Información</li> <li>- Características intelectuales-emocionales</li> <li>- Habilidades</li> <li>- Conocimientos teóricos prácticos</li> <li>- Técnicas/herramientas de trabajo</li> <li>- Principales problemas</li> <li>- Repercusiones en la eficiencia laboral</li> <li>- Alternativas educativas y/o capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué roles, funciones y actividades comprende el desempeño del Analista de Información?</li> <li>- ¿Qué importancia tiene la actividad profesional del Analista en la comunicación?</li> <li>- ¿Qué características intelectuales-emocionales debe poseer?</li> <li>- ¿Qué habilidades debe tener para realizar su práctica profesional?</li> <li>- ¿Qué conocimientos teórico-prácticos?</li> <li>- ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos debe manejar?</li> <li>- ¿Qué problemas institucionales, económicos, gremiales, personales y/o motivacionales limitan la actividad?</li> <li>- ¿Qué alternativas educativas, de formación y/o capacitación pueden mejorar la actividad?</li> </ul>

TECNICAS	INFORMANTES	TOPICOS	PREGUNTAS
<p>ENTREVISTA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leopoldo Mendivil Echavarría, director general de Delfos Comunicación</li>   <li>- Carlos Mendoza Rodríguez, gerente del área de Recopilación y Análisis</li>   <li>- Alberto Rivas López, director de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del DF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principales funciones y actividades del analista de información</li>   <li>- Características intelecto-emocionales</li>   <li>- Conocimientos teórico-prácticos</li>   <li>- Técnicas/herramientas de trabajo</li>   <li>- Principales problemas</li>   <li>- Importancia de la actividad profesional en la comunicación</li>   <li>- Alternativas educativas y/o capacitación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es un analista de información?</li> <li>- ¿Qué características intelecto-emocionales debe poseer?</li> <li>- ¿Qué habilidades debe tener para realizar su práctica profesional?</li> <li>- ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener?</li> <li>- ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos debe manejar?</li> <li>- ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información dentro de la empresa?</li> <li>- ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información en la comunicación?</li> <li>- ¿Qué alternativas educacionales, de formación y/o capacitación pueden mejorar la actividad profesional del analista de información?</li> </ul>



C. Ubicación de los problemas.

Como en toda actividad profesional, la del analista de información no está exenta de pasar por los problemas cotidianos que la tarea laboral implica dentro de una empresa.

Constantemente el analista de información tiene que resolver problemas o conflictos para no limitar su actividad y desarrollar de la mejor manera la práctica profesional.

El profesional analista se convierte en un lector rápido de noticias, en redactor, en sintetizador y, ocasionalmente, en secretario, en relacionista público, entre otras actividades. La razón para desviar su actividad laboral en otras que nada tienen que ver, se relaciona constantemente con la falta de atención de los directivos o gerentes, pues al no haber quién resuelva los problemas el analista se convierte en una especie de 'todólogo'.

Este tipo de conflictos en la práctica laboral llega a provocar el desinterés total en la realización del trabajo por parte de los analistas y, en consecuencia, en la nula participación de los proyectos, lo que desemboca en repercusiones de la eficiencia laboral al no realizar trabajos de calidad y con rapidez.

La participación del analista de información es importante para los actores políticos - principales clientes de la empresa - ya que la síntesis informativa permite a estos visualizar sus escenarios posibles y les da la alternativa de cambiar el rumbo de su estrategia política si es necesario.

Como se mencionaba en el primer capítulo, el proceso comunicativo de la empresa, el área de análisis y, en particular, el trabajo del analista, ocupa el primer eslabón en la elaboración del análisis.

Dentro de la comunicación, la práctica profesional de un analista de información es de tal importancia que éste se convierte en codificador de mensajes en los medios escritos (en este caso) y, al mismo tiempo, en planificador de estrategias y modificador de tendencias informativas.

Sin embargo, para cumplir con esta meta, el analista debe contar con ciertos rasgos intelectuales, habilidades y conocimientos teórico-prácticos que delinean su perfil: la capacidad de trabajar en equipo, la paciencia y tolerancia para laborar bajo presión, la rapidez de captura, la capacidad para plasmar en papel las ideas, el conocimiento de las nuevas tecnologías computacionales, la distinción de los géneros periodísticos, de los actores políticos, de las dependencias gubernamentales, de las reacciones que desencadenan un conflicto que afecta el escenario político y, por supuesto, saber orientar esos escenarios hacia el futuro, es decir, aplicar la prospectiva política.

Por qué mencionar esto, muy sencillo. Si en algún momento no se cuenta con capacidad de análisis, rapidez en captura, o tal vez no se cuenta con la habilidad de manejar una computadora, esto se traduciría en demora y falla en la política de puntualidad que se le ofrece al cliente en su trabajo.

Así pues, por medio de las técnicas aplicadas, se detectaron los problemas más recurrentes que afectan el desempeño del profesional analista de información.

El primero de ellos, es la falta de comunicación. Los informantes notificaron que no existe ningún instrumento que ligue la orientación del trabajo que se realiza. Muchas veces, se toman decisiones que afectan el desempeño de los analistas y provocan que la labor desarrollada en determinado tiempo, resulte infructuosa.

El segundo, es la falta de incentivos y de apoyo en la resolución de eventualidades que activa los conflictos que afectan no sólo laboral sino personalmente al equipo humano. El problema de los incentivos, como en la mayoría de las fallas de trabajo, se traduce en falta de salarios justos para las jornadas laborales diarias (se trabaja de lunes a lunes, con descansos de un día a la semana). Los analistas piden constantemente que se valore su labor y se les pague más. Pero más importante que el incentivo económico, según manifestaron, para el analista sería relevante el apoyo en la

solución práctica de los problemas y en la atención a su labor profesional, ya que la motivación es un elemento que el hombre necesita para realizar cualquier actividad en su vida y, por tanto, sin este elemento, el rendimiento en cualquier aspecto es nulo o muy bajo.

La desorganización empresarial es un factor que arrojó la mayoría de las dificultades: la falta de gente, el decremento en los salarios, la falta de gerentes al frente de algunas áreas y la falta de clientes ha ocasionado que muchas veces se pierda la dirección de la institución.

Cabe señalar que los tres rubros antes descritos fueron, en general, los que más incidencia tuvieron para el desarrollo de los problemas que más adelante se desglosarán ampliamente

El vaciado de los resultados se hicieron en matrices de doble entrada que se pueden encontrar en los anexos 1 y 2 al final de este escrito.

#### D. Interpretaciones

Para este apartado se realizó un recuento de los resultados que se obtuvieron en las entrevistas y cuestionarios.

Los tópicos radicaron en:

- T1. Roles y funciones del analista de información
- T2. Rasgos intelecto-emocionales
- T3. Habilidades
- T4. Conocimientos teórico-prácticos
- T5. Técnicas/herramientas de trabajo
- T6. Principales problemas
- T7. Repercusiones en la eficiencia laboral
- T8. Alternativas educativas y/o capacitación

Basándose en estos temas se puede interpretar que el *analista de información* es aquel codificador de noticias que funge como intérprete de mensajes en los medios escritos (en este caso específico) y que al mismo tiempo planea estrategias y modifica tendencias informativas. La mayor parte de los informantes coincide en que un buen analista de información es aquel que sabe codificar e interpretar los hechos noticiosos con la simple lectura rápida que diario da a los periódicos.

De ahí deriva la diferencia entre ser *analista* y no *capturista*.

"El capturista es el que se va a dedicar a cuestiones mecanográficas, lleva el registro de los datos sin importarle si lo que escribe está bien o mal, no es su responsabilidad...

"El analista es el que puede desarrollar todo el proceso de análisis, visión, clasificación de la información", señala Carlos Mendoza, gerente de Recopilación y Análisis de la Información de Delfos Comunicación Prospectiva, quien como casi todas las fuentes coinciden en señalar que la simple clasificación por temas de las notas ya es motivo de análisis para el profesional que se dedica a esta actividad.

Con este desarrollo mental que el analista tiene desde que lee el periódico, se pueden clasificar los *roles* y *funciones* específicas que tiene en su labor diaria. La revisión de periódicos, el recorte de las notas más importantes, la clasificación por temas de las noticias, la repartición de la información, el análisis y la captura son algunos de los roles que tiene que jugar el analista para auxiliar en el estudio prospectivo que se hace en diversos proyectos.

Al mismo tiempo, el contacto constante y directo con todos aquellos medios que producen información, ya sean impresos (periódicos, revistas) o electrónicos (radio y televisión) es una de las actividades más importantes del analista pues automáticamente se convierte también en redactor, crítico y conocedor de noticias en el sentido de que puede identificar cuando un hecho tendrá repercusión o cuando una declaración de algún actor causará controversia. "El analista de información debe ser un ente con conocimiento amplio del entorno -

en general para entender cómo hechos que aparentemente no tiene que ver con la cuestión política, impactan en ella y viceversa”, las afirmaciones de Leopoldo Mendivil, director general de Delfos Comunicación Prospectiva, hacen pensar que el papel del analista no se concreta nada más a sintetizar y almacenar información, sino que va más allá el alcance que puede tener su trabajo como la interpretaciones de los mensajes noticiosos por medio del *sentido común, la intuición y la objetividad*, que proporcionan la experiencia y el contacto con el acontecer diario plasmados en los medios periodísticos.

Es por eso que el interés por mantenerse informado, la disposición para trabajar en cualquier eventualidad, amén de la paciencia para laborar bajo presión cuando surge un 'bomberazo' (término técnico para las emergencias) forman parte de los *rasgos intelecto-emocionales* que debe poseer el analista de información para realizar su práctica profesional.

Hay un detalle en el que coinciden todos los informantes: el analista de información debe tener voluntad y gusto por el trabajo de análisis de información para traducirlo en el buen desempeño de la práctica profesional porque si no existen esos elementos la capacidad de aprendizaje y el trabajo en equipo se verían nulificados, lo que repercutiría en los resultados del análisis prospectivo que es el objetivo final del trabajo del analista.

Un analista de información, además de poseer intelecto para hacer las cosas, debe contar con ciertas *habilidades* que le ayuden a desarrollar mejor sus labores. Actualmente “ya se llegó a un punto en que el manejo sistemático de la información ya es una herramienta necesaria, no es algo que pudiera ser opcional, ya es necesario que quien se dedica al análisis de información, sí tenga conocimientos avanzados en el manejo de las herramientas tecnológicas”, coincide en señalar Alberto Rivas López, ex director de difusión de prensa de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del DF.

“No podemos dejar de lado los programas de cómputo, un procesador de palabras, la consulta de base de datos, los programas interactivos, saber navegar en Internet, todos esos elementos tecnológicos que sirven de herramienta al trabajo del analista”, señala el funcionario.

Hay una habilidad que no es precisamente tecnológica, pero que es muy útil para los fines que persigue el analista de información: saber plasmar en papel el desarrollo de los procesos. Esto es, todo analista tiene que llevar control del proceso que está desarrollando, no es nadamás tener claro lo que está haciendo, sino saber llevar a papel sus resultados en reportes, en tablas, en conclusiones, en gráficas, es una habilidad que también debe tener el analista.

No se puede dejar de lado que también influye en el buen desempeño la habilidad que tenga el analista para sintetizar y capturar con la mayor velocidad, tener buena ortografía, redacción y leer con rapidez para canalizar la información mentalmente.

También los *conocimientos teórico-prácticos* son elemento importante para, por lo menos, saber distinguir adecuadamente los diferentes géneros periodísticos y tener una formación cultural de buen nivel.

Es viable destacar en este punto, que se toman en cuenta este tipo de conocimientos porque hay quien no conoce los principales actores políticos de México lo que se traduciría en un retraso laboral y en mal desempeño.

Aunque la mayoría de los informantes coinciden en que debe tener un conocimiento en comunicación y periodismo, hay quienes como Leopoldo Mendivil difieren: “El analista es un profesional que puede venir no nada más del área de periodismo, sino que es un sujeto que puede ser un sociólogo, un economista, que haga de la información y de su estudio su actividad, tal vez, primordial.”

Sin embargo, una cosa sí es cierta, no todos los profesionales conocen de géneros informativos que es una de las herramientas teóricas con que debe contar el analista de información por lo menos en Delfos Comunicación Prospectiva y en Especialistas en Medios, pues esto también cuenta a la hora de hacer el análisis de los hechos.

En conclusión, los datos arrojados con la metodología aplicada permitirán manejar, con más fundamento, las propuestas para delinear el perfil de un analista, sobre todo porque la problemática diagnosticada dará pauta a las recomendaciones/sugerencias para mejorar la práctica profesional dentro del capítulo III.

### CAPÍTULO III. Propuesta del perfil del analista de información

El presente capítulo pretende dar una interpretación de los problemas coyunturales y estructurales que permitirán establecer la propuesta del perfil del analista.

Para llegar a esta etapa de propuesta, se hizo necesario un diagnóstico previo que arrojó datos y cuestiones respecto a la actividad del analista de información y a la organización/distribución del trabajo de Delfos Comunicación Prospectiva que servirán de punto de partida en las propuestas y sugerencias para mejorar la actividad profesional.

Esas cuestiones servirán, a su vez, para definir de mejor manera los problemas que se dividirán en los que son de la práctica profesional y los de carácter institucional.

#### A. Problemas coyunturales/estructurales

Como toda actividad profesional, la práctica del analista de información, se encuentra constantemente en proceso de actualización y, por tanto, con una serie de problemas que tiene que sortear a diario.

Los problemas pueden ser de tipo coyuntural o estructural y se pueden dar tanto en el ámbito de la práctica profesional como a nivel institucional.

Para establecer soluciones más viables y específicas a continuación se presentan los problemas más recurrentes y las repercusiones que éstos pueden traer a corto, mediano y largo plazo.



## 1. Práctica profesional

La práctica profesional del analista de información es una actividad que a simple vista no tiene mayor dificultad, sin embargo, en el marco diario de trabajo se pueden encontrar una serie de obstáculos que repercuten en la eficiencia del mismo. Problemas de comunicación, de motivación, de falta de material o simplemente de recursos humanos, por nombrar algunos, se vuelven una constante dentro de la actividad profesional.

Para explicar esto de mejor manera, veamos el siguiente apartado.

### a. Coyunturales

Dichos problemas están ligados a la comunicación que fluye al interior de una organización y a las consecuencias que traen para el buen o mal funcionamiento laboral.

Pero además la existencia de problemas coyunturales desemboca en el poco rendimiento del trabajo y, en ocasiones, en las relaciones interpersonales que pueden darse al interior de un área o institución.

El sondeo realizado para el diagnóstico arrojó en el ámbito coyuntural los problemas más recurrentes.

#### 1) Falta de comunicación analistas-directivos

*Corto plazo:* El problema más grave que se encontró, siendo la empresa de carácter comunicacional (se hacen productos comunicativos: videos, cápsulas, estudios prospectivos, relaciones públicas) fue la falta de comunicación en la relación analistas-directivos. Las vías comunicativas inexistentes dentro de las áreas de síntesis y análisis de la información, ocasionan rumores mal infundados sobre la situación laboral del analista, lo que lleva a tensar el clima interpersonal.

El contacto personal con el gerente o director inmediato llega a ser nulo. Todo profesional necesita sentir que su labor tiene importancia y que es tomado en cuenta, sin embargo, tanto a escala directiva como gerencial algunas veces no se enteran si se presentó o no a laborar el analista, si necesita material, si la información está a tiempo o si falla la parte tecnológica (computadoras e Internet). Consecuencia: desinterés del analista hacia su trabajo.

*Mediano plazo:* En el sondeo realizado entre los mismos analistas, se encontró que su trabajo resulta infructuoso al no ser informado sobre algunos cambios que se dan al interior de las direcciones o gerencias. Muchas veces, por ejemplo, no se le comunica si hay nuevos clientes o si ya no se cuenta con alguno de ellos y, por ende, éste suele trabajar en vano, pudiendo poner atención en otros que sí tienen vigencia. Como consecuencia el analista no se interesa en conocer el tipo de información que se tiene que analizar y, por lo tanto, no se ocupa de buscar eficientemente la información que pueda contextualizar de mejor manera lo que sirva al beneficio del cliente.

