



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES ACATLÁN



"EL EDITOR EN LA EMPRESA MÉXICO ANALYTICA: UN PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN"

MEMORIA DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA PRESENTA SANDRA NÚÑEZ MENDOZA

ASESORA: LIC. EDITH MARTÍNEZ CHÁVEZ



ACATLÁN, ESTADO DE MÉXICO, MAYO DE 2002

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

PAGINACION DISCONTINUA

Dedico...

**...con mucho cariño esta Memoria a mis papás:
Francisca Mendoza Jerónimo
y Fidel Núñez Hernández.**

**A ustedes les debo el haber alcanzado esta meta.
Gracias por su amor, comprensión y apoyo.
Y por la educación que me han dado.
Es lo más valioso de mi vida.
Los amo.**

Gracias...

**...a cada persona que por sus palabras, acciones,
sentimientos o amistad
me alentaron a lograr este objetivo.
¡Mil Gracias!**

ÍNDICE

Introducción

Capítulo 1 Perfil de México Analytica	1
1.1 Descripción general de la empresa	1
1.1.1 Contextualización e Historia	1
1.1.1.1 Historia	4
1.1.1.2 Perfil del cliente de México Analytica	8
1.1.2 Misión, Visión y Objetivos	9
1.1.3 Características. Organigrama	10
1.2 Descripción del Departamento de Noticias	16
1.2.1 Características Generales	17
1.2.2 Recursos humanos y materiales	22
1.3 Ubicación del desempeño profesional	24
1.3.1 Concepto de Editor	24
1.3.2 Funciones de los Editores de M@	25
Capítulo 2 Diagnóstico	31
2.1 Conceptos básicos	32
2.2 Justificación del marco metodológico	33
2.2.1 Técnicas de investigación: observación y entrevista	34
2.2.2 Justificación de los sujetos a entrevistar	36
2.3 Incidencia del espacio donde se realiza la actividad del Editor	38
2.4 Presentación de los Editores a entrevistar	41
2.5 Preinterpretación de las entrevistas	45
2.5.1 Conocimientos, habilidades y características	46
2.5.2 Carencias	53
2.5.3 Cursos de capacitación	55

ÍNDICE

Introducción

Capítulo 1 Perfil de México Analytica	1
1.1 Descripción general de la empresa	1
1.1.1 Contextualización e Historia	1
1.1.1.1 Historia	4
1.1.1.2 Perfil del cliente de México Analytica	8
1.1.2 Misión, Visión y Objetivos	9
1.1.3 Características. Organigrama	10
1.2 Descripción del Departamento de Noticias	16
1.2.1 Características Generales	17
1.2.2 Recursos humanos y materiales	22
1.3 Ubicación del desempeño profesional	24
1.3.1 Concepto de Editor	24
1.3.2 Funciones de los Editores de M@	25
Capítulo 2 Diagnóstico	31
2.1 Conceptos básicos	32
2.2 Justificación del marco metodológico	33
2.2.1 Técnicas de investigación: observación y entrevista	34
2.2.2 Justificación de los sujetos a entrevistar	36
2.3 Incidencia del espacio donde se realiza la actividad del Editor	38
2.4 Presentación de los Editores a entrevistar	41
2.5 Preinterpretación de las entrevistas	45
2.5.1 Conocimientos, habilidades y características	46
2.5.2 Carencias	53
2.5.3 Cursos de capacitación	55

Capítulo 3 El Editor: Propuesta de Perfil Profesional	60
3.1 Problemática	60
3.2 Conceptos: conocimiento, habilidad, herramientas. Perfil Profesional. Editor	62
3.3 La propuesta	66
3.3.1 Conocimientos	67
3.3.2 Habilidades	73
3.3.3 Herramientas	77
3.3.4 Otros aspectos del perfil	78
3.4 Propuesta de cambios para México Analytica	80
Capítulo 4 Campo académico y laboral: reflexiones finales	85
4.1 Formación académica	85
4.2 Características fomentadas	95
4.3 La Interdisciplina como elemento de retroalimentación	98
4.4 Carencias de la formación académica	102
4.5 La especialización: opción de desarrollo	106
4.6 Consideraciones finales	107
Conclusiones	109
Bibliohemerografía	
Anexos	

INTRODUCCIÓN

La correspondencia entre la formación académica en la Universidad y el desempeño en el campo laboral ha sido preocupación constante de los egresados de las distintas carreras profesionales.

En las condiciones a las que se enfrenta el egresado en Comunicación surge como limitante el hecho de que las fuentes laborales no valoran la importancia de este profesional como el indicado para desempeñarse en actividades específicas de su formación académica.

Esta situación se expresa con el reemplazo que en muchas empresas se da al profesional de la Comunicación con egresados de otras licenciaturas, lo cual constituye un factor que desalienta aún más la búsqueda de una plaza laboral. El hecho es que no se debería permitir que otros profesionales pretendan ocupar el puesto que corresponde al egresado de Comunicación.

Aunque para el comunicólogo o comunicador las opciones laborales parecen reducirse socialmente a los tradicionales medios de comunicación masiva, es decir, radio, televisión y prensa, es importante dejar en claro que también se dan en diferentes ámbitos organizacionales. Pero además de estas menciones, hace un par de años surgió una nueva oportunidad de desarrollo para las continuas generaciones: el *boom* del internet, cuyas expectativas representaban una prometedora opción de desempeño profesional en un novedoso medio de información.

Las particulares características que presenta esta red mundial han atraído la atención de quienes pretenden incursionar en una nueva forma de publicar información, que abarca desde los redactores o correctores de texto

hasta poner en línea sus trabajos periodísticos, acción conocida como editar, en muchas ocasiones dejando atrás a la tradicional prensa escrita, pues la nueva alternativa se transmite oportunamente, en tiempo real.

Esta actividad por tanto, merece especial reconocimiento dentro de una modernidad que implica día con día la constante actualización de las nuevas formas de comunicación.

Es así como la presente Memoria del Desempeño Profesional titulada "*El Editor en la empresa México Analytica: un Profesional de la Comunicación*", busca defender, con base en la experiencia, el valor del comunicador en esa compañía que otorga información vía internet, puesto que el desempeño de este profesional ha proporcionado al servicio informativo que otorga la empresa, con el carácter periodístico del cual carecía en un principio.

De esta forma, el objetivo básico del presente trabajo es elaborar el perfil profesional del Editor de información a partir de la experiencia en la empresa México Analytica, con lo cual se busca justificar la preferencia del comunicador en el puesto.

Opté por la Memoria del Desempeño Profesional por ser el tipo de investigación que asienta la experiencia alcanzada en el campo laboral, más allá de lo que en el aula se pueda decir. Se pretende que este trabajo sea tan enriquecedor como valioso tanto para los estudiantes que cursan la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva y las autoridades académicas responsables de elaborar los planes de estudio para las nuevas generaciones, como para las empresas públicas o privadas, y en general cualquier sector laboral, que desee conocer las ventajas que ofrece este profesional.

Las Memorias representan una manifestación de la experiencia, descubren los aciertos y las limitantes académicas de las licenciaturas, a la vez que permiten una profunda reflexión sobre la importancia de la formación universitaria. En este sentido es como se justifica el amplio valor de las Memorias del Desempeño Profesional.

De manera personal, la importancia de esta Memoria radica también en detectar las carencias tanto de conocimientos generales y específicos, como de conocimientos complementarios del puesto de Editor, a fin de que el profesional en Comunicación se capacite más en esos aspectos acudiendo a cursos de redacción, corrección de estilo, edición de textos y aprendizaje de idiomas; así como cursos en la materia (economía, finanzas, sector bursátil, etc.).

Este trabajo busca dar el justo valor al desempeño del comunicador dado que egresados de otras carreras desempeñan con frecuencia actividades que corresponden a él, sin contar al menos con los conocimientos básicos de redacción y ortografía necesarios. En este caso particular, se busca constatar la profesión como Editor con el fin de no minimizar la importancia del estudiante, pasante o egresado en Comunicación, como el profesional más adecuado para desarrollarse en este puesto, por sus características de formación académica.

A partir de esta problemática, se construirá un perfil profesional para proponer tanto a la empresa como a los egresados interesados, los conocimientos académicos, las habilidades, destrezas, herramientas y otras características con los que debe contar el individuo que se requiere contratar para cumplir cabalmente con los objetivos del departamento de Noticias y en general de la compañía.

Los pasos a seguir corresponden en primera instancia a una contextualización del espacio donde se desempeña el Editor. Se definen características de México Analytica con una investigación documental al interior de la empresa, o bien, entrevistando a los directivos que tengan conocimiento del desarrollo histórico de la compañía.

Posteriormente se aplicaron las entrevistas a los Editores y jefes de área, así como a cuatro Editores externos para conocer las opiniones de quienes ejercen la profesión, a partir de cuyas experiencias se fue construyendo el perfil.

De esta forma, en el primer capítulo "Perfil de México Analytica", se realiza una contextualización de la empresa, lugar donde se ubica la actividad del Editor, que incluye la definición de su giro, una crónica a partir de su fundación y hasta la actualidad, así como sus características principales, para luego identificar de manera específica al departamento de Noticias, donde se desarrolla propiamente el desempeño del Editor. Las descripciones se darán a partir del organigrama oficial de la empresa.

En el capítulo dos, "Diagnóstico", se expone la evaluación del puesto, es decir, el estado de la actividad y desempeño, para lo cual se entrevistó a cada uno de los Editores de México Analytica, incluido el Editor en Jefe, así como al responsable directo del área y a dos profesionales más de diferentes empresas.

Pero con el fin de ubicar correctamente la actividad, se definen los conceptos principales a abordar: Editor, perfil profesional, conocimientos, habilidades, aptitudes y herramientas, para tener una idea clara de lo que se está buscando.

Una vez recabados los datos a través de las técnicas de investigación documental y de campo, se continuó con el procesamiento de la información por medio de una tabla de vaciado para facilitar la interpretación. A partir de ahí se pudo contar con los elementos adecuados para elaborar la propuesta del perfil profesional del Editor.

La exposición del capítulo tres, titulado "El Editor: Propuesta de Perfil Profesional", enumera las necesidades de conocimientos, destrezas, actitudes y habilidades que pudieran estandarizarse en un perfil general para poder concluir que es el egresado de la licenciatura de Comunicación -y sus variantes- el profesional más adecuado para desempeñar esa actividad.

Al mismo tiempo, se recomienda a la empresa el perfil obtenido como el más adecuado para cubrir sus vacantes. Esta reflexión considera los beneficios que otorgará a México Analytica el contratar a profesionales con dichas características, así como en su relación con los objetivos y metas institucionales.

En el cuarto y último capítulo: "Campo académico y laboral: reflexiones finales", se compara, por un lado, la formación académica del egresado en Comunicación y, por otro, las necesidades durante el desempeño profesional. De igual forma, se elabora un balance de los aspectos recibidos a lo largo de la carrera, sus ventajas, desventajas y utilidad.

Así, al término de este trabajo se podrá concluir si efectivamente la carrera define el tipo de actividad a la que se dedicará el egresado o bien, ante el desplazamiento que se sufre por parte de otras carreras, la importancia de garantizar a las empresas, un valor agregado en el comunicador, que pudiera generar como parte de su oferta profesional.

Capítulo 1

PERFIL DE MÉXICO ANALYTICA

1.1 Descripción general de la empresa

En el presente capítulo se expone a la empresa México Analytica, lugar donde se desarrolla la actividad del Editor. En primera instancia se realiza una contextualización de la compañía, que incluye características, organización y políticas internas, así como sus objetivos institucionales.