## 2) Falta de interés en el trabajo

*Corto plazo:* El aspecto comunicativo inexistente, antes mencionado, en las áreas de síntesis y análisis de información, ocasionan desinterés del analista en los proyectos de 'nuevo ingreso'. Ya no existe participación ni disposición para colaborar en ellos y, en este caso, se traduce en una labor mecánica y monótona, es decir, la realización del trabajo se hace por inercia como si a diario estuviera escrito en alguna parte lo que hay que hacer en tiempo y espacio.

*Mediano plazo:* Muchas veces la función analítica del profesional se ve afectada porque se llena de información que se obtiene de la parte tecnológica (Internet) pero no de su cerebro (del analista). Esta labor llega a ser tan monótona que el analista se convierte en una especie de 'recortero' (término utilizado en distintas áreas de comunicación) porque nada más copia de un lado y lo pega en otro, dejando de lado la parte del análisis de información.

*Largo plazo:* Lo anterior se traduce en estancamiento de la actividad profesional porque el asunto se vuelve un círculo vicioso que siempre desemboca en lo mismo: síntesis informativa de 'pegotes'

### 3) Deficiencia laboral

*Corto plazo:* La deficiencia laboral, según los registros obtenidos del diagnóstico, es provocada por la falta de conocimientos básicos que el analista necesita para desarrollar su labor.

Los géneros periodísticos son de vital importancia en esta profesión para distinguir el tipo de notas que se tiene en los periódicos. Saber si se emite una opinión o si se trata de un hecho noticioso, es importante para realizar un buen análisis.

Por lo tanto, si no se cuenta con los elementos que sirven para determinar el tipo de información que se tiene en las manos, no se podrá catalogar ni clasificar la misma en el rubro correspondiente.

Asimismo, se puede ver que además de tener conocimientos básicos de géneros periodísticos, también debe poseer ciertas habilidades y destrezas que sirven para agilizar el trabajo diario. Tener buena redacción y ortografía, capacidad de análisis, rapidez de síntesis y captura, son requisitos indispensables de un buen analista pues sin el conjunto de éstos, lo que se plasme en papel carecerá de eficiencia.

*Mediano plazo:* El conocimiento de los actores políticos, los hechos nacionales e internacionales, se adquieren con la práctica cotidiana, siempre y cuando el interés por conocer lo que acontece en el panorama político sea atractivo para el que está haciendo el análisis. La razón es porque al conocer *quién* protagoniza *qué* cosa ayuda a descifrar los códigos prospectivos que se requieren para los estudios que se hacen en la empresa. Saber el futuro del hecho o el actor es muy importante para reconocer *porqué* afectó o no de determinada manera.

*Largo plazo:* Si no se cuenta con el interés suficiente, la sagacidad para visualizar los acontecimientos a futuro simplemente no existe y se traduce en *no benéfico* para el cliente, y en pérdida de la fuente laboral para el analista.

4) La formación educacional/cultural del analista

*Corto plazo:* El aspecto de la formación educacional que el analista recibe durante toda su vida, se nota en el desarrollo profesional que tiene al desempeñar una actividad en cualquier ámbito, no sólo en el de la comunicación periodística. Tener ciertos hábitos como el de la lectura de periódicos y revistas (en este caso), la sed de aprendizaje y superación, el desarrollo de nuevas habilidades, ayuda a forjar de mejor manera la profesión como analista de información.

Aunado a esto, la cultura general que otorga una carrera educativa permite visualizar de distintas formas su ámbito general. Por lo tanto, es indispensable poseer ciertos conocimientos culturales que ayuden a enriquecer positivamente un análisis informativo para no caer en errores que hagan que el cliente tome decisiones equivocadas.

*Mediano plazo:* La falta de preparación educativa puede ocasionar dos cosas: a) que el analista no sea capaz de desarrollar todas las actividades preparatorias para hacer un buen análisis; b) que el analista no sea capaz de fructificar adecuadamente para el objetivo perseguido.

*Largo plazo:* que la institución tenga que prescindir de los servicios del analista.

b. Estructurales

Estos problemas están ligados a variables que salen fuera de control del analista de información y que competen a la institución, pero que afectan de manera considerable al desarrollo de la actividad profesional.

Al igual que el aspecto coyuntural, durante el diagnóstico se encontraron varios elementos estructurales que tendrían graves consecuencias si no se solucionan a tiempo.

1) Solución de problemas técnicos que no le competen.

*Corto plazo:* El tedio que ocasiona solucionar problemas que no le competen al analista, provocan que estos se pasen por alto y se caiga en deficiencia laboral.

*Mediano plazo:* Para mantener el buen funcionamiento en las áreas de acción, no sólo de Delfos Comunicación Prospectiva, sino de otras como Especialistas en Medios, por ejemplo, el analista se tiene que convertir en una especie de 'todólogo' para dar soluciones inmediatas a todas las cuestiones que se vayan presentando. Cuando no funcionan las computadoras, cuando el servidor de Internet se desconecta, si los periódicos no llegan a tiempo o si la oficina no está abierta son algunas de las dificultades con que tiene que lidiar.

Los anteriores problemas ocasionan que muchas veces no se le dé importancia a cuestiones que sí la tienen y que al analista se le haga responsable del mal funcionamiento del área o gerencia.

*Largo plazo:* Aceptando estas funciones que no le competen, el analista provoca que el gerente o directivo delegue en él responsabilidades y funciones que solo les competen a ellos, lo que ocasiona que el trabajo no se realice en tiempo y calidad.

2) Falta de motivación.

*Corto plazo:* La motivación conceptualizada como "el deseo de hacer mucho esfuerzo por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la posibilidad de satisfacer alguna necesidad individual"<sup>19</sup>, es un factor importante en la vida profesional de todo analista, pero cuando este móvil no existe se puede convertir en una inconsistencia laboral.

---

<sup>19</sup> Herrera. González Rosa M. *La didáctica de los valores*. Ed. Castillo Monterrey, N.L., México, 1998. pp.41

Al analista ya no le interesa alcanzar una meta y objetivos para un proyecto, simplemente se concentra en cumplir a medias con una labor que ya no le es atractiva.

*Mediano plazo:* Cuando no existe el interés por desarrollar una actividad que forma parte del trabajo profesional de un analista, ésta se convierte en una especie de *obligación* que no satisface las expectativas ni del analista ni de la institución, por lo tanto, la relación que existe entre uno y otro se vuelve desgastante y fría, afectando de manera considerable el esfuerzo y entusiasmo con que en un principio se había hecho la actividad profesional.

*Largo plazo:* Las repercusiones que esto trae son graves porque al irse deteriorando la relación empresa-trabajador, este último busca el apoyo y empuje en otras opciones profesionales que le motiven a luchar por sus expectativas personales o laborales a futuro.

## 2. Institución

La institución o empresa es el campo más importante de acción de una práctica profesional, pero como todo, en el campo empresarial, se tienen deficiencias a nivel organizacional que afectan al desempeño del personal que labora en ella.

A continuación se presentan los problemas más recurrentes que, se considera, influyen dentro de la práctica del analista de información.

### a. Coyunturales

Los problemas que inciden coyunturalmente en el analista de información y su desempeño profesional se presentan en la práctica diaria de su actividad, pero también en el ámbito institucional que es la fuente directa de acción, laboralmente hablando.

De acuerdo al diagnóstico, los 'focos rojos' encontrados se enfocan en mayor medida a cuestiones de la empresa, aunque hay que resaltar que es difícil reconocer, por parte de los analistas, los errores o deficiencias que cada uno puede presentar en su desempeño profesional de manera objetiva, por lo que algunos de sus puntos de vista respecto al desenvolvimiento de las empresas pudieron haber sido arrojados subjetivamente.

A continuación se presentan los problemas más recurrentes.

1) Carencia de interés ejecutivo

*Corto plazo:* La falta de interés por la práctica que realiza el analista de información, es un factor que a corto plazo influye para que el realizador de la misma muestre apatía al realizar los proyectos. Se comienza por carecer de un clima de confianza analista-directivos donde se desconocen las diferencias laborales y existe un desajuste en la carga de trabajo.

*Mediano plazo:* Es obvio que al desconocer las carencias y debilidades de la práctica profesional, el gerente o directivo descargue cada vez más actividades sin detenerse a pensar en un posible consenso de trabajo para evitar la sobresaturación laboral que a mediano plazo trae como consecuencia el hastío de la actividad profesional.

*Largo plazo:* A la larga el gerente o directivo se concreta únicamente a decir 'qué' debe hacerse sin considerar un 'por qué' o un 'para qué' lo que causa inconformidad en los analistas por no ser tomados en cuenta para aceptar tanta carga de trabajo.

2) Carencia de metas claras

*Corto plazo:* En todo proyecto es importante conocer las metas y objetivos que persigue, no sólo la empresa, sino el área específica de trabajo.

"Las necesidades de los clientes y las soluciones a sus problemas son la razón de existir de las organizaciones; todos los empleados deben esforzarse de manera continua por mejorar la satisfacción de los clientes".<sup>20</sup>

Pese a la afirmación antes mencionada, cuando las metas individuales y las organizacionales son congruentes, la participación se realiza apropiadamente, pero es difícil reconocer la necesidad de un cliente si la empresa no la da a conocer, en primer lugar y, en segundo, no informa a los recopiladores de información del objetivo

<sup>20</sup> Lindborg, Henry J. *Fundamentos de equipos interfuncionales en la empresa. Recursos para la calidad*. Ed. Panorama, México, 1999, pp.29

concreto que se persigue, lo que da como resultado el poco o nulo esfuerzo para satisfacer laboralmente al cliente. El problema concreto es que ni la misma empresa tiene las metas bien definidas porque no se concreta a un solo punto de análisis, sino que quiere abordar varias cuestiones a la vez y ninguna se soluciona bien.

*Mediano plazo:* Comprender cómo se alinea la misión del equipo con el cliente favorece mucho el trabajo del analista de información porque se pueden asignar funciones y responsabilidades específicas a los integrantes del mismo para cumplir de mejor manera con el objetivo. Sin embargo, la falta de claridad en las metas ocasiona que se nulifique la identificación del equipo con el proyecto.

*Largo plazo:* Carencia de planificación en tiempo, recursos y normas de eficiencia lo que recae en atraso de posibles soluciones al cliente.

### 3) Falta de orientación de equipos de trabajo.

*Corto plazo:* Como se mencionaba en las habilidades de la práctica profesional, el analista de información debe tener capacidad de trabajar en conjunto, en equipos de trabajo eficientes que agilicen los proyectos que se tienen en las manos. Pese a las buenas intenciones, la mala orientación de un equipo de trabajo, resalta en un trabajo mal logrado, deficiente e infructuoso.

*Mediano plazo:* La carencia de valores que, a mediano plazo, pueden desorientar a un equipo de trabajo, ayudarán a detener el desarrollo de los elementos que lo integran. "Un equipo eficaz es una herramienta de desarrollo muy poderoso para cada miembro, incluyendo al constructor eficaz de equipos. Al crecer el equipo, también lo hacen las personas. De hecho, un equipo no es del todo eficaz a menos que las personas se hayan desarrollado dentro de él".<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Fales, White, Rupert. *Cómo ser mejor... formando equipos de trabajo*. Ed. Panorama, México, 1998. pp. 17



Los valores concretos referidos pueden ser falta de integración de los elementos del equipo, falta de respeto mutuo, de confianza y, en algunas ocasiones, de carácter o humor, lo cual no se daría si el gerente que dirige al equipo conociera cada una de las necesidades del mismo y proporcionara a éste los elementos de desarrollo que requiere para integrarse de mejor manera. Conclusión: falta de comunicación, de relaciones interpersonales y manejo de emociones que deben predominar en un equipo de trabajo.

*Largo plazo:* Las personas que toman las decisiones al nivel más elevado, no creen en el trabajo en equipo. Debido a la falta de integración y a la poca fructificación del trabajo, a escala ejecutiva se considera que el trabajo en equipo sólo sirve para relajar la labor y perder el tiempo, contrario a la aseveración de que el trabajo en equipo sirve para apoyar la línea de cualquier proyecto.

#### 4) Manejo de conflictos y problemas

*Corto plazo:* El debate constructivo muchas veces ayuda a dar solución a conflictos que se presentan en toda actividad empresarial. Pese a la grave consecuencia que traería la poca atención a dichos problemas, la empresa o institución no fomenta la discusión sana de los puntos de vista en conflicto, lo que ocasiona pérdida de la armonía y el "espíritu" interpersonales.

*Mediano plazo:* La falta de fomento a la discusión también evitaría a mediano plazo que se diera una mejor definición del problema, mejores y más alternativas de solución y la toma de buenas decisiones.

*Largo plazo:* El mal manejo de los problemas puede desembocar en rompimiento de las relaciones laborales con los empleados y en pérdidas materiales importantes para la subsistencia de la institución.

b. Estructurales

La estructura de una empresa, se distingue no sólo por la cuestión material que la conforma, sino por la forma organizacional que es importante mantener en práctica.

Los problemas de tipo estructural tiene que ver con la falta de recursos humanos y materiales, incentivos, capacitación, la planeación laboral y la organización de la institución o empresa, sin embargo, son tantas las cuestiones que se tienen que atender que a veces resulta poco fructífero el esfuerzo por solucionar todas las carencias al mismo tiempo.

De esta manera, se presentan algunos de los problemas estructurales que marcan el buen o mal desempeño de la práctica profesional.

1) Falta de apoyo ejecutivo

*Corto plazo:* Proporcionar apoyo ejecutivo, incluye no sólo la cuestión 'moral' por decirlo de alguna manera, sino también la capacitación y la proporción de los recursos materiales. La preocupación de la empresa porque su personal se encuentre bien capacitado, impulsa de mejor manera la vida laboral porque finalmente va a ser redituable el esfuerzo de la institución al fomentar la continua preparación de sus empleados. Suena bien, pero llevarlo a cabo en la práctica cotidiana cuesta dinero, tiempo y esfuerzo que pocas veces una institución está dispuesta a gastar tan espléndidamente en un empleado. El problema de las empresas de comunicación prospectiva, a corto plazo, es que debido a la entrega de trabajos bajo la presión del tiempo, nunca se implementan cursos, talleres o prácticas funcionales que ayuden a solucionar las carencias que puedan tener los analistas para eficientar más su trabajo. La preocupación radica más en cumplir con la misión que en entregarla con calidad.

Otro conflicto a solucionar de manera inmediata es la falta de recursos materiales y humanos que llegan a predominar en las áreas de recopilación y análisis de la información.

En muchas de las áreas todavía se estila la captura dentro de la síntesis, pero cuando no se tienen computadoras en buen estado, teclados completos, programas avanzados que agilicen el trabajo, la funcionalidad de la labor es prácticamente nula e ineficiente. Peor aún, cuando el trabajo está basado en la Internet, la labor se llega a parar totalmente debido a que la información que los periódicos publican en la red no puede ser 'bajada', como se dice ordinariamente.

A pesar del gran avance tecnológico que ha implicado tener una red mundial de comunicaciones (Internet), el trabajo humano todavía no ha podido ser rebasado por este paso tan moderno. Por lo tanto, la carencia de personal humano también es un problema que a veces no se soluciona de inmediato porque se piensa que puede ser suplido por una máquina o porque no se cuenta con el presupuesto para contratar otra persona.

*Largo plazo:* Ineficiencia laboral, pérdida material y de clientes de la empresa o institución, reducción del personal (despidos masivos), desaparición total o parcial de la empresa.

## 2) El sistema de la motivación

*Corto plazo:* La parte de la motivación es, quizá, el lado más apreciable para el practicante profesional de cualquier área, pero también la parte menos explotada por parte del nivel directivo. "Es importante no sólo decir 'qué' hacer, sino 'por qué' deben hacerlo".<sup>22</sup> No es que el móvil sea dar explicaciones para todo lo que se haga dentro de una área o proyecto, sino la simple apreciación y reconocimiento de lo que se haga en él.

Pese a lo anterior, el sistema de motivación es nulo o carece de 'apreciaciones' y 'celebraciones' del esfuerzo compartido por un equipo. Cuando el analista de información participa del proyecto o de la toma de decisiones se siente más motivado, amén de tener mayores posibilidades de desarrollo.