1.1.1 Contextualización e Historia

La comunicación, como forma de entendimiento no sólo entre los seres humanos sino también entre los animales y otros seres vivos, es una expresión compleja pero necesaria en el sentido más simple de la existencia.

Desde la perspectiva social, esta práctica de interrelación y comprensión permite al hombre en particular crear su propia cultura, así como sus formas de organización -económica o política-. Esta evolución ha exigido nuevos tipos y canales de comunicación, que se han ido dando a la par de la tecnología, más allá de la prensa escrita y los medios electrónicos tradicionales (radio y televisión).

Dentro de estos avances, destaca entre las telecomunicaciones el desarrollo de internet como un medio con soporte tecnológico via satélite.

La mayor parte de los satélites son de comunicación, utilizados en telefonía y para la transmisión de datos digitales e imágenes de televisión. Este desarrollo dio lugar al concepto de *telecomunicación*, es decir, el conjunto

de medios de comunicación a distancia o transmisión de palabras, sonidos, imágenes o datos en forma de impulsos, señales electrónicas o electromagnéticas.

En este contexto, entre las opciones que ofrece internet está la posibilidad de acceder a diversos canales que facilitan la obtención de toda clase de información puesta en línea por especialistas.

En su concepto literal, "internet es la interconexión de muchas redes a nivel mundial"¹. Pero desde el punto de vista práctico, corresponde a "un fenómeno social, cultural, económico y tecnológico que está acercando las personas y las instituciones, permitiendo niveles de cooperación antes inimaginados por medio de una fácil, rápida y casi instantánea comunicación a bajo costo alrededor del planeta"².

En la actualidad destaca como el nuevo medio por el cual se está transformando y expandiendo la manera en que se divulgan y se tiene acceso a la información, ya sea noticias de último minuto (tiempo real) o bien, recursos permanentes de consulta y referencia.

Al hacer un breve recorrido histórico, el desarrollo de internet comenzó en la década de los años 60 cuando el gobierno de Estados Unidos consideró la necesidad de integrar sus redes de información militar para que la salida del aire de una de ellas no afectara la comunicación entre las otras y permitiera a los usuarios acceder a todas a partir de una sola de las redes interconectadas.

¹ <http://onu.org.do/instraw/Internet/Index.html>. 18 de mayo de 2000.

² *Ibidem*.

Fue a principios de los años 90, con la introducción de nuevas facilidades de interconexión y herramientas gráficas para el uso de la red, que inició el auge de este canal. Históricamente, entonces, se puede concebir al internet como "la transformación de lo que fue una enorme red de comunicaciones para uso gubernamental, planificada y construida con fondos estatales, que ha evolucionado en una miríada (*cantidad muy grande*) de redes privadas interconectadas entre sí".³

Actualmente internet experimenta día con día la integración de nuevas redes y usuarios, extendiendo su amplitud y dominio, al tiempo que surgen nuevos mercados, tecnologías y empresas que aprovechan este nuevo medio, cuyo enorme potencial apenas se comienza a descubrir.

Pese a que en México aún no se puede hablar de una cobertura amplia de este servicio debido a los costos y condiciones tecnológicas que requiere, a partir de 1998 internet ha consolidado su presencia en los sectores económicos más importantes de la sociedad, como es el comercial y el empresarial.

De manera más popular ha logrado penetrar en una parte de la población, que dominan el llamado correo electrónico (*e-mail*), así como cuartos de charla (*chat rooms*), permitiendo la comunicación por escrito y de manera instantánea a cualquier parte del mundo.

Así, las ventajas de comunicación que ofrece internet en el ámbito tecnológico han llamado la atención a empresarios que, movidos por el interés de nuevas oportunidades de inversión, buscan productos originales con un futuro prometedor.

³ <http://onu.org.do/instraw/internet/index.html>. 18 de mayo de 2000.

En este contexto surge la empresa de servicios financieros vía internet México Analytica, S.A. de C.V., presentado en un software que se instala en el equipo de cómputo de los usuarios, a quienes se les otorga una contraseña de acceso. En el apartado 1.1.3 se detallan estas características.

La participación que define a M@ se ubica en el mercado mexicano de empresas que abastecen información financiera en tiempo real, vía internet. Entre ellas se encuentran Infosel Financiero y la agencia Finsat, así como otros portales financieros.

Es de destacar que actualmente la mayoría de los medios, como la prensa escrita y las televisoras, han recurrido a este soporte tecnológico para ofrecer el mismo tipo de información, por ejemplo, los portales de El Economista, El Financiero, Televisa, TV Azteca, agencias informativas como Notímex y la estadounidense Dow Jones Newswires.

A la fecha se encuentran diversos sitios de información financiera, y aunque no todos transmiten en tiempo real, si representan una competencia para México Analytica.

1.1.1.1. Historia de México Analytica

México Analytica (M@) es una empresa que ofrece un servicio de información financiera y noticiosa en tiempo real a través de internet, de carácter restringido, pues sólo tienen acceso a él las personas con previo contrato del servicio, que cuentan con las condiciones tecnológicas requeridas y una clave de acceso. Es un medio de acceso limitado, puesto que presenta información dirigida a un sector específico: el de economía y finanzas, con noticias de este rubro, principalmente.

La idea de crear esta empresa surgió en el verano de 1996, cuando el licenciado Juan Ricardo Pérez Escamilla, junto con su socio Octavio Camarena Villaseñor tomaron la iniciativa de crear un servicio informativo vía internet que proporcionara a los posibles clientes información oportuna sobre los movimientos en la Bolsa Mexicana de Valores y considerando también ampliar la cobertura al campo bursátil de Estados Unidos.

Sus aspiraciones se centraron en la idea de incursionar en un mercado prometedor, el de servicios por internet, donde crecían las posibilidades reales de expansión en el mediano plazo y de importantes ganancias en el largo plazo.

Una vez decididos a emprender el proyecto, ambos inversionistas, quienes en ese entonces participaban también como socios en la empresa Consultores en Decisiones Gubernamentales, comenzaron a integrar su equipo de trabajo entre los mismos empleados de la consultoría, al cual se unieron ingenieros en sistemas, programadores y analistas financieros. Las pruebas iniciales dieron como resultado la primera versión del servicio de M@, sencillo, pero al fin algo concreto.

Meses después buscaron inversionistas interesados en participar en este lanzamiento y proveer de recursos financieros a la que se perfilaba como la nueva empresa, y en octubre de 1996 México Analytica se daba a conocer de manera oficial en internet, ubicando sus oficinas generales en la colonia Cuajimalpa y con centro de operaciones en Santa Fe.

Con una estructura organizacional sencilla, la primera tarea a la que se dieron los socios fue la de conseguir interesados en este nuevo servicio, para conformar la cartera de clientes.

El perfil de los clientes potenciales debía corresponder con las necesidades informativas en tiempo y espacio que pudiera cubrir el servicio de México Analytica, es decir, empresas y particulares que se vieran directamente implicados en los movimientos bursátiles, o bien, que los factores económicos y financieros fueran decisivos en su desempeño e inversiones, pendientes siempre de lo que ocurriera en el ámbito nacional e internacional.

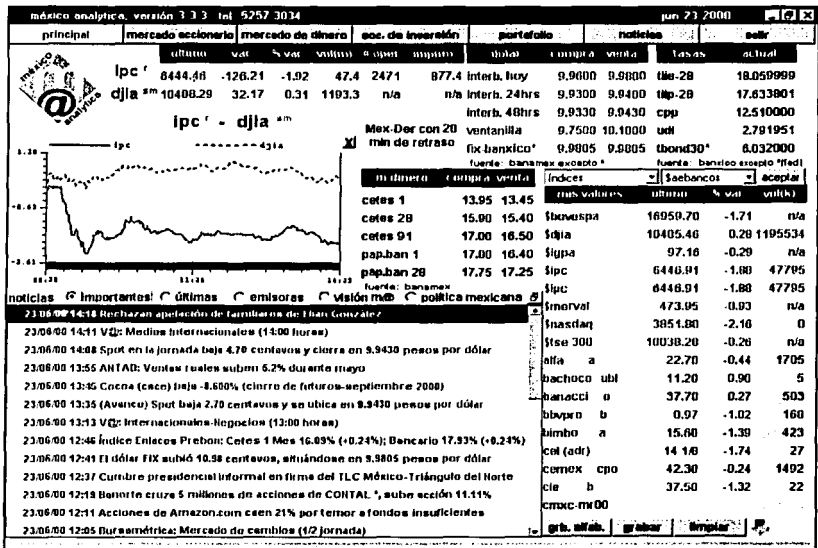
A partir de entonces la empresa comenzó a hacerse presente en grupos financieros, bancos, casas de bolsa, empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), sociedades de inversión, algunas dependencias federales, así como en compañías de otros giros comerciales y hasta en particulares interesados.

Para 1998, México Analytica se identificaba como una empresa joven y vanguardista con cerca de 50 empleados, que comenzaba a contratar profesionales en Comunicación para su área de Noticias, al reconocer la importancia de la especialización.

A partir de ese año y hasta 2000 se da una importante consolidación de la empresa, expresada principalmente en una mayor integración entre el personal, más apertura a la contratación de personal, se comienzan a desarrollar proyectos especiales en todas las áreas, reflejo de la fortaleza y del buen camino del negocio.

En el área de Noticias específicamente, se advierte la eficiencia de los egresados en Periodismo o Comunicación y la contratación empieza a inclinarse más hacia estos profesionales.

Los avances de la empresa han radicado principalmente en su equipo de trabajo, y entre estos logros destacan la programación del software por sus ingenieros utilizando tecnología de punta; valores agregados de contenido diseñados por sus especialistas financieros; elaboración de material de contenido propio (*Visión Analytica y Consensus Analytica*) con el apoyo de su equipo de periodistas, así como un destacado equipo de mercadotecnia y ventas, expertos en el sector.



(1) El servicio M@ versión 3.3.3. Ejemplo de la página principal.

La consolidación de México Analytica como una empresa destacada en el servicio de transmisión de información la ha colocado como representativa

del sector económico-financiero. Esto también se refleja en la retransmisión de noticias y datos a otros sitios como Todito.com, aol.com y valmex.com.

México Analytica es una empresa joven con amplias expectativas a futuro, pues los avances y el *boom* del internet han abierto posibilidades de mayor inversión, como medio potencial de desarrollo de nuevos negocios.

1.1.1.2. Perfil del cliente de México Analytica

Al ser México Analytica una empresa dedicada al suministro de información económico-financiera, el grupo objetivo al que va dirigido su servicio es de perfil empresarial, financiero y de negocios, principalmente. Es decir, aquellas empresas o particulares en las que el desempeño de los sectores económicos, financieros y privados afecte de manera directa sus intereses. O bien, dependencias federales o locales que se involucren en esos sectores.

Así, entre los principales clientes destacan de una lista de 80 empresas:

- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- American Express
- Asociación de Banqueros de México (ABM)
- Avantel
- Cifra Wal-Mart
- Cinemark de México
- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar)
- Comisión Federal de Electricidad (CFE)
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt)
- Embotelladores Mexicanos de Pepsi Cola
- Grupo Financiero Bital

- Grupo Vitro
- IXE Grupo Financiero
- Presidencia de la República Mexicana
- Teléfonos de México (Telmex)
- TV Azteca
- Televisa
- Servicio Liverpool
- Sanborn Hermanos
- Grupo Bursátil Mexicano
- Grupo ICA

1.1.2 Misión, Visión y Objetivos

Una vez consolidada, México Analytica se vio en la necesidad de institucionalizar sus metas oficiales, a saber: misión, visión y objetivos, con el fin de proyectar una imagen de empresa formalmente organizada, con identidad propia y claridad en sus funciones, destacando su interés por servir al cliente en todas sus necesidades financieras, así como por expandirse en otros países. Tras evaluar sus características y valores, definió los siguientes conceptos:

Visión

"Ser la empresa más reconocida en el manejo de información financiera latinoamericana, maximizando la satisfacción de nuestros clientes y acrecentando el valor de la empresa para el mejor retorno de inversionistas".⁴

⁴ <<http://www.mexicoanalytica.com>> 18 de mayo de 2000.

Misión

"Ofrecer soluciones integrales a empresas e inversionistas independientes para que puedan satisfacer sus necesidades de información financiera y noticiosa".⁵

Objetivos

Buscar su expansión en América Latina, donde ya se manejan proyectos para los mercados de Brasil y de Argentina; asimismo se habla en el mediano plazo de España y Chile. En cuanto a los objetivos del área de noticias, se pretende en el largo plazo la conformación de un cuerpo de reporteros, jefe de información y redactores que cubran eficazmente el campo informativo.

En este sentido, las expectativas de internacionalización son ambiciosas, para lo cual la empresa tiene asegurados los recursos básicos a fin de satisfacer las necesidades de los clientes. A la vez, su desarrollo actual demuestra que la misión y la visión son ejes rectores que se han ido cumpliendo, mientras que los objetivos parecen llevar buena marcha, para concretarse en el mediano plazo.

1.1.3 Características de México Analytica

La empresa México Analytica se caracteriza por ofrecer servicios que incluyen desde la suscripción hasta el suministro de información financiera en tiempo real y la operación de websites para grupos financieros interesados en ingresar al ámbito de las operaciones electrónicas.

⁵ *Ibidem*

La información, en el contexto de México Analytica, se refiere a los datos generados en el ámbito económico-financiero (bolsa de valores, sistema bancario, sector empresarial), que son de interés para los inversionistas, influyen en sus decisiones de negocios y enteran al cliente de todo lo ocurrido en materia nacional e internacional.

Los servicios de la empresa se detallan a continuación:

M@ v.3.3.3: Es el servicio de información financiera y noticiosa en tiempo real. Cuenta con información de mercados de capitales, mercado cambiario, mercado de dinero, sociedades de inversión, así como un servicio oportuno de noticias con amplia cobertura especialmente en el ámbito económico, financiero y empresarial.

M@ Web: Es el servicio que busca apoyar tecnológicamente y operativamente a las casas de bolsa para que pongan en marcha sus portales financieros, con la posibilidad de ofrecer en el corto plazo los servicios de operación de capitales y sociedades de inversión en línea (*e-trade*).

México Analytica cuenta también con una página intranet llamada *Mexana Net*, que funciona como una herramienta interna para permitir al personal acceder a información sobre la empresa, tal como el perfil, o bien, reportes de desempeño, directorio, avisos generales, entre otros.

La misma dinámica de la empresa exige del personal completa integración, sin embargo, la variedad de caracteres y los intereses particulares de cada empleado, aunado al agresivo aumento de personal a últimas fechas, deja ver cierto distanciamiento entre los departamentos, lo cual no se ha podido solucionar.

El tiempo real

A lo largo de la descripción de México Analytica se ha destacado una característica básica de la empresa con respecto a los medios tradicionales de comunicación, aún los electrónicos: "el tiempo real". El tiempo real es la condición temporal de la publicación de información en el momento mismo en que ésta se genera. Se interpreta como la pertinencia o instantaneidad de distribución de los datos y noticias al momento de producirse, es decir, sin demora o espera significativa.

Al ser internet el soporte tecnológico y de distribución del servicio de México Analytica, el cliente cuenta con la ventaja de acceder a la información inmediatamente después de que se genera, de manera oportuna, como son los movimientos accionarios en la Bolsa Mexicana de Valores, vía remota. En el caso del área de Noticias, se accesa a la información previo proceso de edición.

Este proceso de edición, realizado por el equipo de Editores, considera un tiempo de publicación de cinco minutos de retraso permitidos, dependiendo de la extensión del texto a editar. Contempla que, una vez recibido y seleccionado el comunicado de prensa o nota informativa de una terminal noticiosa, se analiza, se descarta la información menos relevante y se "pone en línea" a través de la aplicación de captura.

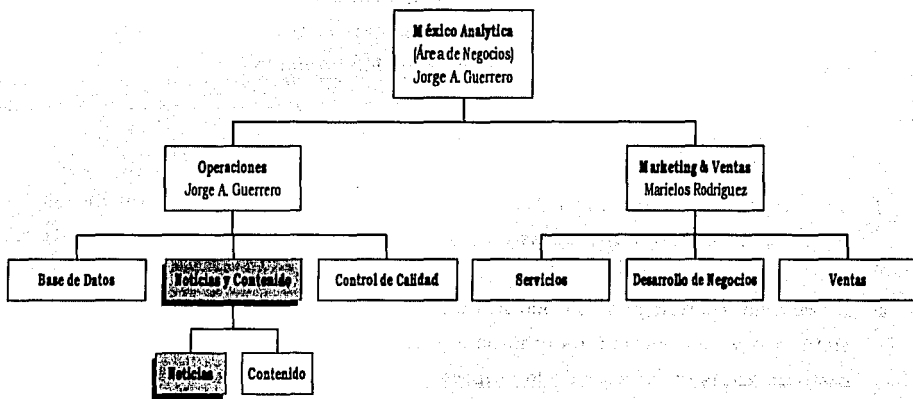
El tiempo real es la característica que permite al servicio de M@ estar en constante actualización informativa, esto es, conforme se genera la noticia. Otorga la ventaja de no estar sujeta a horarios de programación o de noticiarios específicos, como en los medios electrónicos.

Aunque este proceso es básico en el servicio, el desempeño del Editor es determinante en la publicación de las noticias, ya que por sus habilidades y conocimientos, este profesional se desenvolverá con responsabilidad.

De este modo se garantizará la publicación oportuna de la noticia, dado que serán las características de análisis y desempeño del Editor lo que permitirá un trabajo eficaz y adecuado, de acuerdo a las necesidades de la empresa donde labore.

Descripción de departamentos

México Analytica se conforma por dos áreas de negocios: operaciones y mercadotecnia; así como dos áreas comunes: administración y desarrollo tecnológico, las cuales otorgan sus servicios a las dos áreas de negocios.



Las dos áreas de negocios son:

1. Departamento de Operaciones. Es el área encargada del control y administración del servicio informativo. Se subdivide en:
 - a) *Base de Datos*: Es responsable de la administración de los datos automáticos y editados que alimentan al servicio.
 - b) *Noticias y Contenido*: Proporciona los datos, noticias y todo tipo de información producida por los Editores.
 - c) *Control de Calidad*: Se encarga de supervisar, evaluar y monitorear el contenido del servicio, así como de elaborar reportes de desempeño del área de Noticias, entre otras actividades.
2. Departamento de Mercadotecnia y Ventas. Se dedica a aplicar estrategias de mercado en busca de clientes potenciales a través de su equipo de Ejecutivos de Ventas. Otorga también atención a clientes.

Las dos áreas comunes son, por su parte:

1. *Administración y Finanzas*: Es el área encargada del control total de los recursos financieros, humanos y materiales de la empresa.
2. *Desarrollo Tecnológico*: Se ocupa de proporcionar todo el soporte técnico, sistémico y de operaciones indispensable para el buen funcionamiento del resto de áreas y servicios de la empresa.

El crecimiento de la empresa ha demandado mayor espacio y recursos materiales, ya que son insuficientes las cinco oficinas, pues entre equipo de cómputo y demás aparatos de trabajo, en algunas áreas el personal labora en un lugar incómodo, repercutiendo así en los estados de ánimo. Esta situación influye de manera directa en su desempeño, ya que las condiciones no son propias para laborar de forma adecuada, lo que ocasiona la ausencia constante de los puestos de trabajo.

Destaca entre las condiciones materiales de México Analytica el hecho de que todo el equipo de cómputo se encuentre en red debido a las necesidades de intercambio de información, así como el acceso a internet, pues se puede considerar a este servicio como la materia prima de la empresa, ya que el correo electrónico y los chats de conversación son medios indispensables para la comunicación interna, siendo aún más indispensables que las extensiones telefónicas.

La Dirección General, a cargo del licenciado Juan Ricardo Pérez Escamilla, mantiene el control de la compañía sin perder de vista las actividades de cada uno de los empleados, por mínimas que éstas sean, y programando juntas con los directores de las diferentes áreas ante las eventualidades generadas por la dinámica misma de la empresa.

Es función del licenciado Pérez Escamilla estar al tanto e involucrarse directamente en las actividades de los departamentos, pues una vez dada la orden para arrancar un proyecto, no es extraño encontrarlo al lado de algún ingeniero, programador o Editor proponiendo ideas y de manera ocasional, tener la última palabra al decidir sobre formatos y contenidos.

1.2 Descripción del Departamento de Noticias

El departamento de Noticias de México Analytica forma parte de la dirección general de Operaciones, área encargada de controlar y administrar el desarrollo técnico y de contenido del servicio, que incluye tanto la información automática (reportes trimestrales, datos del mercado de futuros, indicadores de la Bolsa Mexicana de Valores, el Dow Jones de Estados Unidos, entre otros) como procesada o editada (carteras mensuales de sociedades de inversión, cotizaciones, avisos, convocatorias, acuerdos y noticias en general).

A esta misma dirección pertenece el área de Contenido, la cual integra otras cuatro gerencias delegadas cada una a personas diferentes que se encargan de una responsabilidad en específico: Sociedades de Inversión, Mercado de Dinero, Mercado Accionario y Control de Calidad. Cada individuo es responsable único de su sector, y sólo cuenta con el apoyo de capturistas o asistentes en común, por lo que no se puede hablar de gerencias propiamente conformadas.

Estas áreas específicas carecen de una estructura completa en cuanto a recursos materiales y humanos se refiere, dada la reciente consolidación de la empresa y la formación de los responsables. No obstante, ante estas necesidades, se muestra completa disposición para nuevas contrataciones que apoyen estas gerencias.

También refleja una evidente carga de trabajo hacia algunos integrantes, situación que demanda más personal. Sin embargo sus funciones son básicas para el constante y eficaz desarrollo de cada una de esas secciones en el servicio.

A partir de esta contextualización, en el siguiente subcapítulo se describen las características particulares del servicio de Noticias, apoyado con esquemas e imágenes.

1.2.1 Características del departamento de Noticias

El departamento de Noticias de México Analytica cuenta con una aplicación especial de captura llamada "Mexana Editor", por medio de la cual los Editores procesan su información ya redactada. Este programa de cómputo contiene la categoría de la información; las clasificaciones de los sectores macroeconómicos, mercados genéricos y financieros, el listado de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores.

También están las casas de bolsa, sociedades de inversión, calificadoras, corredurías, secretarías de Estado, dependencias federales, partidos políticos, organismos independientes, estados de la República, regiones del mundo, Bolsas y organismos internacionales más importantes, así como los temas más destacados en la actualidad, ya sea en el ámbito político, económico o social, entre otros.

De esta forma, la sección de noticias presentada en el servicio se divide en las siguientes clasificaciones:

Noticias Importantes

Es la categoría que clasifica a las noticias de fuerte interés para el cliente, que pueden afectar los mercados de inversión o pueden tener grandes repercusiones para las economías nacional e internacional.