<sup>22</sup> *ib.*

*Mediano plazo:* Dentro de la cuestión motivacional, existe un sistema de recompensa, financiero o no, por el empeño mostrado en un proyecto, sin embargo, debido a factores como pagos por honorarios, falta de pago inmediato del cliente o carencia del sistema en una empresa, no se aplica en ninguna forma. Consecuencia: falta de participación del personal en los proyectos, a menos que éstos sean pagados, falta de significado intelectual y profesional hacia el proyecto, falta de disposición cuando los proyectos son obligatorios.

*Largo plazo:* El problema más grave, es que la falta de motivación orille al profesional analista a emigrar en busca de un buen sistema de reconocimiento del esfuerzo otorgado a su trabajo.

### 3) Falta de planeación y organización empresarial

*Corto plazo:* La planeación consiste en fijar el curso de acción que ha de seguirse, estableciendo principios que habrán de orientarlos. La falta de planeación en las actividades de cualquier empresa o individuo recae en desorganización de las tareas laborales porque no se sigue un orden lógico que conduzca la secuencia de operaciones en tiempo y recursos eficientemente.

*Mediano plazo:* El presente problema está muy ligado a la falta de metas claras y objetivos concretos a seguir. La planeación dentro de la empresa muchas veces se da en función de los llamados 'bomberazos' (término técnico para las emergencias), sin embargo, a pesar de que surgen inesperadamente, ya se debería tener agendado por lo menos el sistema a seguir en esos casos concretos. Se detectan tres puntos importantes al respecto: falta de objetivo (pérdida de tiempo); falta de políticas a seguir (guías generales de acción); falta de organización (¿cómo lo voy a hacer?).

*Largo plazo:* Respondiendo a las cuestiones de *planeación* (¿qué voy a hacer?) y *organización* (¿cómo lo voy a hacer?), a largo plazo, el mal manejo de ambas redituaría en desarticulación de los recursos materiales y humanos, es decir, se perdería la proyección del objetivo en tiempos en los que habría que cumplir las etapas necesarias del proyecto.

Consecuencia: deficiencia en las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos.

La problematización antes expuesta repercute de manera grave en el cumplimiento de la práctica profesional, pero también en el funcionamiento de una institución o empresa que ofrece servicios de análisis de información. El erróneo proceso de trabajo, la falta de organización o de recursos materiales son factores que el analista de información tiene que sortear en su deber diario, sin embargo, se podrían hacer sugerencias y recomendaciones que ayuden a que estos elementos disminuyan o desaparezcan dentro de las empresas de información.

#### B. Sugerencias/recomendaciones

Con las características arrojadas a través de la metodología y la problematización coyuntural/estructural arriba desglosada, se harán ciertas recomendaciones/sugerencias que aporten un elemento más al desarrollo profesional del analista de información.

Recapitulando un poco las fallas encontradas y los mecanismos mal orientados, a continuación se presentarán las sugerencias/recomendaciones que se consideran son las más apropiadas.

##### 1) La cuestión de la comunicación

En toda empresa o institución deben existir lazos comunicativos que ayuden al entendimiento de las áreas o grupos de trabajo, por lo tanto, se sugiere que existan ciertos conductos de comunicación que eficiente más la relación de los analistas con los gerentes o directivos.

La comunicación debe estar basada en un sin número de elementos entre los que se encuentran la confianza, el diálogo, el respeto por el trabajo propio y el de los demás, la cordialidad y el reconocimiento.

Pero para que existan todos los componentes antes mencionados, deben establecerse mecanismos que asimilen en la práctica las piezas para que exista una buena comunicación.

La comunicación entre los analistas y los directivos se podría establecer si los últimos hicieran circulares o comunicados para que por lo menos, aunque no hubiera contacto personal, se mantenga la información en circulación.

Otra sugerencia podría ser un pizarrón informativo en el que las circulares, comunicados, oficios o documentos importantes para el personal de la empresa, se colocaran de manera que pudieran ser consultados por todos.

Un buzón de comentarios, inconformidades o sugerencias ayudaría también a mantener al tanto a los directivos de las necesidades o carencias de los analistas para aportar soluciones viables que evitarían tantas pérdidas de tiempo, esfuerzo y dinero.

## 2) Reuniones periódicas y juntas.

La reunión es el medio principal de comunicación de los equipos de trabajo, pues aunque existen los servicios de red interna y de correo electrónico que pueden usarse para intercambiar información, de ningún modo reemplazarían las reuniones cara a cara ni el confrontamiento personal de los conflictos.

Se sugiere establecer para dichas reuniones:

- Límites de tiempo y apegarse a ellos
- Minutas e informes sobre el estado del proyecto, las debilidades y fortalezas. "Un análisis de deficiencias ayuda a desarrollar apoyos para el proyecto dentro de la organización y funciona como base para el desarrollo de mediciones del desempeño".<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Ib.

- Asimismo proporciona una guía sobre la manera más óptima en que el equipo puede actuar, al especificar si la deficiencia se encuentra en el proceso del proyecto, en las expectativas de los clientes o en los integrantes del mismo.
- Establecer planes a seguir para definir *quién* necesita la información, de *qué* manera se llevará a cabo el proyecto y *cuáles* serán los medios de difusión
- Fomentar las discusiones sobre los puntos en conflicto, siempre manteniendo la armonía, así como reconvenir las técnicas de resolución y desarrollo de consensos
- Finalmente, llegar a un acuerdo en el que las partes queden conformes con las soluciones o sugerencias que fueron aportadas durante las juntas, y elaborar un reporte informativo que contenga los puntos más destacados que se trataron durante la reunión
- Las reuniones podrían llevarse a cabo los viernes en la tarde que ya están más relajadas las labores, con duración de una hora máximo, o bien, llevarlas a cabo mensualmente cada último viernes de mes con una duración de dos horas máximo

### 3) Planeación y organización de las actividades

La planeación conceptualizada como: “el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlos, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempo”<sup>24</sup>, es quizá el paso más importante para que la realización de cualquier actividad se defina con éxito.

Las actividades de un equipo de trabajo deben documentarse en un plan de proyecto que incluye tiempo, recursos y un programa de acción que se refiere a la línea de conducta que se ha de seguir, así como las etapas que hay que abarcar.

---

<sup>24</sup> Münch. Galindo Lourdes. *Fundamentos de Administración*. Ed. Trillas, México, 1990. pp. 63

Cuando surgen los llamados 'bomberazos' cada quien realiza una actividad específica pero no hay planeación en la ejecución de las mismas, no existe un orden o una línea de acción. Por lo tanto, los resultados son medianamente satisfactorios o no cubren las expectativas que el cliente esperaba obtener.

Se sugiere que los planes de acción se establezcan como una de las políticas no sólo del área de síntesis y recopilación, sino del curso a seguir en cualquier gerencia o dirección. Que las cosas no se improvisen porque hay una situación de emergencia sino que existan patrones ya establecidos que ayuden a la mejor orientación del proyecto.

#### 4) El interés por el trabajo

Uno de los problemas que más afectan la labor del analista de información es la falta de interés por el trabajo que se realiza. Para que no suceda de manera constante, hay que motivar la actividad de los analistas haciendo que sus tareas no resulten monótonas. Realizar síntesis informativa resulta de por sí desgastante cuando se hace lo mismo todos los días, pero si se establece un sistema de reconocimiento por los resultados obtenidos, se puede motivar la actividad del analista.

El incentivo no necesariamente tiene que ser monetario, aunque no estaría de más, simplemente con recordar que la labor que efectúa el analista es el primer peldaño para construir escenarios o hacer correctamente el análisis, es suficiente elemento para que se sienta recompensado por el esfuerzo.

El estancamiento que produce una 'obligación', como algunas veces se siente, puede romperse haciendo saber, quizá en las juntas o reuniones, que todo tuvo un fin que fructificó porque el cliente quedó conforme con lo hecho o porque los resultados acrecentaron las expectativas de la institución.



5) Deficiencia laboral

Cuando el personal que se contrata no está suficientemente preparado o no posee los conocimientos que se requieren para hacer análisis informativo, la deficiencia laboral se hace presente para obtener bajos resultados.

Por eso, se sugiere que cuando haya un 'nuevo ingreso' al equipo de trabajo, se aplique un examen de conocimientos y habilidades para saber si será apto o no al ejecutar las labores.

El contenido del examen se basaría en preguntas como si conoce los géneros periodísticos, un ejercicio de redacción y ortografía, rapidez de síntesis y captura, conocimiento de los actores y entidades políticas y un ejercicio para conocer su capacidad de análisis.

6) Los equipos de trabajo

La mala orientación de los equipos de trabajo consiste no sólo en la poca atención por parte de los directivos, sino en la nula identificación de los equipos con el proyecto a seguir. Si no existe este factor, el trabajo podría venirse abajo.

La recomendación para este conflicto sería poner más atención en las actividades que se realizan y, al igual que en el punto anterior, deben hacerse reconocimientos para incentivar las tareas.

Dentro de las juntas periódicas que se recomiendan, podrían ser referidas las necesidades y carencias que se tienen a nivel técnico (computadoras e Internet) y a nivel humano, mantener una discusión al respecto podría mejorar el desarrollo de los equipos de trabajo y establecer un diálogo de confianza en donde se exhibieran las inconformidades que existieran.

De esta manera a escala directiva se crearía más en el trabajo en equipo y se cumpliría la aseveración de que la labor en conjunto, lejos de relajar la actividad, apoya la línea de cualquier proyecto.

En conclusión, el manejo de estas sugerencias/recomendaciones sirve a la larga para mejorar el crecimiento de un proyecto y de la misma institución, por ello, se tomarán en cuenta para delinear más el perfil del analista de información en el siguiente apartado.

### C. El perfil del analista de información

Para describir más a fondo las cualidades que debe poseer un analista de información se tiene que conocer qué se entiende por perfil.

El perfil de las cosas ayuda a conocer ciertos aspectos que se quieren conocer de ellas; su contenido, disposición o naturaleza. Sin embargo, el perfil no sólo muestra los componentes de las cosas, también retrata los rasgos, habilidades y conocimientos de las personas para conocerlas mejor.

Para hablar del perfil del analista de información se tiene que asentar el campo en el que trabaja: la comunicación política. Para definir este rubro hay que ver primero lo que es la comunicación en general.

Si se retoma la definición de Manuel Martín Serrano acerca de que la **comunicación** es la capacidad que poseen los seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información, se hace necesario reconocer, también, las tres piezas fundamentales del esquema comunicativo:

- a) *la fuente*, selección de los signos significativos
- b) *el mensaje*, información descifrada
- c) *el destino*, interpretación del significado del mensaje<sup>25</sup>

Partiendo de esta premisa, se puede decir que la comunicación es el proceso social fundamental, "sin ella, no existirían los grupos humanos y las sociedades".<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Nethol, Ana María. *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. Universidad Nacional Autónoma de México, México. p. 70

<sup>26</sup> Schramm, Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. Ed. Grijalbo. 1982  
México-Barcelona. pp. 4

El lector se preguntará para qué dar una definición de lo que es la comunicación. La respuesta es simple: hay que comprender lo que es el proceso comunicativo para dar paso a una vertiente que hoy en día está teniendo un gran auge: la **comunicación política**, campo en el que se desenvuelve un analista de información.

Para Belisario Solano, diputado y periodista costarricense, "la comunicación política es, sin duda, el instrumento más importante que liga la acción y el pensamiento de los políticos con la sociedad civil de las naciones".<sup>27</sup>

No fue casualidad que la comunicación política haya tomado más fuerza en los últimos tiempos. Las elecciones, las campañas, los actores políticos que protagonizaron las pasadas ternas gubernamentales, hicieron que el ámbito fuera más explotado. Sin embargo, para Delfos Comunicación Prospectiva, éste no fue un campo en el que se incursionara por primera vez. Desde que la empresa fue fundada, el objetivo fue atacar un campo poco aprovechado, hasta entonces. Como lo explica el Leopoldo Mendivil en entrevista, "si la iglesia ha explotado la comunicación social, por qué no explotar ahora la comunicación política".

Ahora bien, en combinación con la comunicación política, también se incursiona en el terreno de la prospectiva política.

Para tener licencia en formular una buena definición, se puede tomar como emblema la frase del filósofo Maurice Blondel "El futuro no se prevé sino se construye". El punto al que se quiere llegar es que cuando se analizan las situaciones o hechos se encuentran ciertas tendencias que ayudan a determinar el curso de los mismos.

A partir de la obra de Gaston Berger<sup>28</sup>, se puede considerar la Prospectiva como una actitud mental de concebir el futuro para obrar en el presente.

<sup>27</sup> Solano, Belisario. *La comunicación política: ¿la diesta o la siniestra del poder político?* En Revista Latina de Comunicación Social, Año 3, No. 33, Septiembre de 2000. pp. 1

<sup>28</sup> Berger, Gaston. *Phénoménologie du temps et prospective*. Presses Universitaires de France, París, 1964. pp. 89

En Delfos lo que se trata de hacer es de ubicar al cliente en un futuro probable y en uno deseable y el papel del analista de información es convertirse en experto conocedor de los acontecimientos para que los actores tomen las decisiones claves con respecto al problema que se está estudiando; para ello, se construyen escenarios posibles y se deduce, por medio de técnicas de probabilidad, el camino que habrán de seguir.

Aclarado el proceso de trabajo y la incursión de la comunicación en el mismo, se puede definir al analista de información como aquel lector de noticias que funge como decodificador de mensajes en los medios escritos y que al mismo tiempo planea estrategias y modifica tendencias informativas.

Así, el perfil del analista de información, arrojado en el diagnóstico, podrá describir las peculiaridades que determinarán si éste puede aplicarse en todas las instituciones que realizan las mismas labores, no sin antes aclarar que cada empresa tiene distintas maneras de institucionalizar el nombre de un puesto según las necesidades que requiera cubrir.

#### 1. Rasgos intelecto-emocionales

El carácter del analista de información no requiere de muchos razonamientos, simplemente debe poseer paciencia para trabajar bajo presión, entereza para terminar una labor, amor hacia su trabajo, respeto hacia su ocupación y el del resto del equipo, confianza para expresar sus emociones como el enojo, la inconformidad, pero también sus logros y fortalezas.

El reconocimiento hacia su propio trabajo es un arma que le servirá para impulsar su desarrollo profesional, para apreciar las actividades que realiza, para aprender que el lugar en el que trabaja es, finalmente, el que le proporciona sustento, pero también el que le otorga crecimiento, superación y experiencia que podrá aplicar en futuras oportunidades laborales.

El gusto por analizar hechos que no todos conocen, es otro detalle que debe poseer porque aquel analista que realiza su trabajo sin apego e identificación hacia su labor, será el que nunca cumpla las metas para las cuales trabaja. Hacer actividades que no satisfacen las propias expectativas y las de la institución causa frustración y tedio, cosa que resaltarán en mediocres resultados.

Disposición es una cualidad que no debe faltar en un buen analista de información porque, algunas veces, las faenas son largas y surgen de repente. No se cuenta con un horario establecido ya que cuando surgen los llamados 'bomberazos', las tareas se complican y se tienen que realizar de un día para otro lo cual implica quedarse hasta noches completas. Se tiene que estar acostumbrado a que los requerimientos del cliente no pueden esperar y que el tiempo no cuenta para sacar adelante alguna situación.

Los rubros antes mencionados, dan contorno a los elementos que forjan su carácter personal como profesional, pero en términos de trabajo. Existen otras piezas fundamentales de la estructura mental que se desarrolla con esta actividad.

La práctica como analista de información le permite al sujeto que la desempeña, obtener la ventaja de mantenerse empapado de hechos noticiosos para conocer el entorno que le rodea. Conocer las noticias del ámbito político, social, económico y cultural trae consigo el sentido que tienen los medios dentro de la comunicación y, al mismo tiempo, mantener amplio conocimiento para entender cómo hechos que aparentemente no tiene que ver con la política, por ejemplo, impactan en ella.

Los conocimientos adquiridos durante esta práctica, le dan la oportunidad de ser más analítico, de pensar porqué se produce la controversia, en qué sentido giran las noticias y opiniones que se generan de ellas, amén del interés por leer y aprender de las mismas.

Si se mentaliza el proceso de análisis que es materia dentro del aspecto laboral en cuestión, existe un componente que sirve para mantener esta capacidad analítica: el **sentido común**, que se limita

a entender la realidad a partir de las autocomprensiones del mundo vital primario.

Sin embargo, si se entendieran los acontecimientos en este primer nivel, no se estaría hablando de una actividad fundada en el **conocimiento científico** que se requiere para llevar a cabo un sistema profesional de análisis.