Rumores

Contiene la información que no ha sido confirmada oficialmente, pero que surge de fuentes confiables. También pueden afectar a los mercados e influir en las decisiones de los inversionistas.

Noticias de 24 horas

Son todas las noticias que se han registrado en la base de datos en las últimas 24 horas, e incluye tanto noticias importantes como rumores.

Emisoras

Al elegir esta opción se desplegarán en la pantalla principal todas las noticias que involucran directamente a las empresas que cotizan en la BMV.

Visión Analytica (V@)

Son artículos de contenido propio que reseñan los eventos más importantes de la vida política, económica y financiera de México y del resto del mundo.

Consensus Analytica (C@)

Los reportes y recomendaciones de las principales casas de bolsa del país, con relación a la compra o venta de acciones que cotizan en la BMV, son analizados y consensuados en una recomendación general a fin de brindar mayor apoyo a los inversionistas.

Macroeconomía

Abarca todas las noticias de la economía nacional. Está subdividida en agropecuario/pesca, base monetaria, balanza de pagos, deuda externa, deuda interna, energía, inflación, inversión extranjera, inversión nacional, producto interno bruto, tasas de interés, temas laborales, tipo de cambio, maquiladoras y comercio exterior, entre otras.

Mercados Financieros

Concentra información sobre los movimientos de los mercados financieros nacionales e internacionales más importantes, como la BMV, Sociedades de Inversión, Mercados de Estados Unidos, Europa, Asia y Latinoamérica, Mexder, Bonos, etc. Incluye también las informaciones que afectan el desempeño de estos valores.

mexico analitico versión 3.3.3 tel: 5257 2024 jul 17 2000

principal mercado accionario mercado de dinero eos. de inversión portafolio noticias entr

encabezados noticias 24 hrs 24 hrs

noticias importantes
rumores
noticias 24 hrs
actualizar
visión m@

macroeconomía
mercados financieros
internacional
estados de la república
política en México
recomendaciones/calificaciones
noticias por sector
temas actuales
manual del usuario
derechos corporativos

históricos
24 hrs 1 semana 1 mes 3 meses

17/07/00 13:16 Continúa Impase en las plazas de paz del Medio Oriente
17/07/00 13:44 La cumbre de Camp David podría ser interrumpida por... una boda
17/07/00 13:38 Baja e "Comprar" recomendación de ING Barings e Wal-Mart
17/07/00 13:34 Puercos Ligeros (CME) baja -1.500% (Cierre de Futuros-agosto 2000)
17/07/00 13:34 Pork Bellies (CME) baja -2.400% (Cierre de Futuros-agosto 2000)
17/07/00 13:34 Plata (COMEX) sube 8.000% (Cierre de Futuros-septiembre 2000)
17/07/00 13:34 Petróleo Ligero (NYMEX) baja -1.800% (Cierre de Futuros-agosto 2000)
17/07/00 13:34 Oro (COMEX) sube 8.700% (Cierre de Futuros-agosto 2000)
17/07/00 13:34 Gasolina sin Plomo (NYMEX) baja -1.500% (Cierre de Futuros-agosto 2000)
17/07/00 13:34 Clinton presenta iniciativa para combatir crímenes cibernéticos
17/07/00 13:34 Algodón #2 (nyce) sube 5.800% (cierre de futuros-diciembre 2000)
17/07/00 13:30 Mercado de dinero: Subastas del mercado secundario (Posturas asignadas)
17/07/00 13:28 Cotizaciones Oro (Centenario Venta Banamex; 3,400)
17/07/00 13:28 Mercado de dinero: Subastas del mercado secundario (Posturas recibidas)
17/07/00 13:24 UE crea comité de sabios para reformar mercados financieros
17/07/00 13:24 Mercado de dinero: Subastas del mercado secundario (Convocatorias)
17/07/00 13:23 FMI aprueba 85 millones de dólares para Panamá
17/07/00 13:22 Los gobernantes deben servir al pueblo sin distinción: EZPL
17/07/00 13:22 FMI: Tasas podrían subir en zona euro si moneda europea sigue débil
17/07/00 13:21 Trabajadores petroleros paralizarán actividades en Venezuela
17/07/00 13:20 Pilotos de Air France amenazan con irse a huelga para el próximo miércoles
17/07/00 13:18 PRI comienza difícil recomposición tras pérdida de Presidencia
17/07/00 13:13 No pretenden heredar el nuevo gobierno solución de conflicto de Chiapas
17/07/00 13:18 Cambio político en México; uno de los más notables en lo que va del año
17/07/00 13:09 VQ: Internacionales-Negocios (13:00 horas)
17/07/00 13:06 S&P asigna calificación de "mzAA-" a Telnepantle

(2) El servicio de M@ versión 3.3.3. Sección de Noticias.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Internacional

Esta sección contiene la información más relevante de todo el mundo que influye en el comportamiento de los mercados financieros y en el ámbito político y social de cada nación. Se subdivide en:

E.U.A.: Información empresarial, política y macroeconomía; relaciones México-EUA.

TLCAN: Información relacionada con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, firmado entre México, Estados Unidos y Canadá.

Canadá: Información referente a este socio comercial.

Organismos Internacionales: Noticias de las agrupaciones internacionales más importantes de gran influencia a nivel mundial (BID, OPEP, FMI, OTAN, BM, ONU, entre otros).

Regiones: Latinoamérica, Asia, Europa, África/Medio Oriente.

Estados

Es la información de las diferentes regiones de la República Mexicana, dando mayor importancia a las ciudades económicamente más destacadas del país: D.F, Estado de México, Jalisco y Nuevo León. Después de estas subdivisiones se enlista el resto de los estados.

Política en México

Información sobre las instituciones gubernamentales, grupos independientes, partidos políticos, presidencia, y los poderes Legislativo y Judicial, que con sus acciones y decisiones moldean el futuro de México.

Temas Actuales

Este apartado es de contenido variable, ya que aloja de manera temporal los asuntos que por su importancia y recurrencia son trascendentales. Su

permanencia puede ser desde un mes, hasta más de un año, dependiendo de la dinámica del tema que se esté considerando.

Como ejemplos actuales se pueden citar: Reportes Trimestrales, Rescate bancario, Situación en Chiapas, Elecciones EUA, Sector Eléctrico, Tecnología, y la más reciente, Reforma Fiscal.

mexico analytica

fecha: Jul 17, 2000 8:00AM

fuente:

editor: Sandra

encabezados: [Sandra]

Crear bindeos contingencias de corto plazo: DE

Baja a "Compa" recomendación de ING Barings a V

Suben petropecos pese a posible aumento en prod.

Detección irregularidades en Transportes y Viabilidad en

Estable, el Popocatepetl Cenapred

Dcha columnas en provincia

El Índice General (Madrid) cerró con una pérdida de

la nota está clasificada en:

tasas de interés

financiero-grupos financieros-

financiero-bancos-

merrill lynch

noticias importantes

nuevo

agrega

modifica

elimina

cancela

<<

>>

refresca

cancela

título:

Prevé Merrill Lynch debilitamiento de bancos mexicanos en 2T00

texto:

La correduría Merrill Lynch estimó que para el reporte del segundo trimestre del año, la banca mexicana registrará un debilitamiento en sus ganancias, considerándolas las más bajas del año.

Anticipó también que la volatilidad en las tasas de interés, aunado a los débiles mercados de capital, provocará una contracción en el margen de interés neto, y reducirá el ingreso de mercado, en particular las ganancias por comercio.

Sin embargo destacó que mantiene su perspectiva positiva para el sector, panorama que permanecerá hasta el 2001. Indicó que se mantendrá una tendencia positiva con respecto al grado de riesgo de México, así como una mejoría en los reportes de balance de los bancos.

test:

Source(s): México Analytica

Mexico Analytics, S.A. de C.V. © Copyright 2000. All rights reserved.

(3) La aplicación de captura Mexana Editor.

Tanto la Dirección General de la empresa como el director de Operaciones están siempre al tanto de las necesidades humanas y materiales

del departamento de Noticias, y muestran clara flexibilidad ante la falta de nuevos Editores o de equipo electrónico.

Asimismo, se involucran en la medida de sus posibilidades en las actividades del área, porque conocen perfectamente el tipo de noticias que se producen a diario, en particular en lo que se refiere al horario de publicación.

Para el director general es fundamental que las noticias más importantes e indicadores económicos aventajen en horario de publicación a la competencia, pues esta medida significa para la empresa una estrategia de ventas.

La comunicación ascendente, esto es, desde los Editores hacia los directivos y jefes, es constante y demandante, mientras que de manera descendente sí se muestra demanda, pero en ocasiones no se recibe respuesta por parte de los altos directivos, debido a sus múltiples ocupaciones diarias.

1.2.2 Recursos humanos y materiales del área

El departamento de Noticias de México Analytica consta de 11 integrantes: ocho Editores de Sector, (uno de ellos el Editor en Jefe, Adrián Gómez Reyes), dos redactores y una reportera. Aunque predominan en este equipo los egresados de Comunicación o Periodismo, se encuentra también personal de otras profesiones:

Horario	Editores de base	Licenciatura
05:00 a 09:00	2 redactores	Ciencias Políticas; Psicología
06:00 a 14:00	1 Editora	Relaciones Comerciales
07:00 a 15:00	4 Editores	3 Comunicación; Psicología
08:00 a 18:00	1 Editora	Periodismo / Comunicación
15:00 a 22:00	2 Editoras	Periodismo / Comunicación
Sujeto a eventos	1 Reportera	Periodismo / Comunicación

Siete de los integrantes son egresados de la carrera de Comunicación o específicamente Periodismo; dos de licenciatura en Psicología, una Editora corresponde a Relaciones Comerciales, y uno más a Ciencias Políticas y Sociales.

A partir de los buenos resultados del desempeño de los Editores egresados de carreras afines a la Comunicación, el Editor en Jefe ha optado por elegir a estos profesionales, aunque no descarta la contratación de personas de otras carreras, sobre todo aquellas relacionadas con el ámbito financiero, debido a que sirve como opción de desarrollo para los egresados de dichas áreas.

Cabe destacar que por parte de dos de los Editores que no corresponden a Comunicación, es evidente la diferencia en la forma de redactar, que si bien cuentan con excelente ortografía, carecen de un estilo propio en los géneros periodísticos. Recurren constantemente al apoyo de los compañeros Editores para solucionar dudas de sintaxis, encabezados y redacción. Aunque son designados para actividades como traducciones de material en inglés o análisis de datos específicos.

Esta selección se centra en la discusión de que si es más importante un periodista especializado o un especialista que cuente con conocimientos básicos de periodismo. Mientras que para los Editores es más importante contar con bases periodísticas, para los jefes y directivos es indispensable poseer conocimientos en economía y finanzas, con la única condición de contar con buena ortografía y redacción. La respuesta se irá obteniendo en el desarrollo de los siguientes capítulos.

1.3 Ubicación del desempeño profesional

En este apartado se expondrán las características del Editor desde un concepto simple, hasta llegar a una definición específica que sirva para ubicar al profesional objeto de esta investigación. Incluye descripción de actividades y funciones particulares de los Editores de Información de México Analytica.

1.3.1 Concepto de Editor

En su concepto general, un Editor es la persona encargada de revisar un material informativo antes de ser publicado, es decir, aplica los conocimientos y preparación que le permitan analizar y seleccionar la información, ya sea un texto o bien, un material visual o auditivo, a fin de ser publicado en un medio de comunicación, de carácter masivo o restringido.