La superación del sentido común se lleva a la pr+actica cuando teóricamente se reproducen conceptos y se adquiere la capacidad para transformarlos.

Las dos modalidades primordiales del sentido común que ocupa el analista tienen que ver con la **intuición** y con la **objetividad**.

La primera, como se explica en el Capítulo I, es la capacidad para reconocer los fenómenos nuevos, para advertir los aspectos problemáticos y las "interrelaciones" que determinan una totalidad construida. Reconocer qué reacciones trae una declaración o un hecho noticioso, parte de la intuición que se obtiene de la experiencia.

Así, se comprende que la intuición sirve para: articular sucesos y datos que aparentan estar sueltos, desarrolla la capacidad de comprender y prever los fenómenos a futuro.

Al mismo tiempo, la **objetividad** impide parcializar una problemática, es decir, no comprenderla dentro de la reflexión teórica que se está suscitando.

En el camino analítico de la práctica, actuar subjetivamente, daría pauta a opinar espontáneamente, a reaccionar sin pensar, a caer en el error de conseguir información y tomar decisiones sobre la marcha, con lo que se insertarían las opiniones acríicas de los hechos noticiosos.

Dadas dichas referencias, habrá que explicar las habilidades que la práctica requiere para superar los errores.

## 2. Habilidades

Las habilidades conceptualizadas como capacidad y destreza para realizar alguna actividad, son fundamentales para la buena orientación de un equipo de trabajo.

Como habilidades se enumeran las siguientes:

- a. Lectura rápida: el analista deberá leer con rapidez para captar mentalmente la información que servirá a la síntesis informativa. Los procesos mentales son los últimos en la estructura del pensamiento analítico, pero son la base de las capacidades del analista.
- b. Capacidad de síntesis: el analista deberá distinguir los puntos más importantes de una nota para resumir brevemente lo más destacado.
- c. Rapidez de captura: cuando no se cuenta con la tecnología de la Internet, donde se pueden encontrar las noticias resumidas, el analista deberá capturarlas con rapidez para obtener el reporte informativo que se requiera.
- d. Tener buena ortografía: el aspecto ortográfico es una habilidad que se adquiere desde los primeros años escolares, pero no todos tienen el beneficio de saber escribir correctamente las palabras, por lo que el analista deberá consultar manuales y guías para acrecentar su ortografía. Sin embargo, el profesional que quiera dedicarse a esta práctica tiene la obligación de poseer la destreza de escribir correctamente.
- e. Tener buena redacción: el analista deberá poseer la habilidad de plasmar en papel las ideas correctamente. Poner algo por escrito implica cuidar la sintaxis, la concordancia de las palabras, poseer amplio lenguaje para no repetir un término en la misma frase o enunciado, y cuidar la lógica dentro del texto.

- f. Manejar equipos de cómputo: el analista deberá conocer de las nuevas tecnologías que trae consigo el uso de la computadora. Un analista está obligado a conocer los procesadores de palabras, a saber consultar las bases de datos, los programas interactivos, saber navegar por Internet, manejar correctamente los programas de cómputo, las herramientas de Office y Word, y mantener en buen estado su equipo.
- g. Capacidad de análisis: el profesional que quiera dedicarse a esta práctica deberá tener capacidad de análisis para saber en qué momento la información requerida puede ser utilizada y darle credibilidad. El análisis consiste en captar hacia donde se dirige tal o cual noticia, qué repercusiones traerá consigo, por qué causa controversia, qué actores influyen para que se difunda de determinada manera, cómo afecta al entorno social y político, y finalmente a quién servirá lo obtenido en las conclusiones.
- h. Poseer claridad y sagacidad en el proceso informativo: el analista deberá saber plasmar en papel el desarrollo de los procesos. Todo analista deberá llevar control del proceso que desarrolla, pero también tener claro el objetivo que se quiere cumplir y, sobre todo, saber llevar a papel sus resultados en reportes, tablas o informes.

### 3. Conocimientos teórico-prácticos

Los conocimientos teórico-prácticos, se refieren a los adquiridos durante su vida escolar y durante su vida profesional, es decir, están basados en la formación educacional que recibió el practicante, por eso es importante que el sujeto esté preparado a nivel universitario, sobre todo en el ámbito de la comunicación o el periodismo. Hay conocimientos que no poseen los egresados de otras ramas educacionales, razón por la cual se especifica de qué carrera debe provenir el analista de información.



Como la herramienta principal del analista de información son los medios de comunicación impresos, se debe conocer de géneros periodísticos. Hay que saber distinguir lo que es una nota informativa, de lo que es un artículo, reportaje, editorial, crónica o columna. Asimismo, qué géneros son de información y cuáles de opinión.

¿Por qué es importante tomar en cuenta estos conocimientos? Porque para hacer un buen análisis se debe tomar en cuenta si la información proviene de una simple nota informativa del reportero X, o si proviene de la opinión de un columnista con la tendencia del periódico en que escribe. Es importante para el escenario político, por ejemplo, conocer una opinión con cierta tendencia porque así se puede determinar el curso que ha de seguir el hecho y poder proyectar éste hacia el futuro, es decir, aplicar la comunicación prospectiva para estimar el impacto que los eventos noticiosos tendrán en el objeto de análisis.

Poseer una cultura general también es uno de los conocimientos que debe tener el analista de información. Nunca se sabe cuándo se aplicará un conocimiento matemático si de hacer gráficas o estadísticas se trata, o cuándo se medirán numéricamente las opiniones de los lectores o periódicos sobre algún tema. Conocer los actores del ámbito político, social o cultural puede ser importante si se toman en cuenta que son los protagonistas del acontecer diario. Todas estas piezas juntas proporcionan al analista elementos para hacer un buen análisis.

#### 4. Roles y funciones del analista de información

La revisión de periódicos, el recorte de las notas más destacadas, la clasificación por temas de las noticias, la repartición de la información, el análisis y la captura son algunas de las funciones(definir) que tiene que realizar el analista de información.

Además de las mencionadas funciones, existen dos muy destacadas:

- ◆ Construir una base de datos: las bases de datos son las condiciones iniciales del trabajo del análisis. Dichas bases, incorporan toda la información que se está abarcando y las que servirán como suministro para consultar cualquier tema de análisis.
- ◆ Armar carpetas informativas: los resultados finales del análisis deberán ser comunicados por medio de carpetas informativas que contengan los puntos más importantes en resúmenes, informes, gráficas o tablas para facilitar más su lectura y exposición.

Todo este proceso se puede reconocer gráficamente en la siguiente representación. (véase fig. 3)

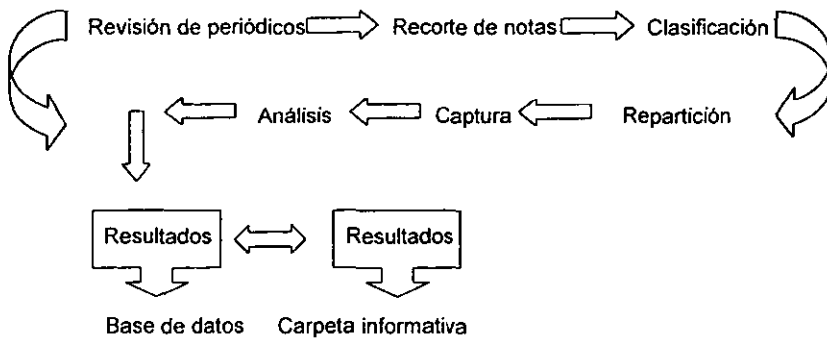


Fig. 3 Proceso de trabajo de un analista de información

Todo analista de información debe tener clara la misión, los objetivos, las hipótesis, las tareas analíticas y las estrategias de planeación de su trabajo. Por ello, el analista debe proveer productos inteligentes que satisfagan los requerimientos de información que reduzcan la incertidumbre del cliente y ayuden en la toma de decisiones.

Lo anterior se puede llevar a cabo con la división de los roles que se funguen en las actividades diarias.

- ♣ **Identificación de la información:** todo analista debe determinar qué información se requiere para poder hacer el análisis.
- ♣ **Planeación:** en un plan de acción, el analista enumera la información necesaria y su importancia contextual para el análisis.
- ♣ **Utilidad y credibilidad de la información:** el analista determina el significado de la información obtenida, en qué momento se dará utilidad y citar la fuente de información para otorgar credibilidad al análisis.
- ♣ **Rescate de la información:** el analista deberá verificar en los periódicos todas aquellas noticias que den un contexto para amoldarlo a las necesidades y requerimientos del usuario que, en este caso, es el cliente.

En resumen, el analista de información debe poseer emociones como la paciencia, la entereza y el amor hacia su trabajo, que le permitan controlar aquellos conflictos que afectan su desempeño profesional; debe poseer ciertas habilidades como la lectura rápida, capacidad de síntesis y análisis, rapidez de captura, buena ortografía y redacción, que le permitan desarrollar mejor su labor, sin mencionar, todas las que adquiera con la práctica profesional; debe contar con misiones y objetivos claros para determinar su rol en el análisis informativo; y debe poseer conocimientos teórico-prácticos que le sean proporcionados por la preparación escolar, además de las que adquiera con las experiencias del acontecer diario. (véase fig. 4)

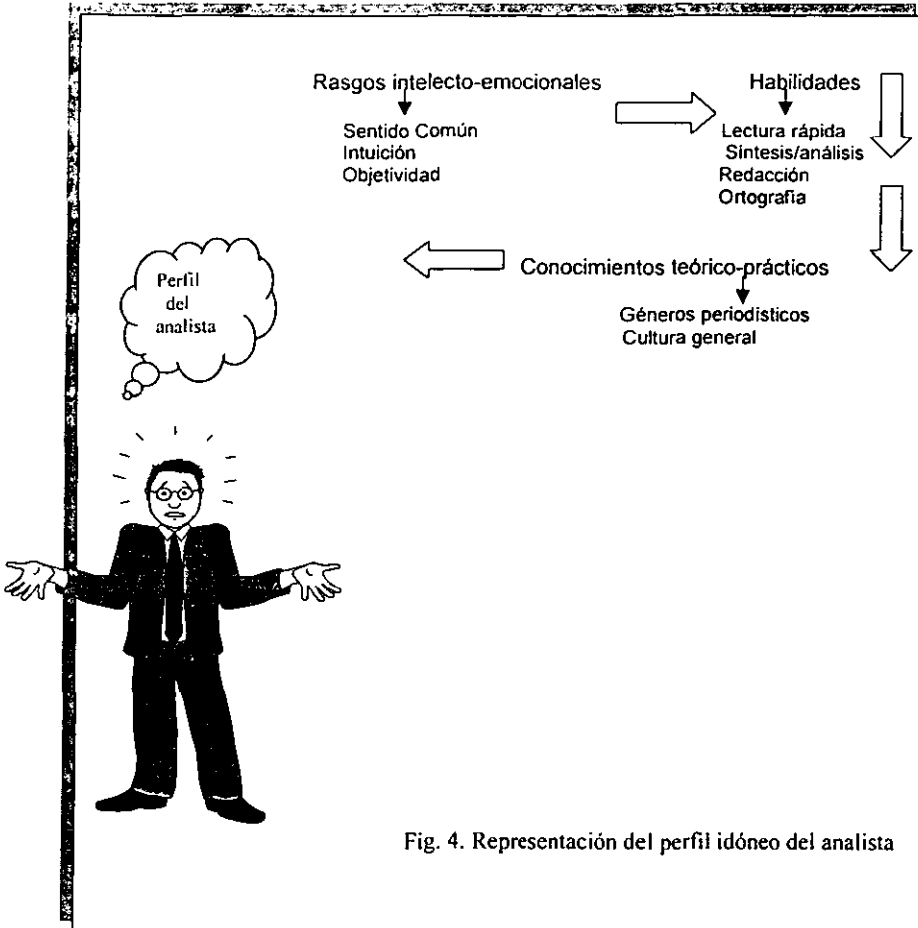


Fig. 4. Representación del perfil idóneo del analista

Además, se puede decir que la actividad del analista de información si es una diligencia de la comunicación porque ésta funge como mediadora en los procesos de intercambio de información entre los actores, el entorno y el futuro.

El paso siguiente del presente trabajo, será determinar si todos los conocimientos teóricos que el analista recibió durante su formación universitaria, le han servido para desarrollar de mejor manera su práctica profesional.

## CAPITULO IV. Consideraciones finales. Conclusiones

El presente capítulo intenta englobar el objetivo que persigue un trabajo de memoria del desempeño profesional en donde los conocimientos adquiridos dentro de la formación universitaria se confrontan con la práctica profesional para ver qué tanto de la enseñanza en las aulas sirvió al desarrollar la tarea laboral.

La misión de un texto de esta índole es desplegar propuestas y alternativas que orienten a los recién egresados respecto a las habilidades y nociones necesarias para desempeñar de mejor manera actividades empresariales.

El apartado se abrirá desde dos perspectivas: la formación y la práctica profesional. En la primera, se dará una visión general de las características y el perfil académico que proporciona la carrera de *Periodismo y Comunicación Colectiva* en la ENEP Acatlán y, en la segunda, se podrá observar la aplicación de los conocimientos adquiridos durante los cursos dentro del ejercicio ocupacional.

### A. Características de la formación profesional

Formar parte de la comunidad universitaria significa, para muchos, la oportunidad de adquirir una preparación que les permite mirar su entorno con más elementos de juicio, entender mejor al hombre y la naturaleza, transformar en alguna medida el estado de las cosas, aportar algo valioso en beneficio de los demás y el propio, crecer intelectual, emocional, física, ética, científica y culturalmente.

La carrera universitaria brinda la cultura básica necesaria que incrementa los conocimientos y proporciona las herramientas para acceder al mercado laboral, o a la superación de la vida personal.

Dentro del plan de estudios que tiene la rama de Ciencias de la Comunicación se pretende que el egresado de la misma sea el profesional que elija el medio y la forma de comunicación (directa o indirecta, interna o externa, verbal, gráfica o visual) y que aplique sus conocimientos teóricos, métodos y técnicas de acuerdo a las circunstancias sociales, económicas y políticas en que se produce,

además, será el que emplee diversos lenguajes de los medios de comunicación manteniendo un compromiso social con el público al que se dirija.

Las actividades en que puede orientar sus conocimientos y habilidades pueden variar dentro de:

- ♣ Análisis de los fenómenos comunicativos
- ♣ Producción y distribución de información
- ♣ Diagnóstico y planeación de acciones comunicativas
- ♣ Investigación y docencia en comunicación

Asimismo, las destrezas laborales que adquiera durante la formación profesional, pueden ser desarrolladas en instituciones y empresas públicas y/o privadas, que produzcan, distribuyan y consuman información al exterior o interior de las mismas como:

- ♣ Diarios
- ♣ Revistas
- ♣ Radiodifusoras
- ♣ Canales de televisión
- ♣ Empresas de cine
- ♣ Agencias informativas
- ♣ Agencias de publicidad y propaganda
- ♣ Editoriales (que se encargan de imprimir y difundir la obra de un autor)
- ♣ Oficinas de prensa
- ♣ Oficinas de Relaciones Públicas y Comunicación Social
- ♣ Lugares de enseñanza e Instituciones de Investigación

Lo antes mencionado tiene un fin específico que va encaminado a tres áreas fundamentales:

a) Al lenguaje y características de los medios, por ejemplo: el periodismo escrito, radio, televisión, audiovisuales, cine

- b) A la comunicación que atiende determinados sectores del país, así como la que se agrupa en el campo de la cultura popular, la salud, la ecología, entre otros
- c) A la que abarca la enseñanza y la investigación

Asimismo, el alumno que desee cubrir la rama de las Ciencias de la Comunicación debe poseer ciertas habilidades y actitudes deseables para el estudio de esta profesión como:

- ✦ Aplicar las metodologías de investigación científica para el análisis y evaluación de acontecimientos y fenómenos relacionados con el proceso de la comunicación
- ✦ Capacidad de redacción y buena ortografía
- ✦ Habilidad para expresarse en forma oral y escrita
- ✦ Capacidad para analizar y sintetizar
- ✦ Interés por los medios de comunicación
- ✦ Creatividad
- ✦ Interés por la lectura
- ✦ Preocupación por los problemas nacionales e internacionales
- ✦ Elaborar técnicas de comunicación que permitan mejorar y transformar los sistemas ya existentes para favorecer el desarrollo de la opinión pública

Por ello, la carrera de *Periodismo y Comunicación Colectiva* que actualmente imparte la ENEP Acatlán, mantiene un programa escolar que lo mismo imparte asignaturas de conocimientos generales como matemáticas, ciencias políticas, sociología o metodología, que sirven de base para la formación educativa de los egresados, o bien, las que cubren el perfil antes mencionado que incluyen, además, materias de índole periodística como géneros, leguaje comunicativo, teorías de la misma especie y técnicas de radio y televisión que ayudan a cimentar la práctica profesional.