A partir de este concepto se pueden identificar varios tipos de Editores dependiendo del medio en el que se desempeñen. Existen Editores de videograbaciones o audiograbaciones; los hay aquellos dedicados al diseño editorial o gráfico; se encuentran también los de la prensa escrita.

Los Editores de medios electrónicos se enfrentan de manera cotidiana a la presión de tiempo real; y en un ámbito más moderno, como lo es internet, la publicación de información exige un determinado perfil profesional. Es en este contexto donde se ubican los Editores de México Analytica.

1.3.2 Funciones de los Editores en M@

"Vender la noticia en tiempo real" es el objetivo del departamento de Noticias, por lo cual se exige a los Editores calidad y puntualidad en su trabajo. A partir de esta premisa, la actividad en la oficina se desarrolla en tres turnos principales: día (entre 05:00 y 09:00), día-tarde (entre 07:00 y 15:00) y tarde-noche (entre 15:00 y 22:00).

El primer horario, de 05:00 a 09:00 horas, integrado por dos redactores, se ocupa de revisar la primera plana de los principales diarios de circulación nacional (*El Financiero*, *El Economista*, *El Universal*, *La Jornada*, *Reforma*, *Excélsior*, *Milenio Diario* y *La Crónica de Hoy*), así como de algunos periódicos extranjeros consultados vía internet, que destaquen por su prestigio internacional (*Wall Street Journal*, *Financial Times*, *Miami Herald*, *New York Times* y *LA Times*).

El redactor, definido como el responsable de revisar ("peinar") los periódicos tangibles y virtuales (vía internet) a primera hora de la mañana, se encarga de elaborar un texto de contenido propio (Visión Analytica) que concentra a manera de artículo de opinión los asuntos abordados en las primeras planas de los diferentes diarios, poniendo en relieve la tendencia política o incidencia sobre los temas analizados.

Uno de los redactores de Noticias cuenta con casi tres años de experiencia en este puesto, y se avoca al ámbito nacional. El segundo redactor integrante de este horario se enfoca a las primeras planas de los diarios internacionales.

Este tipo de productos comunicativos de contenido propio recibe el nombre de Visión Analytica (V@), cuya idea original es del director general, Lic. Pérez Escamilla, ante la inquietud de crear artículos de valor agregado que respondieran de forma sintetizada a las necesidades de información de los clientes, sobre asuntos de trascendencia nacional e internacional, pero que por razones de tiempo no les es posible consultar de su fuente original.

Cada Editor es autor de al menos una V@ diaria, de acuerdo con el sector que cubre, por lo que se identifican las siguientes publicaciones:

- ▣ V@:TV Noticieros
- ▣ V@: Semanarios Nacionales
- ▣ V@: Semanarios Internacionales
- ▣ V@: Primeras Planas
- ▣ V@: Prensa Internacional
- ▣ V@: Previo Mercados
- ▣ V@: Mercados Accionarios
- ▣ V@: Medios Internacionales
- ▣ V@: Infomerciales Financieros
- ▣ V@: Prensa Negocios
- ▣ V@: Columnas Políticas
- ▣ V@: Columnas Financieras
- ▣ V@: Editoriales
- ▣ V@: Sobremesa Política

- ▣ V@: Mercado de Dinero
- ▣ V@: Prensa Latinoamericana
- ▣ V@: Cierre de Mercados
- ▣ V@: Deportes Analytica

Al final de cada título se incluye entre paréntesis una descripción del tema del día, por ejemplo: V@: Columnas Financieras (Blindaje Financiero).

El resto de la actividad en el primer horario corresponde a la revisión de algunas notas de los periódicos, que no hayan sido publicadas en el servicio el día anterior. Sin embargo, por razones de tiempo, esta última actividad en ocasiones no se alcanza a cubrir completamente.

Mientras corre la primera hora de este turno, comienza el segundo, que tiene por responsabilidad poner en línea los cierres de mercados accionarios de Asia debido a que, por diferencia de horarios, en esa parte del mundo va terminando la jornada cuando aquí apenas comienza. Una vez realizada esta actividad, se continúa con la revisión de la agencia informativa Associated Press (AP), para publicar las noticias más importantes hasta ese momento.

El resto de la actividad de la Editora de este turno, que concluye a las 14:00 horas, incluye edición de los boletines emitidos por la BMV sobre convocatorias, avisos y acuerdos de los Consejos de Administración de las empresas que cotizan; así como la revisión eventual de AP y AFP.

Se interseca entre estos dos turnos el tercer horario y también el de mayor cantidad de trabajo: el de 07:00 a 15:00 horas, con cuatro Editores a cargo, por ser el lapso en el que se genera la mayor actividad, y por lo tanto, información en la materia.

Con base en un programa de actividades previamente definido, lo primero es subir los encabezados a ocho columnas que publica a diario la prensa capitalina, los cuales se extraen de los periódicos que a esa hora ya deberían estar en la oficina, sin embargo el retraso en esta entrega es frecuente, por lo que se recurre a la consulta en internet. Otra de las primeras funciones de este horario es publicar una agenda financiera diaria, con las actividades del ámbito nacional e internacional que previamente ya se hayan programado.

Una de las primeras V@ del día es TV Noticieros; a la par de algunos indicadores económicos de Estados Unidos que se dan a conocer en las primeras horas del día, así como la publicación de noticias generadas por la terminal de Notimex durante la madrugada y hasta el momento en que los Editores inician actividades.

Esta revisión es constante a lo largo del día, considerando así a esa agencia informativa como una de las principales fuentes que alimentan al área de Noticias de México Analytica. Mientras tanto, los otros Editores van preparando su V@ del día, cuyo tiempo de elaboración excede la hora, en ocasiones llega hasta a dos.

Es importante a lo largo del día no perder de vista los movimientos del piso de remates de la Bolsa Mexicana de Valores ni del Dow Jones, principal indicador bursátil de Estados Unidos, ya que estas dinámicas influyen en muchas de las decisiones de empresas e inversionistas. De esta responsabilidad en particular se encarga una Editora especializada, con horario de 8:00 a 18:00 horas.

Así, se alternan actividades entre los Editores de este turno: mientras unos redactan su V@, otros revisan sus fuentes, investigan información internacional, editan comunicados que llegan a la redacción vía fax o vía correo electrónico, con horarios de publicación previamente establecidos para determinado tipo de información, o bien, conforme se va consiguiendo el material, sin olvidar que se trabaja para publicar en tiempo real.

A las tres de la tarde termina este horario para dar paso al último de la jornada, que cierra a las 22:00 horas, con dos Editoras que se dedican a cubrir los últimos eventos noticiosos siguiendo con la línea económica y política, tanto nacional como internacional. Dado que la mayor parte de la actividad en la vida nacional del país culmina alrededor de las 18:00 horas, el resto del tiempo se concentra en monitorear todo aquel suceso imprevisto que surja al momento.

Finalmente, cabe resaltar que dentro de la actividad del Editor de México Analytica es fundamental estar consciente de la importancia del tiempo real. Ante tal exigencia se debe dar prioridad al material con contenido de más peso, aquél emitido por dependencias, organismos y empresas de mayor influencia en la actividad político-económica del país, que sean determinantes en las decisiones de los inversionistas, tales como la Secretaría de Hacienda y el Banco de México, o bien, las declaraciones de políticos y personalidades que sean de interés común. Una vez desahogada la información más relevante, se continuará con el material no de menos importancia, pero que su publicación puede esperar unos minutos.

La reportera externa, por su parte, cubre los eventos más relevantes del ámbito económico, financiero y empresarial a los cuales es invitada la empresa en su calidad de medio de comunicación. Entre estas fuentes

destacan: Banco de México (Banxico), Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi), Secretaría de Energía (SE), Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), Instituto de Protección al Ahorro Bancario (IPAB).

También están: Petróleos Mexicanos (Pemex), Comisión Federal de Electricidad (CFE), Comisión Federal de Competencias (CFC), Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), Cámara Nacional de Comercio (Canaco), Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), Confederación Nacional de Cámaras Industriales (Concamin), así como empresas de los sectores económicos.

Tras la descripción general de la empresa de información financiera México Analytica, así como de su Departamento de Noticias en particular, se ha concluido con la contextualización de la investigación.

En el siguiente capítulo se expondrá el diagnóstico obtenido a través de las entrevistas a los Editores propios de la empresa y a responsables de la misma profesión pero de otros medios electrónicos, a fin de conseguir el perfil profesional idóneo del Editor.

Capítulo 2

DIAGNÓSTICO

Tras haber descrito en el capítulo anterior el contexto que enmarca a la empresa México Analytica, en el presente se obtendrá el diagnóstico de la investigación con el fin de detectar el problema principal al que se busca dar solución al término de esta Memoria del Desempeño Profesional, en este caso, la construcción del perfil del Editor en México Analytica.

A través de este diagnóstico se conocerá la función y las características del departamento de Noticias, área donde se desempeña el Editor.

Pero la mayor importancia del presente diagnóstico radica en que permitirá conocer las características, habilidades, destrezas, conocimientos y capacidades del Editor de México Analytica, pues implica una serie de conocimientos más allá de sólo saber redactar, a fin de ubicar correctamente la dimensión de la utilidad del Editor en una empresa de comunicación.

A partir de esta necesidad es importante definir los conceptos básicos a los que se recurrirá para el desarrollo de este capítulo. Se justifica también el marco metodológico utilizado para la obtención de la información, que incluye técnicas de investigación, su aplicación en el universo de Editores de M@ y cuatro opciones externas, elegidas por su experiencia y desempeño laboral.

Posteriormente se retoma la importancia del Departamento de Noticias y el equipo de Editores, principal objeto de estudio, por lo que requiere de una exposición mucho más detallada, después de lo cual se expondrá la preinterpretación de los resultados de las entrevistas aplicadas, a partir de lo que cada Editor expresó sobre las características de su profesión. Mención

aparte se hace a las carencias profesionales de los Editores, como aspecto decisivo que define también su desempeño.

De las entrevistas se obtuvieron además las necesidades de cursos de capacitación, punto trascendental para la retroalimentación empresa-editor.

2.1 Conceptos básicos

Es indispensable definir los conceptos básicos que serán utilizados en el desarrollo del diagnóstico a fin de contar con una idea precisa de lo que se está investigando: conocimientos, habilidades, aptitudes y herramientas.

Conceptualmente, *conocimiento* son las nociones adquiridas sobre ciencias u otros ramos del saber. En el contexto del Editor corresponde al conjunto de elementos académicos y científicos que permiten al profesional entender la selección, análisis, comprensión e interpretación en su actividad.

En tanto, las *habilidades* corresponden a la "capacidad, inteligencia y disposición para una cosa. Se refiere a las disposiciones favorables a la acción"¹. En este caso representan las características natas que el Editor va desarrollando y reforzando conforme su formación y su desempeño profesional, y muchas de éstas no dependen de la capacitación académica, sino de la actitud del Editor ante las necesidades de su profesión.

Las *aptitudes*, por su parte, son "un poder de ejecutar operaciones en orden a un fin determinado entre los diversos fines a los que se subordina nuestra actividad. Supone una preparación del sujeto, requiere que éste

¹ Enciclopedia Universal Ilustrada Espasa, Editorial Calpe, Madrid.

reúna todas las condiciones para la producción de las operaciones"². Está caracterizada por un elemento activo, y en esto se distingue de la simple capacidad, en la que domina en el sujeto el carácter pasivo.

En el diccionario de comunicación se aclara que: "la aptitud es sólo la posibilidad física o intelectual, mientras que la capacidad supone la acertada aplicación de los conocimientos adquiridos".

Las *herramientas* constituyen el dominio de material de uso práctico en el que el profesional se apoya para desarrollar su actividad, llámense máquinas de oficina, y lo que en la actualidad integran el mundo cibernético: hardware y software, entre otras muchas.

2.2 Justificación del marco metodológico

El capítulo incluye una descripción de las funciones de los seis Editores entrevistados y del director de Operaciones de México Analytica, así como de cuatro profesionales que no pertenecen a la empresa pero que han tenido experiencia en edición de información.

Esta descripción de actividades permitirá legitimar el por qué de la selección de estos Editores, para la aplicación de la entrevista. También servirá para exponer el entorno al que se enfrentan estos profesionales al desempeñar su actividad.

La metodología para construir el perfil profesional del Editor de México Analytica es la estrategia general conformada por varias operaciones enfocadas a obtener información por medio del desempeño personal y el de

² Martínez de Sousa, José. Diccionario de Comunicación y periodismo. Ed. ParanInfo, Madrid, 1992.

los otros con actividad semejante. Esta estrategia corresponde a una investigación documental y por otra parte una investigación de campo, que reforzará y confirmará los contenidos.

Con base en este marco, la muestra analizada, es decir, esa parte representativa del universo de la población potencial sujeta a investigación para detectar sus características, proporcionará los elementos necesarios para complementar la construcción del perfil profesional del Editor de información, construida también por la experiencia personal.

Una vez aplicadas las técnicas, se procederá a vaciar la información recabada para poder interpretarla posteriormente. Para ese fin se utilizarán cuadros de vaciado donde se concentran los datos obtenidos, es decir, una matriz de doble entrada donde, por un lado, se menciona el nombre del entrevistado, y por otro, se ordenan las preguntas, con el objetivo de obtener una "sábana" con preguntas abiertas y facilitar así la coincidencia de respuestas y su agrupamiento.

2.2.1 Técnicas de investigación: observación y entrevista

En este orden, la metodología de la presente investigación recurrirá a dos técnicas de investigación de campo: la observación y la entrevista.

Se aplicará la observación como técnica que aunque sencilla y empírica, es enriquecedora para captar la realidad sociocultural de la muestra; para percibir la organización del trabajo desde adentro y así poder detectar las características y necesidades tanto del departamento de Noticias en general como de cada uno de los Editores en particular.

La *observación* corresponde a "los datos recogidos directamente por el investigador y su equipo en interrelación o en presencia directa de las conductas observadas"³.

Según William J. Goode, la observación incluye las experiencias más casuales y menos reguladas, y es el método por el cual se ha obtenido la mayoría de lo que se conoce de las relaciones sociales.

Con la observación se refuerzan las percepciones sobre actitudes, conocimientos, habilidades y manejo de herramientas de los Editores, a fin de confirmar y sustentar la información proporcionada por ellos mismos.

Como segunda técnica de investigación se eligió a la *entrevista* por considerarse la de mayor utilidad y de aplicación accesible al entorno. "La entrevista es una conversación generalmente oral, entre dos seres humanos, de los cuales uno es el entrevistador y otro el entrevistado (.) Casi todas las entrevistas tienen como finalidad obtener alguna información".⁴

"La entrevista de investigación pretende llegar al conocimiento objetivante de un problema, aunque sea subjetivo, a través de la construcción del discurso; se trata de una de las operaciones de elaboración de un saber socialmente comunicable y discutible".⁵

Se recurrió a la entrevista de persona a persona, que arrojó la información necesaria para diagnosticar el problema y con base en ello proponer soluciones.

³ Pardiñas, Felipe. *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Siglo XXI Editores, México, 1998, p. 112.

⁴ *Ibidem*

⁵ Blanchet, A., *Técnicas de investigación en ciencias sociales*. Editorial Narcea, España, 1989, p. 90.

Una de las facilidades que proporciona esta herramienta es profundizar en los temas cuestionados, así como intervenir en el momento que sea necesario para reorientar la respuesta, aclarar conceptos o bien, "escarbar" en la opinión del entrevistado con el fin de obtener mayor información o lograr datos más relevantes.

La entrevista facilita su aplicación en el espacio mismo donde se desarrolla la actividad del Editor, adaptándose a las condiciones, lo que también enriquece el contexto de la investigación y refuerza las declaraciones con gestos, ademanes y expresiones de parte del entrevistado.

La entrevista no se limita a la rigidez de un cuestionario, sino que permite respuestas abiertas con mayor contenido, al ser una conversación fluida.

El formato de la entrevista utilizada para el diagnóstico se puede consultar en el Anexo 1 de este trabajo.

2.2.2. Justificación de los sujetos entrevistados

Para los fines de esta Memoria del Desempeño Profesional, se define como "informante" al individuo sujeto de entrevista de quien se obtendrá la información necesaria y valiosa para alcanzar el análisis del diagnóstico. También se denominará indistintamente "entrevistado".

La muestra de sujetos entrevistados está constituida por 11 personas. Seis de ellos son Editores en México Analytica: Patricia Zamudio Flores, Sergio Hernández de la Cuesta, Karyme Pineda García, Marlen Oros Jiménez, Adrián Gómez Reyes y Sandra Núñez Mendoza.

Además se consideró al director del área de Operaciones, Jorge Guerrero Vidales, encargado del departamento de Noticias.

Se buscó por otro lado la opinión de profesionales que ejercen la misma actividad pero en otras empresas, quedando así cuatro Editores que se han desempeñado en el puesto tanto en medios electrónicos como en medios escritos.

Maribel Ramírez Coronel y Hugo Loya fueron editores de la sección financiera de El Economista, actualmente son reporteros de ese diario. Rubén Migueles Tenorio es co-editor de la sección de Negocios del diario Reforma, y Martha R. Ramos, editora de Ciudad de El Universal.

Así, la muestra de entrevistados queda de la siguiente forma:

<u>Nombre</u>	<u>Puesto</u>	<u>Empresa</u>
1. Patricia Zamudio Flores	Editora	México Analytica
2. Sergio Hernández de la C.	Editor	México Analytica
3. Karyme Pineda García	Editora	México Analytica
4. Marlen Oros Jiménez	Editora	México Analytica
5. Sandra Núñez Mendoza	Editora	México Analytica
6. Adrián Gómez Reyes	Editor en Jefe	México Analytica
7. Jorge Guerrero Vidales	Director	México Analytica
8. Maribel Ramírez Coronel	Redactora-Editora	El Economista
9. Hugo Loya	Ex-editor	El Economista
10. Rubén Migueles Tenorio	Co-editor	Reforma
11. Martha R. Ramos	Editora	El Universal

Los temas abordados en las entrevistas buscan conocer las opiniones sobre la actividad del Editor, sus características, funciones y desempeño, de tal manera que se obtenga un concepto global del perfil de este profesional.

Para ocho Editores los tópicos fueron idénticos, dada la misma jerarquía de puestos, mientras que en tres casos (el Editor en Jefe, el director de Operaciones, y Martha Ramos) se abordaron otros temas debido a que han tenido la experiencia de dirigir equipos de Editores, lo cual hace ver la actividad desde otra perspectiva.

La matriz de doble entrada con las respuestas textuales de los entrevistados se puede consultar en el Anexo 2 al final de este trabajo.

2.3 Incidencia del espacio donde se realiza la actividad del Editor

Dado que el principal objetivo del departamento de Noticias de México Analytica es alimentar de información económico-financiera, los Editores se dedican a la investigación, selección, análisis y redacción de la noticia que finalmente se publica. Gran parte de la actividad se realiza de manera coordinada con los otros Editores, es decir, es un desempeño en equipo.

Las fuentes a las que recurre el departamento para allegarse de información se encuentran los comunicados de prensa enviados vía fax o correo electrónico por organismos públicos o privados.

También están los servicios contratados de las agencias informativas Notimex, Associated Press (AP), Dow Jones Newswires (DJN) y Associated French Press (AFP), así como la búsqueda en otros sitios de internet.

Ahora bien, este departamento se relaciona directamente con un sector del área de Desarrollo Tecnológico, puesto que la aplicación de captura, llamada Mexana Editor, es el software especial para editar las noticias.

Este programa es creado, administrado y supervisado por los líderes de proyecto encargados de cubrir las necesidades de desarrollo informático. Mediante esta aplicación los Editores procesan su información ya redactada lista para "ponerla en línea" en el servicio de internet, es decir, publicarla para que sea consultada por los clientes en el servicio.

Uno de los principales vínculos entre los dos departamentos es estar al tanto de las posibles fallas en el funcionamiento de la aplicación, a fin de no interrumpir la actividad de los Editores y se garantice la publicación de la información oportunamente, bajo el concepto de tiempo real.

Es importante mantener una función preventiva y correctiva por parte de los ingenieros responsables hacia el equipo de cómputo y el software, así como total disponibilidad y comunicación abierta con los Editores, que son quienes manejan día a día esa herramienta de captura.

Destaca también en la relación de Noticias con otras áreas de la empresa su contacto con la gerencia de Control de Calidad de Contenido, que entre otras funciones se encarga de realizar reportes de desempeño de los Editores en conjunto, así como las evaluaciones comparativas con respecto a la competencia directa: Infosel Financiero.

La relación entre estos dos departamentos se torna tensa ante la presión a la que se someten los Editores por "adelantarse" o "ganarle" a Infosel en lo que a horarios de publicación se refiere, ambos en tiempo real.

De manera menos estrecha, el departamento de Noticias se relaciona con el área de Mercadotecnia, en el sentido de dar a conocer y explicar al equipo de ventas el tipo de información y demás productos comunicativos que se generan en el departamento, con el objeto de ser presentada ante los clientes potenciales como información de valor agregado, aplicada como una estrategia de venta del servicio en general, garantizando calidad, contenido y pertinencia de la noticia.

Con otras áreas como Base de Datos, no se mantiene una relación directa o estrecha, salvo algún aspecto a consultar, asesoramiento o duda, así como corrección de algún dato, y orientación sobre notas automáticas, pero no implica una relación de forma determinante en el desarrollo de las actividades de cada uno de estos departamentos.

Es el mismo caso con las gerencias de Mercado de Dinero, Mercado Accionario y Sociedades de Inversión, todas de la dirección de Contenido, ya que frecuentemente suele coincidir información con la manejada por Noticias.

Ante ello, se recurre al apoyo de los especialistas responsables de estas áreas, como lo es asesoría, términos técnicos, movimientos financieros especiales, grados de inversión, indicadores, entre otros. Sin embargo las actividades se desarrollan de manera independiente.

Es así como la actividad de todos los departamentos se retroalimenta de tal modo que beneficia a la empresa en su totalidad, con miras a cubrir los objetivos, siendo los responsables de cada área (jefes, directores, gerentes), guiándose por las metas institucionales, quienes fomentan la integración y eficacia en el trabajo.

De tal forma, se genera una interrelación de actividades para crear el servicio informativo de México Analytica, presentándose como un servicio de calidad, oportuno y confiable, que satisface las necesidades del cliente.

2.4 Presentación de los Editores a entrevistar

Una vez descrito el departamento de Noticias se cuenta con las condiciones estructurales del área laboral del Editor, para poder ubicar específicamente a cada uno de estos profesionales.