El estudiante de esta profesión, está en la obligación de reconsiderar sus metas, de trazar planes para lograrlos, de mejorar los hábitos de estudio, de organizar mejor su tiempo; y, en concreto, de asumir la responsabilidad que significa cursar una licenciatura



universitaria en periodismo que, a su vez, proporcionará los elementos teórico-prácticos para lograr, en un futuro, el cumplimiento de sus actividades laborales.

Para ingresar a esta carrera, el alumno debe dominar gramática, pues el lenguaje oral y escrito es instrumento indispensable en esta profesión, también requiere conocimientos básicos de lógica, investigación documental y de campo así como una cultura general actualizada con la lectura y análisis de los medios de comunicación.

Asignaturas como *Introducción a la Sociología, Teoría Económica, Técnicas de Investigación Documental y de Campo, Introducción a las Matemáticas, Derecho Constitucional, Elementos de Lingüística*, son algunas de las piezas claves para orientar los conocimientos generales del alumno dentro de su formación cultural y humana.

Más adelante, los *Géneros Periodísticos* (nota informativa, entrevista, reportaje, artículos, editoriales, crónica), *Teorías de la Comunicación Colectiva, Desarrollo de los Medios de Comunicación, Ética de la Comunicación, Organización y Funcionamiento de las Empresas Comunicativas, Técnicas de Información por Radio y Televisión*, darán pauta para reproducir el conocimiento adquirido en la escuela dentro del mercado de trabajo.

La participación conjunta del profesorado y de la comunidad estudiantil, permiten acrecentar las posibilidades de aprender con procesos que dan paso a la realización de las tareas académicas con el nivel de exigencia con que son asignadas.

Dentro de la formación periodística, se faculta al alumno para aumentar el pensamiento crítico y asumir una actitud creativa y participativa que le ayuden a orientar sus aptitudes hacia la libertad de expresión en forma responsable.

En contraparte con universidades que siguen implantando la enseñanza tradicional donde el profesor es el poseedor del saber y los estudiantes deben atender, registrar y copiar fielmente la información, la licenciatura de *Periodismo* en la ENEP Acatlán ha

formado generaciones donde se fomenta la participación y la toma de decisiones de los estudiantes, promueve el manejo de métodos para lograr el acceso al conocimiento y, además, reconoce la visión de los alumnos en su proceso de aprendizaje, que culmina con la práctica de su esfuerzo autónomo y espontáneo.

El objetivo del sistema es lograr que el estudiante tome conciencia del papel que jugará en la práctica profesional con el autoconocimiento de sus posibilidades y limitaciones, pero al mismo tiempo que refleje todos los conocimientos adquiridos durante el curso en las metas que le sean encomendadas laboralmente.

#### 1. Aportaciones de la formación profesional

El trabajo intelectual de un estudiante universitario tiene, como uno de sus principales objetivos, el *aprendizaje significativo*. El hecho de ir a clases, atender, tomar apuntes, participar en las discusiones, estudiar, elaborar trabajos, realizar experimentos, contestar cuestionarios, en suma, todo aquello que puede ser calificado como trabajo intelectual universitario, va enfocado hacia la adquisición de conocimientos, hábitos y actitudes, que pueden ser englobados bajo el nombre de *aprendizaje significativo*.

"El aprendizaje significativo es el que tiene *sentido* en la vida de una persona; es la *asimilación* de elementos captados como algo relacionado en forma personal con el sujeto que aprende. El aprendizaje significativo es *asimilación con sentido*."<sup>28</sup>

A opinión contraria, la que suscribe el presente trabajo de memoria del desempeño profesional opina que el párrafo anterior describe la que podría ser la mayor aportación que una escuela puede proporcionar a sus alumnos. El aprendizaje, en mayor o menor grado, siempre será la mejor dote que una institución educativa herede en todos los sentidos.

---

<sup>28</sup> Gutiérrez, Saenz Raúl. *Metodología del Trabajo Intelectual*. Ed. Esfinge. México, 1983. p.p. 17. 18

La razón es muy simple: cuando una persona asimila efectivamente un conocimiento, lo que hace es asociarlo o conectarlo con los conocimientos que ya poseía. De esta manera, todo ellos forman un cierto bloque unitario que se funde con el desarrollo del sujeto.

Por ello, las aportaciones que da la formación profesional de la carrera de *Periodismo y Comunicación Colectiva* a sus alumnos son muchas y muy valiosas, ya que el aprendizaje significativo hace que se fomente, entre otras cosas, el sentido crítico del estudiante y éste es el estandarte bajo el cual se acoge la licenciatura antes mencionada.

Pero las capacidades que una institución como la ENEP Acatlán puede alcanzar, no se traducen nadamás en el aprendizaje. Se puede mencionar que otro de los logros que la escuela tiene al respecto, es que sin toda la infraestructura con la que cuentan las escuelas privadas, los egresados pueden tener un nivel de competencia tan elevado como el de cualquier otro.

Lo importante no es tener las instalaciones más modernas y tecnología de punta, sino saber aprovechar los recursos con los que se cuenta; después de todo, la creatividad y el ingenio no provienen de los recursos materiales.

Contrario a lo que se pudiera pensar, el sistema de simulación que se implementa en los talleres y laboratorios en los que se imparte radio, televisión, audiovisuales o fotografía, tiene un valor didáctico porque permite que el grado de error que se pudiera cometer en la práctica, sea reducido al experimentarlo en las distintas áreas de la escuela. Entre más simulación se realice, más eficiente se puede ser en los procesos laborales. Es importante aclarar, en el punto anterior, que la escuela jamás podrá igualarse a las actividades profesionales, por lo tanto, no hay que esperar más que una aproximación de lo que es la práctica de trabajo.

Asimismo, la actividad del analista de información, como tal, no está contemplada dentro del plan de estudios de la carrera de *Periodismo y Comunicación Colectiva*, pero existen materias que sirven de base para poder realizar la labor: los géneros periodísticos

y las asignaturas de política, economía y sociología que engloban las herramientas básicas de la actividad profesional antes mencionada. Las áreas de lenguaje periodístico sirven de apoyo para distinguir los géneros de opinión de los de información, asimismo las materias político-económico-sociales dan pauta para agilizar los procesos de análisis que conllevan las carpetas informativas y los estudios prospectivos.

Por otra parte, algunas teorías comunicativas que se implantan en la licenciatura de *Periodismo* sirven de apoyo para desarrollar el tipo de actividades como las del analista de información.

La comunicación organizacional, por ejemplo, sirve para desarrollar estrategias y planes de acción cuando se dirige un grupo o equipo dentro de un área específica. Ese sería el siguiente paso de crecimiento profesional que daría un analista de información: coordinar un área de síntesis y análisis que cumpla no sólo con las metas del proyecto sino que aumente las expectativas de la empresa o institución en que se esté laborando. Las técnicas de comunicación organizacional, se encuentran dentro del rubro de herramientas más completas que se imparten dentro de la carrera, por tanto, la asignatura de *Organización y Funcionamiento de las Empresas Comunicativas* es una opción que acrecenta las posibilidades de aplicar los conocimientos comunicativos que se siguen en las tareas de las empresas o instituciones.

Al mismo tiempo, el estudiante de *Periodismo* tiene la facilidad de poder expresar, a través de la escritura, el pensamiento crítico y analítico que deja a un lado la formación tecnológica que otras escuelas implantan en su currícula académica.

Si se recuerda, la escritura surgió por la necesidad de transmitir las ideas, de plasmar el sentir y mantener el contacto y la comunicación entre los seres vivos. Entonces, si partimos de esta premisa, es volver a los inicios y fomentar el desarrollo de la escritura.

Dentro de las asignaturas de *Géneros Periodísticos*, se impulsa al estudiante, por medio de ejercicios lógicos, a elevar la opinión, la reflexión y la crítica de manera responsable para emitir escritos en los que se aplique la enseñanza en una nota informativa, una crónica, un artículo o un reportaje. Asimismo, se estimula la lectura de los diarios que plasman el acontecer diario y se alecciona para reconocer los principales protagonistas y escritores de los hechos.

Cabe señalar que las aplicaciones que el egresado de dicha licenciatura otorgue dentro del campo de trabajo, serán totalmente bajo su responsabilidad porque aunque también se fomenta la ética profesional, cada uno de ellos, bajo su propia conciencia, adaptará sus conocimientos al entorno laboral que le toque vivir.

## 2. Limitaciones de la formación profesional

Las alternativas profesionales de los egresados de las carreras de comunicación, como lo señala Gabriela Sosa García en su ensayo *"Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI"*<sup>29</sup>, se encuentran hoy en día en proceso de reconfiguración.

En México como en diversos países latinoamericanos, su ser y hacer, por muchos años, se ha determinado mayoritariamente por los medios masivos de comunicación, es decir, su mercado laboral legitimado, así mismo el campo académico ha contribuido a determinarlo en buena parte.

La formación académica universitaria, proporciona al alumno elementos humanísticos y culturales, para desenvolverse dentro de la sociedad. Con base en esta educación, se pretende que el hombre forme y transforme su realidad, su mundo. Aunado a este rubro, la escuela también proporciona niveles básicos dentro de la teoría, la metodología y la técnica que le permite al egresado desarrollarse en un campo de acción específico.

---

<sup>29</sup> Sosa, García Gabriela. *Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI*. En Revista Mexicana de Comunicación. No. 17. febrero-abril 2000. p. 25

De esta manera, las limitantes académicas encontradas dentro del ámbito universitario son pocas pero importantes para la aplicación de la actividad profesional del analista de información, en este caso.

El presente apartado tratará grosso modo de explicar algunas deficiencias encontradas en la enseñanza dentro de las aulas que, si bien, no afectaron el buen desempeño de la actividad profesional, ésta sí pudo haber sido mejor.

El repetir constantemente que el alumno egresado de la carrera de *Periodismo* puede ser el mejor crítico y analista de los medios de comunicación, no quiere decir que se encuentre dotado con las mejores herramientas para ello.

Para la autora de esta memoria, resultó, en cierto modo, deficiente la labor desarrollada en algunas asignaturas porque quien realmente las impartía no era el profesorado sino los alumnos que, sin la suficiente preparación y experiencia, fungían como adjuntos o asistentes cuando los maestros, por alguna razón, no podían impartir las clases.

El problema aparentemente no es grave, sin embargo, pocas veces los asistentes del profesor contaban con las características para desarrollar una buena clase. En muchas ocasiones éstos se volvían cómplices del grupo al que se le enseñaba y era fácil conseguir buenas calificaciones o "matar" clase, como se le decía.

Realmente el programa de adjuntía no es malo, la cuestión es que no se dota al "aprendiz" de los suficientes elementos que lo ayuden a desenvolverse correctamente frente a un grupo. Podría pensarse entonces que no debería existir dicho proyecto, pero no, solamente habría que cambiar las reglas del juego "adiestrando" mejor al egresado que se encuentra interesado en brindar sus conocimientos docentes a los compañeros que todavía están en proceso de formación, dando de esta forma, una oportunidad en el campo laboral a quien le guste la parte pedagógica.

Por otro lado, no es difícil adivinar que los alumnos que salen de la universidad se topen con ciertos obstáculos que pueden imposibilitar la oportunidad de trabajo que tanto anhela, siempre y cuando él se deje. Es innegable que la reciente huelga por la que atravesó nuestra máxima casa de estudios, dio pauta al de por sí ya desprestigiado profesional egresado de la misma. Pero lejos del desánimo, hay que enfrentar el reto de una manera positiva porque después de todo sólo con hechos se podrá demostrar que el universitario acatense está bien preparado. Alguna vez opinaba un profesor que lo que le faltaba a la "manada" era imaginación y daba algunos ejemplos de lo que se podía hacer sin tantos recursos: una cámara posicionada de cierta forma podía crear imágenes originales y creativas; o que mejor tarjeta de presentación que una carpeta mostrando los mejores trabajos y logros durante la llamada "simulación" en los talleres para abrir algunas puertas laborales; en fin, un sin número de ideas y detalles que no necesitan más que del cerebro.

Aunado a lo anterior, otra limitante puede radicar en que, al ser el objetivo de una práctica el lograr la aplicación real y concreta de los conocimientos en actividades específicas dentro de la sociedad, debiera ser primordial que la vinculación entre la universidad y la sociedad fuera más estrecha. Sin embargo, la escuela sólo puede proporcionar un punto de vista académico interno a través de prácticas escolares ya que ésta no puede ser totalizante y no puede otorgar todo el conocimiento teórico-práctico necesario, sólo el suficiente.

Existen saberes y habilidades que sólo se obtienen en la práctica, a través de las vivencias y la experiencia.

La sociedad misma demanda a la academia satisfacer las necesidades de la realidad laboral, sin embargo es difícil que el campo académico las cubra debido a que mientras en el ámbito laboral las necesidades son variadas y emergentes, la transformación social propicia un cambio acelerado que es difícil que un plan de estudios que contempla por lo menos cuatro años de formación universitaria esté cambiando constantemente al ritmo de la sociedad.

Por tal razón, las prácticas profesionales se vuelven casi una obligación que debiera imponerse en todas las escuelas desde el momento en que el alumno tenga ciertas bases para desempeñarse en áreas específicas de la comunicación, en este caso.

El idioma pudiera ser otro factor que restringiera el desarrollo de la actividad profesional. Aún cuando la escuela cuenta con uno de los centros de idiomas extranjeros más reconocidos de Latinoamérica, según documento de la propia institución, son pocos los alumnos que aprovechan la oportunidad.

La reprobación hacia esta actitud de indiferencia, no es nadamás para la parte académica, sino hacia el propio egresado que, teniendo los elementos y la facilidad de aprender otra lengua, no es capaz de tener iniciativa propia por superarse. Todas las carreras adscritas a la ENEP Acatlán cuentan con un programa de idiomas que sólo se vuelve obligatorio para pasar a determinado semestre y, por si fuera poco bajo ciertas excepciones, en un plan de Comprensión de Lectura que no proporciona más que los elementos básicos para aprender el lenguaje extranjero. El resultado que se obtiene es que el alumno muchas veces cursa estos idiomas sólo para cubrir el requisito, sin darse cuenta que el campo de trabajo de hoy en día exige el manejo total de una lengua que, aunque no es la nuestra, sí ocupa un lugar primordial por tantos intercambios extranjeros que se dieron a raíz del llamado Tratado de Libre Comercio en el que las empresas internacionales acaparan el mercado laboral.

En fin, el panorama profesional se puede volver negro para aquel que quiere, ya que las piezas clave de la formación académica se encuentran en uno mismo y no dependen solamente de la escuela, aunque provenir de una escuela pública sea el escudo que muchos utilicen para no desarrollarse exitosamente en el ámbito ocupacional.



B. Recomendaciones para mejorar la formación profesional

Las recomendaciones que se pudieran hacer para mejorar la formación profesional no se harán con el fin de modificar en su totalidad las asignaturas que han sido características de la carrera de *Periodismo y Comunicación Colectiva* de la ENEP Acatlán, por lo menos en el plan que una servidora cursó. Las observaciones que se realizarán sólo servirán para dar una idea de lo que requiere la licenciatura para salir a enfrentar un mercado de trabajo de por sí saturado.

Jamás alumno alguno debería opinar que un plan de estudios proporcionado por una escuela se puede calificar de obsoleto o poco práctico porque ningún conocimiento adquirido se puede considerar mediocre, después de todo, como dice Sor Juana Inés de la Cruz: *"yo no estudio para aprender más, sino para ser menos ignorante"*.

Lo anterior viene a colación para retomar un poco el apartado anterior en el que se hicieron algunas críticas a la formación académica y su proceso de enseñanza.