El departamento depende de la Dirección General de Operaciones, a cargo del ingeniero Jorge Alberto Guerrero Vidales, quien, como se ha detallado en la contextualización, dirige otras dos áreas (Base de Datos y Control de Calidad), así como toda el área de negocios (Marketing y Ventas) de México Analytica.

Dentro de Noticias es responsable, entre muchas otras actividades, de encabezar las juntas mensuales del área, donde analiza y expone los avances y aspectos de la empresa en general y de Noticias en particular.

Se considera a Jorge Guerrero una fuente valiosa de información, pues aunque no ejerce las funciones de Editor, es quien evalúa a los candidatos al puesto luego de que han presentado la entrevista inicial y exámenes correspondientes, es decir, decide quién ocupará un lugar como Editor de acuerdo a su perfil.

Asimismo conoce a detalle las actividades de cada uno de los Editores de su equipo y está al tanto de lo que sucede en el departamento.

Posteriormente se encuentra el Editor en Jefe, Adrián Gómez Reyes, quien coordina, supervisa, decide y evalúa las funciones de los diez Editores restantes (Incluidos los dos redactores). Sin duda el Editor en Jefe es un integrante clave en el departamento, pues además de su antigüedad, que data casi desde los inicios de la empresa, su conocimiento del idioma inglés, así como su dominio en el sector es de suma importancia para el desarrollo diario del área.

Es responsable además de llevar a cabo el proceso de selección de los Editores para México Analytica, se encarga de entrevistarlos, elegirlos, capacitarlos, de definir horarios y actividades, así como de representar al departamento al Interior de la empresa.

A nivel de Editores, se encuentran siete elementos. Patricia Zamudio Flores, de la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, Editora del turno matutino, es responsable de la realización de V@: Columnas Políticas y V@: Sobremesa Política, donde expone de forma resumida los temas que se abordan precisamente en las columnas políticas de la prensa nacional.

Una vez terminada esta actividad, continúa con la revisión de Notímex, de AP o AFP, así como con la edición de comunicados que llegan vía correo electrónico o fax. A más de un año de desempeñarse en el puesto, su facilidad de redacción y su agudeza para asuntos políticos le han formado experiencia específica en temas políticos y económicos nacionales, aunque ante las necesidades del área, se involucra también en materia internacional.

Por su parte Sergio Hernández de la Cuesta, egresado también de Periodismo y Comunicación Colectiva, realiza tres V@s diarias: Prensa Negocios, Deportes Analytica y Prensa Latinoamericana. En el primer caso

presenta, respetando redacción original, las noticias más relevantes que aborda la prensa local sobre asuntos de carácter empresarial y comercial predominantemente.

En el segundo trabajo expone los eventos deportivos más destacados de la jornada, tanto a nivel nacional como internacional; mientras que en V@: Prensa Latinoamericana resume las noticias más sobresalientes publicadas en el periódico de mayor circulación o influencia en Centro y Sudamérica. El resto del día su actividad comprende traducción, redacción y edición de noticias de Europa y Asia, revisión eventual de las terminales de Notimex y AP, y en ocasiones el jefe le asigna comunicados por correo electrónico.

Sandra Núñez Mendoza, egresada de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, es responsable de poner en línea los principales encabezados de los diarios del Distrito Federal y de los estados de la República Mexicana, así como de la V@: Editoriales, donde sintetiza los asuntos abordados por editoriales y articulistas de los diarios locales. Entre otras funciones, edita las notas publicadas en Notimex desde la apertura de edición, los comunicados que llegan vía electrónica o fax, así como la revisión constante del Wall Street Journal en internet, en busca de noticias sobre México en particular. No se descarta entre sus actividades la traducción del inglés al español de información nacional o internacional publicada en medios extranjeros.

Es importante destacar que entre las responsabilidades comunes de estos tres Editores está la disposición para la revisión constante de fuentes diversas, vía internet, fax o correo electrónico, o bien, la captura de información proporcionada por la reportera que diariamente cubre los eventos más importantes del sector, complementando así sus actividades diarias.

Cuentan también con la capacidad y conocimiento de los trabajos de cada uno de los Editores a fin de satisfacer las notas que ante la ausencia de alguno de ellos quede pendiente. Es responsabilidad común de ellos estar al pendiente de las noticias que se han publicado en el servicio, tanto el material propio como el ajeno, con el fin de detectar errores de dedo o hasta de ortografía que ante las presiones de tiempo pueden pasar desapercibidos por los autores.

Aunque es de reciente ingreso al equipo, Karyme Pineda, licenciada en Periodismo, es la Editora especializada en Mercados Accionarios, Balance Bursátil, y algunos indicadores económicos nacionales pero en especial estadounidenses, debido a que cuenta con amplia experiencia en el ámbito accionario en distintos medios de comunicación.

También se desempeña de manera eficiente en todo el ámbito internacional en general, dando mayor importancia al mercado accionario y a la política de Estados Unidos, y ante la carga de trabajo a la que se enfrentan los demás Editores, es frecuente que se involucre en otros sectores. Asimismo, es responsable de algunos proyectos especiales que eventualmente le asigna el director de Operaciones.

En el horario vespertino, Marlen Oros Jiménez, de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación, es la Editora encargada de cubrir todas las fuentes del sector, y aunque en este turno es poco común la publicación de información específica que deba publicarse en horario establecido, como es el caso de indicadores económicos, la actividad es constante en el ámbito nacional y en el internacional. Es responsable de V@: Medios Internacionales, así como de Semanarios Nacionales, donde presenta los asuntos abordados por estas publicaciones destacando tendencias ideológicas.

En lo que a los Editores externos se refiere, Maribel Ramírez Coronel cuenta con casi cuatro años de experiencia, fue Editora-redactora de Televisa y es actual reportera del periódico El Economista. Hugo Loya, también reportero de El Economista, se desempeñó tres años como editor en la agencia de noticias Finsat, de El Financiero.

Por su parte, Rubén Migueles Tenorio lleva ocho años como co-editor de la sección de Negocios del periódico Reforma. Trabajó un año en Infosel y cuatro años en El Financiero. En tanto, Martha R. Ramos fue Editora en medios electrónicos y actualmente es Editora de la sección Ciudad del periódico El Universal, con más de cinco años en el puesto.

El haberse desempeñado tanto en medios escritos como en electrónicos permite destacar la diferencia entre las actividades de los Editores y los obstáculos a los que se enfrentan en transmisión simultánea.

Como queda demostrado en las descripciones anteriores, el equipo de Editores de México Analytica se dedica a actividades específicas dentro del manejo de información, y su desempeño no se reduce a la simple redacción y revisión ortográfica.

Para poder definir las características profesionales, a continuación se procede a la preinterpretación de las respuestas obtenidas en las entrevistas.

2.5 Preinterpretación de las entrevistas

En el presente apartado se expondrá la interpretación de la información obtenida por medio de las entrevistas.

Como se mencionó al inicio del capítulo, de una muestra total de 11 entrevistados, siete son de la empresa México Analytica, de los cuales uno es el director de Contenido, Jorge Guerrero Vidales y otro es el Editor en Jefe, Adrián Gómez Reyes. Los cinco entrevistados de M@ restantes son Editores de los distintos turnos del departamento de Noticias.

Por otra parte, se contactó a cuatro Editores de otras empresas. Tres de ellos se han desempeñado en el sector financiero exclusivamente. Dos de los entrevistados tienen experiencia en la edición de textos tanto en medios escritos como en medios electrónicos.

Una vez aplicadas las 11 entrevistas, se vació la información de manera textual en una matriz de doble entrada para facilitar la lectura tanto por pregunta como por entrevistado, lo cual permitió aplicar una mejor interpretación, concisa y contextualizada. Con base en esta sábana se sintetizó e integró la información por tema, sin importar quién proporcionara la respuesta, presentado finalmente en un texto de redacción coherente.

2.5.1 Conocimientos, habilidades y otras características

Con base en las respuestas obtenidas, el concepto de Editor se define como "la persona responsable de seleccionar la información, analizarla, revisarla y corregirla, a fin de ser publicada de tal manera que el receptor la entienda claramente".

Pero la actividad del Editor en México Analytica no se limita a esa definición. De manera independiente al contexto en medios impresos, el concepto de Editor en medios electrónicos y en particular de Internet adquiere otra dimensión.

Se puede hacer referencia como una imagen nueva del Editor, en la que además de seleccionar y publicar la información, aplica amplios criterios de análisis que, aunado a la presión del tiempo real, deriva en un concepto más especializado.

A partir de esta delimitación, se agregan posturas y apreciaciones importantes. En opinión de Karyme Pineda, especialista en Mercados Accionarios de México Analytica, "el Editor es la persona encargada de checar las noticias y darle seguimiento a cierta información; es quien posee cualidades para redactar, sintetizar, saber diferenciar qué información es relevante y qué no...debe tener capacidad de digerir y entender la información periodística independientemente del ámbito que esté cubriendo".

Por su parte, Marlen Oros Jiménez, Editora de México Analytica, añade que "el Editor es la persona que debe saber muy bien cómo va la estructura de una nota, que lo mismo puede redactarla, modificarla, para que, en el menor número de palabras posibles se explique un acontecimiento".

Es básico dejar en claro que en el caso de M@, al ser información en tiempo real, el espacio y el tiempo de edición son limitados, no así en la prensa impresa, donde hay más margen de extensión, aunque también la presión del tiempo es un factor decisivo.

En cuanto a la importancia que se da a la actividad del Editor en las empresas, los 11 entrevistados coinciden en que es fundamental, pues ellos "permiten que se cuente con este insumo (información); es el motor de las noticias", afirma Jorge Guerrero. Sergio Hernández opina que con los Editores se hace posible "ofrecer los productos informativos a los clientes", y sin quienes, coinciden todos, la empresa no tendría razón de ser.

Cabe aclarar que hablar de un producto informativo o comunicativo se refiere a un texto elaborado por los Editores, llámese nota informativa, reporte de datos, indicadores, avisos, o bien, los textos de contenido propio que como se describió en el capítulo I, son Visiones Analyticas (V@) y Consensus Analytica (C@).

Tres de los entrevistados han tenido a cargo un equipo de Editores, y al respecto opinan que "es una gran responsabilidad", es "muy demandante". En voz de la Editora Martha Ramos, "es necesario contar con carácter de liderazgo, tener el suficiente carácter para guiar al equipo de trabajo". Sostiene que el Jefe de Edición "es una especie de *coach*, es quien encabeza al equipo de trabajo y lo va a fusionar. Implica el estar al frente de las decisiones, estar atrás del momento en que se desarrolla todo el trabajo".

Entre los contextos que han definido el desempeño de los Editores, es decir, las razones concretas por las que se han dedicado a la Edición de información, destaca en primer lugar la vocación, lo que implica el gusto por escribir y por leer. Karyme Pineda reconoce que "eso no cualquiera lo puede hacer, las personas que nos rodean creen que es muy fácil redactar; entonces esto debe ser parte de un valor agregado que tenemos los Editores para ser valorados porque de repente se menosprecia" esta actividad.

Otra razón mencionada por los compañeros de trabajo es la oportunidad que ha dado México Analytica de desarrollar esta profesión, y una más, la virtud de contar con excelente ortografía y redacción. Por ejemplo, Adrián Gómez dice que se ha dedicado a la Edición porque "es fascinante, es adictivo, es delicioso poder estar recibiendo la información. Soy un amante del idioma español".

Y aunque la mayoría de los informantes aseguraron que la variabilidad de sus actividades depende de los eventos que surgen en el ámbito financiero y económico que los ocupa, esto es, de la fluctuación del mercado lo que provoca noticias variadas, consideraron que éste no es factor decisivo.