La cuestión de las adjuntías de ninguna manera puede ser tomada como un programa inútil. Al contrario, se deberían aplicar más este tipo de planes en los que el alumno puede transmitir sus conocimientos a quien así lo requiera. La única observación es que las cosas deben hacerse bien. Tal vez, durante las capacitaciones, podría hacerse algún tipo de práctica en el que se enfrentara a los "ayudantes" a un grupo para perder el miedo que impone el estar con otros compañeros que no pueden reconocer en el sujeto su capacidad de enseñar. Otra sugerencia es que se debe adiestrar a los aspirantes en el hábito del estudio, preparar una clase no requiere sólo de una lectura rápida sobre el tema. Hay que alistar, tal vez con materiales didácticos, una cátedra. No sólo el profesor titular está en la obligación de saber lo que se impartirá en el día, también los adjuntos deben retomar las enseñanzas que durante su formación adquirieron. Se sugiere al programa de *Periodismo* instituir el sistema de adjuntía como una materia opcional para aquellos que tengan vocación docente y difundir más la idea porque

son pocos los alumnos que están bien enterados del proceso a seguir en este tipo de prácticas.

En lo que al plan de estudios se refiere, se recomienda que el programa de prácticas profesionales se haga obligatorio para todos los alumnos vayan adquiriendo bases teóricas aplicables a la práctica, como algunas universidades ya lo están haciendo. Como se mencionaba anteriormente, el contacto con el campo laboral se hace necesario para que al salir de la escuela se aplique el conocimiento teórico a la realidad, lo cual concretará y complementará las nociones áulicas aleccionadas dentro de la institución. Muchas veces el único acercamiento con el mercado de trabajo, es cuando, por encargo de algún profesor, se realizan trabajos cuya investigación requiere de información de la realidad profesional, o bien se da, por referencia de algunos maestros o compañeros que trabajan en el medio.

Para ello, se requeriría que la escuela organizara una buena red de contactos dentro de las empresas o instituciones como se hace en muchas ocasiones con los compañeros que ya se encuentran en ellas y puedan ayudar a realizar dichas prácticas, o bien, presentar a las mismas, primero el plan de estudios, en el que se justifique la práctica profesional y, al mismo tiempo, un plan de trabajo bien elaborado para que puedan ser aprobados los practicantes y éstos ejerzan sin dificultad las funciones que así lo requieran.

El objetivo para los futuros planes de estudio de la licenciatura arriba mencionada, deberá ser que el egresado cuente con las armas primordiales que le hagan enfrentar la competencia proveniente de otras universidades que traen diferentes conocimientos que, si no son mejores, sí pueden tener un acercamiento más apropiado a la realidad laboral por el despliegue de estrategias y direcciones implantadas en las mismas.

Al respecto, el acercamiento a los talleres deberá ser más codiciado no sólo en las prácticas de radio y televisión, sino en los de literatura, géneros periodísticos, computación y redacción y ortografía, por mencionar algunos.

Permitir que el alumno se allegue más de elementos prácticos, se refiere no sólo a la enseñanza verbal sino a experimentar con las pocas tecnologías con que cuenta la ENEP en los laboratorios, aunque no sea el objetivo de la carrera formar técnicos.

La parte de los idiomas tiene otro grado de dificultad porque ningún conocimiento se puede aprender sin la voluntad y entereza del alumno. Se sugiere que el idioma se haga obligatorio desde el primer semestre que se curse y en el Plan Global de Conocimientos, es decir, el programa que establece no sólo la comprensión de lectura, sino la gramática, la conversación y las estructuras más utilizadas en una lengua extranjera. El pretexto para implementar la sugerencia puede ser la cuestión económica (de ahí vienen los problemas que ahora enfrenta la UNAM), pero si se gasta en cosas que resultan infructuosas, bien se podría hacer el sacrificio de costearse una educación que a la larga trae recompensas, sobre todo si se quiere tener un buen empleo.

Las sugerencias o recomendaciones antes expuestas, podrían tomarse en cuenta para la elaboración de los planes de estudio que requieren de actualizaciones totales o parciales al constante devenir de la sociedad en México y para la mejor preparación de los egresados, no sólo de la ENEP Acatlán, sino del resto de las universidades que aún no implementan prácticas eficientes para la formación profesional.

#### C. Recomendaciones para mejorar la actividad profesional

Las recomendaciones o sugerencias que se hagan dentro de la división siguiente, se realizarán más como simples observaciones que ayudarán para alentar la vida laboral dentro de las empresas donde se haga análisis informativo, tomando como ejemplo la experiencia dentro de la empresa Delfos Comunicación Prospectiva.

### 1. *Las cosas sobre las personas.*

Se empezará por decir que es innegable que las empresas o instituciones actualmente buscan mejorar sus expectativas pero desde el punto de vista del negocio o la complacencia del cliente, sin embargo, se olvidan de un factor muy importante que ayuda a la construcción de estas metas: el empleado.

Si uno se remite a las Leyes de Crosby en el tratado para el dominio de situaciones<sup>30</sup>, se puede ver que en la vida diaria, el hombre se puede enfrentar a la disyuntiva de concentrar sus esfuerzos en las cosas o en las personas. En la mente del sujeto, es más fácil manipular las cosas que a las personas. Pero aún cuando las cosas parecen causar problemas, desgraciadamente no expresan gratitud económica o fraternal una vez que ha pasado la situación. ¿De qué sirve que se resuelva un problema sin que nadie se perciba de su brillantez? No hay nada que las cosas puedan hacer por él que otras personas no puedan mejorarlo.

Este largo dogma, sirve para reflexionar que finalmente la materia prima nunca sustituirá a la humana y en muchas instituciones se sacrifica ésta última por obtener algún beneficio material.

Lo anterior, viene a colación porque quien se ha enfrentado al problema, se da cuenta que, aún con todos los méritos que pueda tener, el devenir laboral no siempre es seguro.

### 2. *La "todología" de la comunicación*

El párrafo anterior sonará a algún manifiesto sindical o a exigencias laborales. Y en parte es así, pero cuando un egresado se enfrenta al mercado de trabajo, en este caso, en el campo de la comunicación, se encuentra con la configuración incierta del espectro laboral.

---

<sup>30</sup> Crosby, Phillip B. *El dulce arte de salirse con la suya*. Ed. Diana, México, 1990. pp. 51

El crecimiento acelerado del ámbito comunicativo, atrajo aspirantes que buscaban más la moda profesional que el desarrollo de una carrera en la que se encontrara el gusto por trabajar en ella, lo que trajo como consecuencia que las empresas buscaran para todas sus áreas aquel que egresara de la preparación comunicacional.

Como lo señala Gabriela Sosa en su ensayo, "los acelerados cambios tecnológicos y el rápido crecimiento de los medios masivos, desencadenaron un "boom" en los estudios de comunicación, de tal suerte que se convirtieron en una moda, no importaba la falta de precisión o exactitud en su objeto de estudio, y en consecuencia se hizo latente la indefinición del campo de trabajo..."<sup>31</sup>

La comunicación aparece como un "todo" aplicable en la mayoría de los ámbitos sociales, de ahí que se deriven diversas aplicaciones como son el periodismo, las relaciones públicas, la publicidad, la producción televisiva y de radio, el análisis de la información, entre otros. Sin embargo, si se hace necesario tener cierta especialización para que el profesional en comunicación no termine erróneamente como el "comodín" que se adapta a todo.

Particularmente en Delfos Comunicación Prospectiva, se pudo encontrar que, aunque se necesitaba tener una preparación en periodismo y comunicación, muchos de los analistas no tenían ni la preparatoria terminada, lo que ocasionaba un retraso cuando algún elemento con estas características ingresaba al equipo. No sabía diferenciar entre un género y otro, no distinguía a los protagonistas de la escena política (ni los más esenciales), no reconocía la estructura gubernamental o el simple significado de las siglas de los diversos partidos existentes. Si para un egresado del área comunicativa era difícil recordar tantos datos, no se puede imaginar lo que para alguien poco preparado esto significaba.

---

<sup>31</sup> Sosa, García Gabriela. *Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI*. En *Revista Mexicana de Comunicación*. No. 17. febrero-abril 2000. p. 27

Por eso, es vital que antes de integrar a un elemento, se le aplique un examen exploratorio donde se evalúen los conocimientos que puedan dar más referencia del nivel profesional que presenta. Un examen en el que se le pregunte sobre los hechos noticiosos más recientes de la vida política, económica, social y cultural; una breve síntesis informativa para checar su redacción y ortografía; enfrentarlo a diversos escritos de periódico en el que se deban distinguir los géneros periodísticos; y aplicar una práctica en la que se ponga a prueba su capacidad de síntesis y análisis.

Pese a estas reflexiones, se puede cuestionar que el ejemplo nada tiene que ver, aparentemente.

Sin embargo, para ser analista en Delfos Comunicación, se tiene que ser todólogo. Se tiene que saber engargolar, sacar copias, cotizar, enviar faxes, ser técnico en computación (cuando se descomponen las máquinas), saber reinstalar la Internet cuando no hay, saber manejar un conmutador y saber mandar por mensajería cualquier cosa.

Para evitar esto, se requiere del esfuerzo no sólo de los egresados, sino de las universidades al recalcar cierta especialización en la formación académica.

### *3. La cuestión de la capacitación*

Para la autora del presente trabajo, una opción fundamental es la constante capacitación dentro del área específica de Análisis y Recopilación de la Información. Sin embargo, para llegar a tomar la decisión de capacitar a los integrantes, éstos deben tener el nivel profesional de la comunicación que se adquiere con la realización de una carrera profesional, aunque hay que aclarar que muchas veces la preparación que da la vida, puede dar más que una licenciatura.

Una vez teniendo los integrantes adecuados al equipo de trabajo, se puede aplicar la capacitación recomendada. Como ya se mencionaba antes, la escuela no puede proporcionar todos los

elementos necesarios, sobre todo si la institución o empresa cuenta con ciertas políticas laborales.

De vez en cuando, un curso de redacción y ortografía, no caería mal a ningún analista, o existe la posibilidad de que los asesores expertos en comunicación política y prospectiva, aleccionaran a los aprendices que proporcionan el primer peldaño para el análisis.

Se reconoce que la empresa en últimas fechas, lanzaba convocatorias para aquellos que quisieran participar en cursos o diplomados fuera de la empresa, pero eran pocos los elementos que concursaban ya que la promoción era poca y precipitada (las convocatorias salían un día antes de cerrarlas). Como se conoce, los directivos de la empresa tienen buenas relaciones con universidades como la Iberoamericana, entonces se sugiere impulsar las acciones de capacitación que requiere todo empleado para desarrollar mejor sus funciones dentro de la compañía en conjunto con este tipo de universidades. Además, se podría hacer un convenio con la Iberoamericana o alguna otra universidad para dar becas a los analistas que quisieran tomar algunos de los talleres orientados hacia la actividad del análisis.

#### *4. El problema de la comunicación*

Una mejor planeación en las actividades desempeñadas, también ayudaría a tener mejor organización dentro del área. Suena repetitivo, pero es necesario decir que siendo una empresa de comunicación, en Delfos Comunicación Prospectiva era lo que menos existía. Las vías de comunicación parecían estar cerradas en tanto no fueran órdenes de trabajo. En uno de los párrafos anteriores al capítulo en curso, se recomendó que existieran juntas periódicas para retroalimentar a los integrantes del equipo de trabajo de información o sugerencias útiles para el rendimiento laboral, o bien, tener algún pizarrón informativo que mantuviera al tanto del acontecer institucional. Lo que sí se recomienda ampliamente es que los directivos y gerentes mantengan más contacto con sus subordinados para que, lejos de precipitar los rumores, exista más comunicación.

La importancia de mantener la armonía dentro de un ambiente institucional, radica en la buena relación de los directivos con los empleados para ubicar de mejor manera el camino de una práctica profesional.

##### *5. La política de participación*

Por participación, se entiende el intento consciente por lograr que el hombre sienta que desempeña un papel en los procesos de toma de decisiones de su comunidad, de un gobierno o una institución.

Lo mismo pasa dentro de un equipo de trabajo, pero se necesita de la intervención de un coordinador a través del cual el grupo laboral se sienta continuamente involucrado en los procesos de toma de decisiones que se desarrollan en respuesta a la interacción del compromiso del proyecto y las necesidades que éste vaya requiriendo. La carencia de dichas características se padecían continuamente dentro del área de Análisis y Recopilación de la Información. En múltiples ocasiones, los miembros del equipo se sentían excluidos de un proyecto en el cual, se suponía, estaban participando.

De nuevo se sentía la fantasmal idea de trabajar como máquinas a la orden del patrón. No se tenía el sentimiento de participación porque se hacían modificaciones a algo que ya se tenía estratégicamente planeado, sin tomar en cuenta ni el tiempo ni los honorarios que ya habían sido establecidos en supuestas juntas de trabajo.

Cuando no existe tal participación "popular" en el proceso de toma de decisiones, la directiva gerencial tiende a volverse transigente. En cambio cuando hay participación, la empresa puede aventurarse a pedir ciertas "indulgencias" cuando, por ejemplo, se requería de tiempo extra y disposición para quedarse.

Evidentemente, no se trataba de hacer referendos cada vez que se afrontaba una crisis, sino de tener la mayor tolerancia para afrontarlas teniendo "la camiseta puesta", como pedían los directivos de la empresa.



Lo que se quiere decir, es que se debe buscar el equilibrio que tienda a formar el compromiso "moral" en el trabajador cada vez que lo requiera la institución.

A sugerencia de una servidora, debe haber franqueza total y disposición a explicar sin descanso los problemas, objetivos y métodos que conllevan el desarrollo de un proyecto. Establecer con claridad las condiciones y los procesos a seguir.

Se debe estar dispuesto también a escuchar y crear conscientemente instrumentos para poner atención a las opiniones del equipo, así como a buscar activamente, analizar con cuidado, y agradecer sus sugerencias. Todas estas cosas tomadas en conjunto, pueden aportar mucho al mantenimiento de un clima de confianza mediante la formación de una atmósfera de diálogo entre la directiva y los subalternos.

#### *6. La aportación de la empresa*

Hay que destacar, dentro de todo, que no siempre es bueno atender las faltas en las que incurre la institución; hay que saber apreciar también las cosas positivas que de ella se obtienen. Finalmente, los involucrados son el motor que hace funcionar la máquina que proporciona alimento, vestido y que cubre las necesidades primordiales de los que trabajan para la misma.

Haciendo una comparación con las instituciones encuestadas para el presente trabajo, el salario que se percibía en Delfos Comunicación era superior al que pagaban en las otras empresas, amén de que no se tenía un horario establecido como el resto de ellas. Cuando alguien enfermaba o tenía necesidad de pedir un día, el equipo se organizaba y se cubría el trabajo del elemento que faltaba, haciendo el ambiente de cordialidad y compañerismo.

En resumen, las muchas o pocas recomendaciones que se hacen a una empresa o institución pueden dar pie a dos cosas importantes: a) conocer el sentir del empleado para mejorar sus actividades y su ambiente de trabajo y b) aportar elementos que ayuden al buen funcionamiento de la compañía y al desarrollo de la misma.

D. Importancia del trabajo de memoria del desempeño profesional

La elaboración de una memoria de desempeño profesional que se hace pública desde el momento que existe en el acervo de una biblioteca escolar, es resultado de una ardua exploración a través de la experiencia profesional que un egresado universitario decide plasmar en papel y tinta.

Tomando como base la metodología aplicada para la elaboración de la información, un trabajo de memoria permite plasmar los logros y satisfacciones que se pueden obtener profesionalmente y, al mismo tiempo, incorporar a la vida académica ciertos elementos que requieren atención para establecer prioridades que mejoren la preparación de un alumno.

Es incuestionable que en un mundo de cambios tan rápido como los que se dan en la etapa actual, se hace necesario, cada vez más, alentar a los jóvenes estudiantes a esforzarse por conseguir un futuro mejor. De ahí la importancia de una memoria de desempeño profesional.

No se trata de hacer sugerencias exhaustivas ni redactar un aburrido dogma sobre el mejor comportamiento laboral de una persona, el principal objetivo es el de proporcionar explicaciones claras y concisas acerca del recorrido laboral que un egresado quiere transmitir en su trabajo.

El hacer un texto de esta índole estimula, además, el hecho de obtener un título que deje huella en la vida de un ser y qué mejor que describir los alcances que un profesionista puede tener dentro de la experiencia laboral.

Al contar con una opción más de titulación dentro de la carrera como lo es la memoria de desempeño profesional, se permite al alumno estimular el cierre de un círculo que comenzó a formarse desde el momento de haber iniciado su carrera universitaria.

Por lo anterior, la autora del presente trabajo considera que desarrollar una memoria de desempeño profesional permite dar paso al conocimiento de una opción laboral que quizá no se encuentra en el itinerario de quien egresa de la carrera de *Periodismo y Comunicación Colectiva*, pero que puede marcar un camino más de orientación profesional para aquel que le interese leer este texto.

¿Los logros con este trabajo? El beneficio que de él obtendrán:

- ◆ Analistas de información, porque algo quedará en sus mentes para mejorar su desempeño profesional
- ◆ Empresas o instituciones de análisis informativo, porque conociendo las carencias y problemáticas de los analistas, podrán mejorar los procesos de trabajo y ayudarán a que éstos cumplan verdaderamente con las metas de la institución
- ◆ Instituciones educativas de comunicación y/o periodismo, ya que con este trabajo obtendrán un granito de arena que ayudará a mejorar los programas que en ellas se imparte, egresando así, generaciones exitosamente preparadas

BIBLIOHEMEROGRAFIA

1. ANDER-EGG, Ezequiel. **Introducción a las técnicas de investigación social**, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1970.
2. BERGER, Gaston. **Fenomenología de los tiempos y la prospectiva**. Presses Universitaires de France, París, 1964.
3. CERVO, Luiz Armado. **Metodología científica**. Ed. Mc Graw Hill, México, 1983
4. CORRAL, Jurado Javier. **“Medios de comunicación y transición democrática. La reforma pendiente”**. En Razón y palabra, Año 2, No. 17, febrero-abril 2000.
5. CROSBY, Phillip B. **El dulce arte de salirse con la suya**. Ed. Diana, México, 1990.
6. DE JOUVENEL, Bertrand. **El arte de la conjetura**. Ediciones Rocher, París, 1964.
7. EALES, White Rupert. **Cómo ser mejor...formando equipos de trabajo**. Ed. Panorama, México, 1998.
8. ESCUDERO Carmona, Mercedes. **“Reflexiones en torno a la comunicación política”**. En Medios Audiovisuales, Año 4, No. 16, noviembre 1999 – enero 2000.
9. ESTEINOU Madrid, Javier. **“Los Medios de Información y la Comunicación Política en México”**. En Razón y Palabra, Edición especial enero-marzo, Año 3, 1998.
10. FERNÁNDEZ Collado, Carlos. **La comunicación en las organizaciones**. Ed. Trillas, México, 1991.

11. GUREVITCH M. y Blumer J. **“Relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política: modelo para el análisis de comunicaciones políticas”**. En Sociedad y Comunicación de Masas. F.C.E., México, 1981.
12. GUTIÉRREZ, Saénz Raúl. **Metodología del Trabajo Intelectual**. Ed. Esfinge, México, 1983.
13. HERRERA, González Rosa M. **La didáctica de los valores**. Ed. Castillo, Monterrey, N.L., México, 1998.
14. LINDBORG, Henry J. **Fundamentos de equipos interfuncionales en la empresa. Recursos para la calidad**. Ed. Panorama, México, 1999.
15. MARTIN, Serrano Manuel. **Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia**. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1991.
16. MOJICA Sastoque, Francisco. **La Prospectiva. Técnicas para visualizar el futuro**. Ed. Legis, Bogotá, Colombia, 1991.
17. MORGAN, Gareth. **Imagen de las Organizaciones**. Alfaomega, México, 1991.
18. MÜNCH, Galindo Lourdes. **Fundamentos de Administración**. Ed. Trillas, México, 1990.
19. NEHOL, Ana María. **Introducción a la pedagogía de la comunicación**. Universidad Nacional Autónoma de México, México.
20. Robbins, Stephen. **Comportamiento organizacional**. Prentice-Hall Hispanoamericana, México, 1987.
21. SELVA, Alma Rosa de la. **“Medios de Comunicación, transición, política y democracia”**. En Razón y palabra, Año 2, No. 17, febrero-abril 2000.

22. SCHRAMM, Wilbur. **La ciencia de la comunicación humana**. Ed. Grijalvo, México-Barcelona, 1982.
23. SOLANO, Belisario. **La comunicación política: ¿la diestra o la siniestra del poder político?** En Revista Latina de Comunicación Social, Año 3, No. 33, septiembre de 2000.
24. SOSA, García Gabriela. **Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI**. En revista Mexicana de Comunicación, No. 17, febrero-abril 2000.
25. Valencia, Lomeli Enrique. **Metodología de análisis de coyuntura**. Servicios Informativos Procesados A.C. (SIPRO), Cuaderno No. 1, México, 1997.
26. UNAM. **"Internet...hacia una nueva comunicación"**. En Revista de la UNAM, No. 3, año 1, mayo-julio 1996.

Documentos informativos consultados

1. Delfos Comunicación Prospectiva. **Servicios de Delfos Comunicación Prospectiva**. Tríptico Informativo, enero de 1996.
2. Delfos Comunicación Prospectiva. **Planeación Estratégica para la candidatura por la Presidencia Municipal de Ciudad Madero**. Reporte Estratégico, enero, 2001.
3. Delfos Comunicación Prospectiva. **¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos?**. Manual de servicios al cliente, enero 1999.

## ANEXO 1 ENTREVISTAS

PREGUNTA	INFORMANTE
1. ¿Qué es un analista de información?	Leopoldo Mendivil Echevarría, director general de Delfos Comunicación Prospectiva S.A de C.V  R: El papel del analista de información entra desde el momento mismo en que se genera la información. El analista de información es un profesional que puede venir no nadamás del área de periodismo, sino que es un sujeto que puede ser sociólogo, un economista que haga de la información y de su estudio su actividad, tal vez la primordial.
2. - ¿Qué características intelecto-emocionales debe poseer?	R: El analista de información debe ser un ente con conocimiento amplio del entorno en general para entender cómo hechos que aparentemente no tienen que ver con la cuestión política, la impactan y viceversa. Es un hombre que debe tener una cultura general muy respetable para que pueda captar estas incongruencias de la vida en general.

<p>3. ¿Qué habilidades debe tener para realizar su práctica profesional?</p>	<p>R: Para quitar un poco el estigma de que el analista es un simple capturista, hay que pensar, primero que nada, que al hacer una síntesis informativa, por lo menos ya se leyó la nota y se analizó el hecho. Ese sería el primer paso del análisis, es decir leerla para sacarle lo más importante, aunque sea un análisis todavía primitivo. Todavía es elemental, simplemente es la concreción de la información.</p>
<p>4. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener?</p>	<p>R: Como ya lo dije el profesional analista no nada más debe venir del área de periodismo, puede emerger de la sociología, de la economía, de la política y a la vez poseer una basta cultura general que le permita analizar su entorno.</p>
<p>5. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos debe manejar?</p>	<p>R: Como la herramienta primordial del analista es la computadora debe tener la habilidad de manejar los programas de computo que sirven de auxiliares para nuestra base de datos, sobre todo ahora que nos apoyamos en el avance tecnológico que constituye el Internet. Pero además el analista en nuestra empresa debe saber manejar otros instrumentos indispensables en la oficina como la fotocopidora, el fax y el scanner. La técnica más socorrida te puedo decir que es la organización de los parámetros a seguir.</p>



<p>6. ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información dentro de la empresa?</p>	<p>R. Es importante hablar aquí de las carpetas de análisis prospectivo de Escenarios Nacionales. La carpeta está integrada por la información de los análisis que ustedes dan al grupo interdisciplinario que es el que alimenta la base de datos para realizar las carpetas informativas. Haciendo un comparativo con lo que hacen las dependencias gubernamentales, en donde ni siquiera hay síntesis sino simples recortes, el giro que damos en Delfos para nuestras carpetas cambia el panorama de lo que es un recopilador y analista de información donde lo importante es cruzar la información para ver que hacer, hacia dónde me lleva, qué me esta diciendo del pasado, pero también qué me dice hacia el futuro.</p>
<p>7. ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información en la comunicación?</p>	<p>R: Por definición la comunicación es el instrumento básico para decodificar mensajes y en Delfos Comunicación Prospectiva lo que hacen nuestros analistas es precisamente esto: cruzar la información para ver lo que me dice, este artículo me dice esto, esta editorial me dice este otro. Además, nuestra herramienta primordial es un medio de comunicación de donde extraemos la información como el periódico, las revistas y ocasionalmente la radio y la televisión.</p>
<p>8. ¿Qué alternativas educacionales, de formación y/o capacitación pueden mejorar la actividad profesional del analista de información?</p>	<p>R: Definitivamente el analista de información es un sujeto que constantemente debe actualizar su conocimiento, no sólo con la lectura diaria que da a los periódicos sino con la capacitación constante que de su propia iniciativa pueda adquirir. En nuestra empresa constantemente se lanzan convocatorias para quienes deseen tomar cursos o diplomados de actualización en importantes instituciones como la Universidad Iberoamericana. Se lanza una especie de concurso que sirve como tabla para la motivación de nuevas metas no sólo en el área de análisis sino en todas aquellas con las que cuenta nuestra empresa.</p>

9. Un poco de Historia

- La vida legal de Delfos Comunicación comenzó en agosto de 1988.
- La empresa fue fundada por un grupo de trabajadores del área de Comunicación del Conacyt
- Su principal función al comienzo fue ofrecer servicios de asesoría política, pero como este ámbito no era muy explotado todavía se incursionó en otros rubros como el editorial, el televisivo y el publicitario.
- De ahí surge el programa "El Otro México" que hasta la fecha sigue teniendo vigencia
- La segunda parte de la vida de Delfos inicia cuando en 1994 se decide dar cabida al ámbito prospectivo cambiando el nombre a la empresa por "Delfos Comunicación Prospectiva" que dio un perfil más claro de lo que se podía hacer
- La idea del nombre de Delfos fue pensando en algo que simbolizara la consultoría, algo que representara la obtención de consejos, la obtención de recomendaciones, de ahí la referencial del oráculo de Delfos que es donde se reunía la pitonisa para predecir el futuro

PREGUNTA	INFORMANTE
<p>1. ¿Qué es un analista de información?</p>	<p>Lic. Carlos Mendoza Rodríguez, gerente del área de Análisis y Recopilación de la Información de Delfos Comunicación Prospectiva S.A de C.V</p> <p>R: El analista de información es la persona encargada de enfrentar el reto de analizar la información, es decir, primero tenemos los niveles jerárquicos más altos que son los que definen los puntos medulares: los actores, las instituciones que son objeto de análisis y quien enfrenta la búsqueda, la revisión, la lectura de los diarios es el analista de información, el que tiene que revisar día con día los diarios, el que debe tener los elementos necesarios para poder solucionar en primera instancia la información, el que debe tener los conocimientos necesarios para poder discernir acerca de qué información sirve o no para los procesos de análisis que nosotros queremos. ese es un poco el perfil que requiere el analista de información.</p>

<p>2. - ¿Qué características intelecto-emocionales debe poseer?</p>	<p>R: Hay proyectos que son de resultados inmediatos, como en nuestro caso que el mismo día que empezamos es el mismo que entregamos resultados, eso obliga a tener cierta serenidad al momento de la revisión, pero también una alta capacidad de análisis bajo la presión que representa el horario de trabajo. Tenemos que ser bastante rápidos con el dominio de la lectura rápida, identificar actores, instituciones, clasificar mentalmente la información. Entonces esa presión que se ejerce tiene que ser dominada por el analista. Sí se requiere de una dosis de paciencia que te la da la práctica del trabajo. cuando tú la dominas, ya estás bajo control el proceso.</p>
<p>3. ¿Qué habilidades debe tener para realizar su práctica profesional?</p>	<p>R: En cuanto a sus habilidades, ya se llegó a un punto en el que el manejo sistemático de la información ya es una herramienta necesaria, no es algo que pudiera ser opcional, ya es necesario que quien se dedica al análisis de información sí tenga conocimientos avanzados en el manejo de las herramientas tecnológicas. Ya no es nadamás el manejo de la calculadora, de la grabadora, sino un conocimiento profundo de los programas de cómputo, saber manejar un procesador de palabras, la consulta de base de datos, los programas interactivos, en el caso de Internet, hay que saber navegar, saber hacia donde moverte, entonces, de entrada, tener un conocimiento tecnológico importante. Otra habilidad que no es tecnológica pero que es muy útil, es saber plasmar en papel el desarrollo de los procesos, esto es, todo analista tiene que llevar control del proceso que está desarrollando, no es nadamás tener claro lo que estás haciendo. sino saber llevar a papel sus resultados, en reportes, en tablas, en conclusiones, en gráficas, es una habilidad que también debe tener un analista de información.</p>

<p>4. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener?</p>	<p>R: Para definir bien este perfil, en primera instancia, lo que debe tener es un grado de cultura general que le permita tener un conocimiento bueno de cuál es la información que puede ser de interés colectivo nacional. Hay que saber separar todo lo que estás leyendo para ver cómo funciona – en nuestro caso – el sistema político mexicano, hablando de partidos políticos, de personalidades, de institución, entonces de entrada debe tener una cultura general. Otro aspecto que debe poseer es una formación profesional sólida que sea capaz de discernir cuáles son los acontecimientos relevantes, cuáles son los sucesos que pueden concatenarse con otros que ocurrieron en el pasado, cuáles son las declaraciones de los actores políticos que pueden ser consecuencia de otros que ocurren en otros lados, eso sólo te lo da la formación profesional, cómo responden los columnistas y articulistas a los hechos del momento. La formación académica sí debe ser de corte comunicativo, un conocimiento basado en teorías de la información en cuestión de sociología para ver cómo funcionan los grupos sociales, cómo se logran reestructurar. Eso hace necesario este tipo de conocimientos para saber analizar las notas de los diarios, hay que convertirse en un ente más analítico.</p>
<p>5. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos debe manejar?</p>	<p>R: Como ya dije anteriormente, el avance tecnológico es un peldaño que estamos en la obligación de escalar. Actualmente las herramientas tecnológicas vienen a sustituir un poco el trabajo que antes se hacía de manera, digamos, manual. Sin embargo, todavía en nuestra empresa se utilizan herramientas como la máquina eléctrica, la fotocopidora, el fax, que son utensilios básicos que debemos manejar en el desarrollo de los procesos. Todavía utilizamos medidores de párrafos y líneas que nos ayudan a agilizar nuestro trabajo.</p>

6. ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información dentro de la empresa?

R: Empezaremos diciendo que para establecer la importancia del analista en Delfos, hay que definir el objetivo del área de Análisis y Recopilación de la información. El proyecto al que se encamina la gerencia, es a la creación de una base de datos, esto es, tener de manera completa, clasificada, perfectamente accesible de las diferentes noticias que ocurren respecto a los cuatro rubros antes mencionados. La gerencia como tal, establece los criterios generales de operación al interior de la gerencia con los analistas, establecer los criterios básicos de selección. Por lo tanto, el analista de información funge un papel importante porque teniendo es quien realiza el reporte de información que pasa a una segunda etapa donde el propósito es obtener estudios prospectivos, entendiéndose éstos como el desarrollo de una metodología que permite generar posibles desarrollos en algunos procesos.

7. ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información en la comunicación?

R: Mediante los estudios prospectivos, se puede establecer el futuro de determinada persona o determinada institución. Lo que se hace con esta metodología es tratar de anticiparse a los hechos, estar un poco delante de lo que puede ocurrir para poder establecer un escenario político. Esta es una herramienta que nos permitirá establecer posibilidades en algunos sucesos. Y es ahí precisamente donde entra la parte comunicativa. La comunicación es la parte con la que se hecha a andar esta maquinaria, el proceso básico. Si hay mal procesamiento, la información es probable que arroje malas conclusiones.

8. ¿Qué alternativas educacionales, de formación y/o capacitación pueden mejorar la actividad profesional del analista de información?

R: Yo siempre he dicho que los profesionistas no necesariamente deben haber tenido la mejor escuela, más bien es la aplicación correcta de los programas escolares los que hacen un buen profesionista. Es decir, pueden tener la mejor institución educativa, pero si el proceso fue malo, malo será el egresado. Desde luego que cuenta mucho el empeño que cada uno ponga en su formación escolar. Partiendo de esto, la capacitación continua es importante porque no se estancan en un solo lugar y pueden seguir avanzando en su camino laboral. Mantenerse actualizado en una profesión como la del analista de información le permitirá ampliar más el panorama laboral en el que se desempeñen.

PREGUNTA	INFORMANTE
1. ¿Qué es un analista de información?	<p>Alberto Rivas López, director de difusión de prensa en Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal</p> <p>R: Bueno, de acuerdo a las nuevas disposiciones del Gobierno del Distrito Federal, en estas oficinas contamos con un departamento de sintetizadores, que son los encargados de proveer de información a las distintas áreas de esta dependencia, toda esta síntesis se entrega en un reporte diario. Si comparamos el trabajo de un analista de Información y el sintetizador, encontraremos varias similitudes, sin embargo, al revisar los reportes que cada uno nos entrega, notaremos que existe un trabajo más profundo en el analista que en el sintetizador.</p>
2. - ¿Qué características intelecto-emocionales debe poseer?	<p>R: Te lo explicaré de la siguiente manera. Dicen "Que ninguna pasión te esclavice", el analista de información deberá tener el equilibrio emocional que exige el riguroso método científico. el hecho de desempeñar una actividad, cualquiera que esta sea, no debe ser motivo para sentirse atrapado en esa función. cuanto más disfrutes tu trabajo menos conflictos te creará.</p>
3. ¿Qué habilidades debe tener para realizar su práctica profesional?	<p>R: Capacidades de comprensión del ambiente político-jurídico. que facilitará la llegada al grado óptimo de conocimiento y habilidades requeridas para desempeñar su labor.</p>



<p>4. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener?</p>	<p>R: Aquellos que la carrera de Comunicación imparte para poder enfrentar un trabajo tan serio como el de preparar los elementos necesarios para el análisis político, una persona que no puede distinguir cuando una noticia nos es positiva o negativa no funcionará dentro de este círculo de comunicación.</p>
<p>5. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos debe manejar?</p>	<p>R: Las propias de la carrera de Ciencias de la Comunicación con conocimientos previos del funcionamiento del sistema político mexicano, así como el conocimiento mínimo de la Administración Pública Federal, paraestatal, centralizada y descentralizada. Por otra parte, debe saber manejar los instrumentos propios a la era de la comunicación como el Internet, manejo de PC, video, scanner, proyectores, entre otros.</p>
<p>6. ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información dentro de la empresa?</p>	<p>R: El analista de información es el primer filtro en cuanto al volumen de información ya que con sus estudios previos, sabrá discriminar la información que es verídica y la que cumple labores de contrainformación, podrá y deberá clasificar las tendencias en los análisis de opinión (columnistas y analistas). Con este trabajo, el analista crea los insumos necesarios para que posteriormente sea utilizado por los encargados de la planeación y la toma de decisiones inherentes a la dependencia.</p>
<p>7. ¿Qué importancia tiene la actividad del analista de información en la comunicación?</p>	<p>R: Es el que realiza la lectura entre líneas de los mensajes comunicacionales que se vierte a través de los distintos medios de comunicación</p>

8. ¿Qué alternativas educacionales, de formación y/o capacitación pueden mejorar la actividad profesional del analista de información?

R: Especializarse en alguna rama de la comunicación (comunicación política, análisis de contenido, análisis de coyuntura y estadísticas aplicadas a las ciencias sociales).

## ANEXO 2 CUESTIONARIOS

PREGUNTA	INFORMANTE Mónica Delgado Torres, coordinadora de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información
1. ¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera constante el desempeño del analista de información?	R: Lector de periódicos, redactor de notas, a veces como secretaria, en relaciones públicas.
2. ¿Qué importancia tiene la actividad profesional del analista de información en la comunicación?	R: Lo considero como el decodificador de mensajes en los medios escritos (en nuestro caso) Es el que planea estrategias y modifica tendencias informativas
3. ¿Qué características intelectuales-emocionales debe poseer el analista de información para realizar su actividad profesional?	R: Intelectuales, el interés por mantenerse informado, y emocionales, tolerancia, saber trabajar bajo presión y en equipo
4. ¿Qué habilidades debe poseer el analista de información para realizar su práctica profesional?	R: Capacidad de síntesis, clasificación y disentimiento
5. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener el analista de información para llevar a cabo su práctica profesional?	R: Computación y periodismo. Uso de Internet y otras tecnologías
6. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos de trabajo debe manejar el analista de información para desempeñar de manera eficaz la actividad profesional?	R: La redacción, la información a través de diversos canales, como la lectura constante y el manejo de Internet
7. ¿Qué problemas institucionales, económicos, gremiales, personales y/o motivacionales limitan la actividad?	R: La desorganización empresarial, la nula atención al desempeño de los empleados, la falta de incentivos
8. ¿Qué repercusiones tienen sobre la eficacia y eficiencia laboral esos problemas que limitan o afectan la práctica profesional?	R: Desinterés total en la realización del trabajo y, en consecuencia, la nula participación en los proyectos
9. ¿Qué debe hacer la institución para que la actividad profesional sirva para cumplir mejor las metas?	R: Un analista, visto como participe de una empresa, debe y necesita motivación e Incentivación
10. ¿Qué se puede hacer desde la práctica profesional del analista de información para resolver/ enfrenar los problemas que la limitan o afectan?	R: Afrontar las variantes que no están en el control del analista y ampliar las aspiraciones profesionales a través de la capacitación
11. ¿Qué alternativas en materia de educación, formación, información, comunicación y/o capacitación pueden desarrollarse para mejorar y/o resolver algunos de los problemas de la actividad profesional del analista de información?	R: La capacitación constante, una participación más activa en proyectos y el uso de nuestras propias exigencias personales y profesionales

INFORMANTE	Ricardo Durán Valencia, analista de información de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información
PREGUNTA	
1. ¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera constante el desempeño del analista de información?	R: Revisión de periódicos, recorte de notas, clasificación por temas, repartición de la información, análisis y captura
2. ¿Qué importancia tiene la actividad profesional del analista de información en la comunicación?	R: Su participación es importante para los actores políticos que son los principales clientes de la empresa, ya que la síntesis informativa permite a éstos visualizar sus escenarios
3. ¿Qué características intelectuales-emocionales debe poseer el analista de información para realizar su actividad profesional?	R: Disposición para trabajar en cualquier eventualidad, una personal social y activa, además de un deseo de superación
4. ¿Qué habilidades debe poseer el analista de información para realizar su práctica profesional?	R: Lectura rápida, capacidad de análisis, buena redacción, buena ortografía, rapidez en síntesis y captura
5. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener el analista de información para llevar a cabo su práctica profesional?	R: Debe ser un profesionalista, con conocimientos en información general, así como un amplio dominio de la computadora y el Internet
6. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos de trabajo debe manejar el analista de información para desempeñar de manera eficaz la actividad profesional?	R: Periódicos, revistas, computadora, Internet, regla, pluma
7. ¿Qué problemas institucionales, económicos, gremiales, personales y/o motivacionales limitan la actividad?	R: La falta de incentivos (se trabaja diario), apoyo en la resolución de eventualidades y la falta de interés en el área (los sueldos son muy bajos)
8. ¿Qué repercusiones tienen sobre la eficacia y eficiencia laboral esos problemas que limitan o afectan la práctica profesional?	R: Falta de interés en nuevos proyectos
9. ¿Qué debe hacer la institución para que la actividad profesional sirva para cumplir mejor las metas?	R: Ofrecer mejores condiciones de trabajo, desde el equipo técnico con el que se labora hasta un incremento en los salarios
10. ¿Qué se puede hacer desde la práctica profesional del analista de información para resolver/ enfrentar los problemas que la limitan o afectan?	R: Demostrar que la labor desempeñada en la empresa es indispensable

11. ¿Qué alternativas en materia de educación, formación, información, comunicación y/o capacitación pueden desarrollarse para mejorar y/o resolver algunos de los problemas de la actividad profesional del analista de información?

R: Quizá un curso de computación y redacción y un curso de dirección para los dueños de la empresa

PREGUNTA	INFORMANTE Horacio Meléndez Hernández, analista de información de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información
1. ¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera constante el desempeño del analista de información?	R: Selección, codificación e interpretación de la información, para llevarla a cabo en las actividades
2. ¿Qué importancia tiene la actividad profesional del analista de información en la comunicación?	R: La capacidad de aprendizaje y sobre todo la voluntad de superación para poder desarrollar las actividades que realiza
3. ¿Qué características intelectuales-emocionales debe poseer el analista de información para realizar su actividad profesional?	R: Intelectuales, razonamiento de las cosas y emocionales, paciencia para poder desarrollar las actividades y no entrar en la desesperación
4. ¿Qué habilidades debe poseer el analista de información para realizar su práctica profesional?	R: Tener un buen conocimiento de los temas para poder desarrollar su trabajo o actividades profesionales
5. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener el analista de información para llevar a cabo su práctica profesional?	R: Estudios de licenciatura y/o su equivalente para poder desempeñar un buen análisis de la información
6. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos de trabajo debe manejar el analista de información para desempeñar de manera eficaz la actividad profesional?	R: Un buen equipo técnico y una fuente de información que permita hacer bien el trabajo
7. ¿Qué problemas institucionales, económicos, gremiales, personales y/o motivacionales limitan la actividad?	R: Salario competitivo que alcance para los gastos necesarios; en el caso de gremiales: la falta de motivación que puedan tener dentro del centro de actividades
8. ¿Qué repercusiones tienen sobre la eficacia y eficiencia laboral esos problemas que limitan o afectan la práctica profesional?	R: La falta de proyectos para realizar
9. ¿Qué debe hacer la institución para que la actividad profesional sirva para cumplir mejor las metas?	R: Tener una buena comunicación (para empezar) y, sobre todo, la motivación en cada una de las actividades que se desempeñan dentro de la misma
10. ¿Qué se puede hacer desde la práctica profesional del analista de información para resolver/enfrentar los problemas que la limitan o afectan?	R: Sobrellevarlos y después dialogar para poder entender las causas que afectan, tanto a la comunicación de las personas y sobre todo a la misma institución

11. ¿Qué alternativas en materia de educación, formación, información, comunicación y/o capacitación pueden desarrollarse para mejorar y/o resolver algunos de los problemas de la actividad profesional del analista de información?

R: Un mayor conocimiento de los temas a desarrollar para poder tener una buena información, asistir a seminarios, conferencias y talleres

INFORMANTE	Georgina Mondragón Rojas, analista de información de la gerencia de Recopilación y Análisis de la Información
PREGUNTA	
1. ¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera constante el desempeño del analista de información?	R: El contacto constante y directo con todos aquellos medios que producen información, ya sean impresos (periódicos, revistas) o electrónicos (radio, televisión), es una de las actividades más importantes de un analista
2. ¿Qué importancia tiene la actividad profesional del analista de información en la comunicación?	R: Es de suma importancia pues no sólo sirve como información complementaria de cierto tema sino que da la pauta para poder realizar estrategias de comunicación
3. ¿Qué características intelectuales-emocionales debe poseer el analista de información para realizar su actividad profesional?	R: Tener una formación y gusto en el área de la comunicación informativa, porque de ella depende su buen desempeño en el área de trabajo
4. ¿Qué habilidades debe poseer el analista de información para realizar su práctica profesional?	R: Tener buena redacción, ortografía, conocer y diferenciar qué información es útil para él
5. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener el analista de información para llevar a cabo su práctica profesional?	R: Ser hábil en la lectura, conocer a fondo el tema que se está tratando, realizar investigación del tema
6. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos de trabajo debe manejar el analista de información para desempeñar de manera eficaz la actividad profesional?	R: Mi experiencia en medios impresos me permite decir que las herramientas de más manejo del analista son los periódicos, revistas, así como la computación y el Internet
7. ¿Qué problemas institucionales, económicos, gremiales, personales y/o motivacionales limitan la actividad?	R: Los problemas son no contar con la persona adecuada al frente del área que se involucre de manera total con el equipo a su cargo. El bajo salario y las nulas prestaciones y el no contar con el buen funcionamiento de las herramientas de trabajo
8. ¿Qué repercusiones tienen sobre la eficacia y eficiencia laboral esos problemas que limitan o afectan la práctica profesional?	R: Las repercusiones son bastante graves porque al irse deteriorando la relación empresa, el trabajador éste último termina por hacer su trabajo y no involucrarse más allá de él. No siente ni empuje
9. ¿Qué debe hacer la institución para que la actividad profesional sirva para cumplir mejor las metas?	R: Abrir más los canales de comunicación, saber escuchar los problemas que limitan la labor de sus trabajadores y tomar de verdad medidas al respecto



<p>10. ¿Qué se puede hacer desde la práctica profesional del analista de información para resolver/ enfrentar los problemas que la limitan o afectan?</p>	<p>R: En ocasiones es poco lo que se puede hacer, sobre todo, si la actitud de la empresa es intranigente. Pero aún así, lo que el analista debe hacer es demostrar con trabajo, y responsabilidad que vale mucho</p>
<p>11. ¿Qué alternativas en materia de educación, formación, información, comunicación y/o capacitación pueden desarrollarse para mejorar y/o resolver algunos de los problemas de la actividad profesional del analista de información?</p>	<p>R: La institución educativa, debe brindar el apoyo y los medios para que el estudiante realice prácticas en empresas particulares e instituciones de gobierno de manera constante y desde el inicio de la carrera. De parte del analista, es fundamental tomar cursos de computación, redacción y ortografía. Además de tener el hábito de la lectura. De parte de las empresas, ofrecer mejores salarios, herramientas de trabajo competentes y constante capacitación.</p>

INFORMANTE	Martha Mariza García, analista de información del área de Análisis de Información de Especialistas en Medios
PREGUNTA	
1. ¿Qué roles, funciones y actividades comprende de manera constante el desempeño del analista de información?	R: Escuchar con atención la información que se da por radio y televisión, ubicar la nota que pertenece a cada cliente y transcribir la información
2. ¿Qué importancia tiene la actividad profesional del analista de información en la comunicación?	R: Como profesionista en ciencias de la comunicación es importante esta actividad porque entre la actividad y el cliente existe un medio masivo de comunicación
3. ¿Qué características intelectuales-emocionales debe poseer el analista de información para realizar su actividad profesional?	R: Conocer los géneros periodísticos y captar la información que requiere cada uno de los clientes
4. ¿Qué habilidades debe poseer el analista de información para realizar su práctica profesional?	R: Tener el oído bien puesto,, esto es poder escuchar con atención diferentes programas de radio y escribir al mismo tiempo tanto las bitácoras del programa como las notas
5. ¿Qué conocimientos teórico-prácticos debe tener el analista de información para llevar a cabo su práctica profesional?	R: Lo básico es que sepa diferenciar los géneros periodísticos y tener buena ortografía , tener rapidez en captura
6. ¿Qué técnicas, herramientas e instrumentos de trabajo debe manejar el analista de información para desempeñar de manera eficaz la actividad profesional?	R: Luz, grabadoras o consolas en óptimas condiciones y equipo de Internet
7. ¿Qué problemas institucionales, económicos, gremiales, personales y/o motivacionales limitan la actividad?	R: El bajo sueldo que se le da al analista de información y el hecho de que al final de los eventos el cliente nunca conoce realmente quién hace todo el trabajo
8. ¿Qué repercusiones tienen sobre la eficacia y eficiencia laboral esos problemas que limitan o afectan la práctica profesional?	R: Muchas veces desde las ganas para realizar en óptimamente el trabajo y se hace nada más porque se tiene que hacer y se deja a un lado el entusiasmo
9. ¿Qué debe hacer la institución para que la actividad profesional sirva para cumplir mejor las metas?	R: Dar mejores sueldos y dar estímulos por su desempeño a cada uno de los analistas

10. ¿Qué se puede hacer desde la práctica profesional del analista de información para resolver/ enfrentar los problemas que la limitan o afectan?	R: Dotar de mejores herramientas de trabajo a cada uno de los trabajadores y pagar mejores sueldos
11. ¿Qué alternativas en materia de educación, formación, información, comunicación y/o capacitación pueden desarrollarse para mejorar y/o resolver algunos de los problemas de la actividad profesional del analista de información?	R: Sin respuesta