Sandra Núñez explica: "la actividad de por sí se caracteriza por los acontecimientos repentinos, que de hecho son 'la noticia', de lo contrario no habría información que publicar, es naturaleza del periodismo, pero no es ésta la que determina el carácter.

"Las variables más bien van a darse ante una emergencia informativa y la necesidad de movilizar a todo o parte del equipo a trabajar sobre ese acontecimiento. Es entonces cuando se suspenden actividades normales. O bien, por la ausencia de uno de los Editores, y hay que asumir sus funciones", detalla.

Estos argumentos demuestran que la actividad del Editor va más allá de la del reportero o redactor, pues aunque los tres se dedican a obtener y redactar información periodística, en el Editor implica mayor responsabilidad.

La del Editor es una de las actividades más dinámicas del campo laboral, que se enfrenta al compromiso de estar siempre atento, demanda completa concentración y agudeza periodística, a fin de desempeñar la actividad de manera eficaz.

Hugo Loya destaca que el Editor "debe ser el encargado de definir, junto con el resto del equipo de redacción, la estrategia a seguir de parte de los reporteros y analistas para lograr impulsar información de impacto y con la oportunidad que se necesita".

Evaluando las características con las que debe contar el profesional, la mayoría de los entrevistados mencionaron la vocación, el gusto por el periodismo, lo que implica el interés por escribir y por leer, pues no se puede concebir la idea de un Editor o periodista que no esté al tanto de lo que acontece en el ámbito informativo.

Patricia Zamudio indica que el Editor "debe tener el interés por estar siempre bien informado de todo lo que pasa en cualquier ámbito". En tanto, Maribel Ramírez, ex-Editora de Televisa, afirma: "tienes que leer mucho, estar empapado", y propone "llevar la adrenalina, la pasión informativa".

Es un imperativo para los Editores de Información estar al tanto de todo lo que ocurre en su entorno, saber qué acontece en todos los sectores: política, economía, social, internacional. Ello, dado que, en el caso de México Analytica, los Editores también corrigen información, por lo que debe contar con los elementos suficientes para detectar el error en una nota informativa y saber distinguir qué es lo que no concuerda en el contexto.

Para poder contar con esta característica, entonces, es necesario que el Editor se involucre en las noticias diarias y recurra a todo tipo de literatura, lo cual es de prever que no costará dificultad alguna si, como mencionaron los entrevistados, se cuenta con la vocación para esta actividad.

Lo anterior va relacionado con poseer una cultura general; tener un bagaje cultural extenso. "Debes tener una amplia gama del escenario político-económico internacional, una amplia cultura general para saber elegir la información que en un medio de comunicación debe llevar prioridad", explica Maribel Ramírez.

Los Editores mencionaron la habilidad para analizar la información y destacar lo más relevante. Contará con estas cualidades en la medida en que posea el interés por cultivarse, por mantenerse bien informado a fin de que tenga la capacidad para jerarquizar la nota periodística.

"Desarrollar la sensibilidad necesaria para detectar dónde se encuentra la parte más importante de la información y cómo conseguir la que hace falta", señala Rubén Migueles como habilidades importantes.

Otra característica expresada exclusivamente por los Editores de México Analytica es la capacidad para detectar el error ortográfico, de redacción, de sintaxis y de contenido, puesto que deben corregir la información que obtienen de otras fuentes.

Se destacó además el estilo y el olfato periodístico como parte de las aptitudes para escribir, "porque aunque (una nota) esté bien redactada y con buena ortografía, le falta el estilo periodístico", explica Maribel Ramírez.

Dicen también que el Editor debe caracterizarse por su entusiasmo por aprender, ser curioso y persistente. Apunta Sergio Hernández: "estar tratando de aprender constantemente", mientras que Karyme Pineda lo interpreta como "espíritu de superación". Y añade el interés por monitorear todos los medios de comunicación, consultar y comparar otros medios.

Asimismo, destaca entre las opiniones la necesidad de ser pacientes, lo que se relaciona con la resistencia al trabajo bajo presión, de ahí la importancia de detectar las actividades variables, porque la presencia frecuente de éstas va a requerir de paciencia y presión.

Los entrevistados indicaron que el Editor se debe caracterizar por contar con "mucha resistencia a la crítica", ser receptor de opiniones, lo que conlleva a la autocrítica. En voz de Martha Ramos, "tener la suficiente humildad para oír opiniones".

Se justifican estas características debido a que la actividad del Editor está abierta a todo tipo de opiniones, tanto positivas como negativas, (pero finalmente ambas constructivas) al ser su trabajo público, ya sea de manera restringida o masiva. Es importante la actitud del Editor ante estas críticas puesto que le redunda en la ventaja de lograr un auto-enriquecimiento.

Otra habilidad importante que debe poseer el Editor, de acuerdo con lo expresado por los entrevistados, es la toma de decisiones, toda vez que este profesional debe ser suficientemente capaz para seleccionar y jerarquizar su información, así como para optar por prioridades ante imprevistos, rompiendo el esquema cotidiano.

También destacan entre sus capacidades la iniciativa propia, ser analítico y la facilidad para relacionarse dado que en este medio es básico contar con contactos para conseguir información. Sandra Núñez añade el "amplio criterio, la visión de campo, la fácil retención de información, así como agudeza visual y auditiva". Dichas habilidades son necesarias debido a que el Editor debe manejar la información sin perder detalle, estar al tanto de lo que acontece y dar seguimiento a su material de manera adecuada.

Se mencionan la disposición, ser atento y tener la habilidad para realizar investigación documental y de campo, pues la actividad del Editor no se limita a la revisión de agencias informativas, sino que también necesita obtener información de otras fuentes.

Patricia Zamudio propone un elemento importante: conocer las necesidades informativas del lector. El Editor "debe tener bien claro cuáles son las necesidades de información del cliente; pensar y estar consciente en lo que el lector quiere". Martha Ramos dice al respecto: "adelantarse a lo que el lector espera".

En este aspecto existe amplia relación con la línea editorial de la empresa, es decir, el perfil al que va dirigida la información y el tipo de tendencia que se maneja. Ante esta demanda, es urgente que los jefes y directivos dejen claro el tipo de grupo objetivo al que se destinan las noticias, a fin de que los Editores estén conscientes de las necesidades informativas de su público y elevar así la calidad de su trabajo.

Los jefes entrevistados destacaron que sus Editores deben contar con amplio sentido de la responsabilidad y facilidad para trabajar en equipo.

En este sentido, Jorge Guerrero expresa que "lo más importante es que sean responsables y el gusto por trabajar en equipo". Su afirmación se basa en el hecho de que la actividad del departamento de Noticias de México Analytica exige la coordinación de todos sus integrantes para consulta y selección de información, consensos sobre publicación y toma de decisiones en general, así como para asignar funciones, guardias, opiniones para modificar la aplicación de captura, y proyectos especiales.

2.5.2 Carencias

Si por un lado se destacan las habilidades, conocimientos y aptitudes de los Editores, por otro es importante considerar las carencias que limitan la actividad del Editor, definitivas en su desempeño.

Así, los entrevistados señalan como carencias del Editor la falta de vocación como uno de los principales déficits de formación, lo cual trae consigo la falta de interés por mejorar su redacción, ortografía y sintaxis. La poca motivación por mantenerse informado, por estar al día en noticias, por acostumar la lectura, es otro factor en contra.

Otra deficiencia mencionada es "su falta de conocimiento del campo económico-financiero", añade Jorge Guerrero, a lo que Patricia Zamudio y Rubén Migueles llaman "falta de especialización". Karyme Pineda y el Editor en Jefe coinciden en señalar la falta de experiencia en la actividad.

Asimismo, el lapso de tiempo con el que cuentan para editar su información es otro factor en contra, sobre todo en medios electrónicos y en tiempo real, que repercute, dice Maribel Ramírez, "en la calidad de tu trabajo" puesto que es común laborar bajo presión la mayor parte del tiempo.

Martha Ramos atribuye las carencias a "la mala concepción que se tiene de la profesión desde el momento de entrar a la universidad". Esta apreciación se refiere a que muchos estudiantes eligen la carrera de Periodismo o Comunicación sin hacer conciencia de las responsabilidades a las que se enfrentarán una vez egresados. O bien, se da el caso de que muchos desconocen que en el campo laboral existe la posibilidad de dedicarse a la Edición de noticias o de otro tipo de Información.

Es por eso que desde el momento de ingresar a la licenciatura, es evidente la falta de interés en las materias de géneros periodísticos, en la preespecialidad de periodismo escrito, así como de una visión amplia del campo laboral y las oportunidades que ofrece la carrera, más allá de las empresas especializadas en comunicación.

Adicionalmente, se mencionaron otros problemas que ya no radican en la formación del profesional, pero que definitivamente sí repercuten en el desempeño de sus actividades, como lo es el bajo salario percibido, las malas condiciones del espacio de trabajo, y hasta la línea editorial que maneje la empresa donde se labora, ante los riesgos de la censura.

Un sueldo bajo no representará un estímulo para el desempeño óptimo del Editor ya que sentirá que su actividad no es valorada.

Las condiciones materiales definirán también actitudes de rechazo hacia el espacio de trabajo, sintiéndose incómodo ante las carencias de equipo o lugares reducidos y desagradables.

Estos factores forman parte de una problemática para el Editor, tanto en el aspecto profesional como económico, pues limitan sus expectativas laborales y su desarrollo en la empresa donde preste sus servicios.

2.5.3 Cursos de capacitación

Un aspecto importante para la construcción del perfil profesional del Editor es sin duda la necesidad de cursos de capacitación y actualización una vez que se ha integrado al campo laboral.

Al respecto, la mayoría de los Editores entrevistados coincidió en la necesidad de dirigir los cursos a la capacitación en el sector financiero y económico, en el caso de México Analytica; y en el ámbito correspondiente, en el caso de las especialidades en otros medios, como deportes, política, ciudad, estados, etc., a través del enfoque de la actividad del Editor en el campo de su interés.

También se mencionaron cursos para reforzar los conocimientos de ortografía y redacción, géneros periodísticos, así como de corrección de estilo, de acuerdo con la línea editorial de la empresa.

En este sentido, cabe considerar la enseñanza de los términos técnicos más recurrentes en la redacción de noticias especializadas del ámbito financiero y económico, conocimientos que se irán fortaleciendo en la medida que el Editor se comprometa a involucrarse de lleno en este sector.

Cuatro de los entrevistados consideraron básico un curso de inducción a los programas de cómputo manejados en México Analytica, a fin de involucrarse con programas, aplicaciones, y todo tipo de software utilizados en el desempeño de los Editores.

En la medida en que exista un mayor acercamiento con los métodos informáticos, el Editor podrá ser más eficiente en su desempeño, al dominar esos recursos y recurrir lo menos posible a la ayuda de los Ingenieros.

Por otro lado, la mayoría de los Editores de M@ propusieron la capacitación en idiomas extranjeros, ante la necesidad de cubrir información internacional, principalmente en inglés, incluíendo en términos económicos, ya que entre las actividades de los Editores está la de traducir documentos.

Martha Ramos sostiene de manera general que los cursos de capacitación "deberán estar enfocados a lo que las universidades no nos dan...y un medio de comunicación tendrá a sus mejores Editores en tanto promueva estas áreas".

En otro ámbito, los entrevistados de México Analytica responsables del equipo de Editores coincidieron en que definitivamente la empresa sí está a la vanguardia en cuanto a contenido y desempeño de los Editores.

Con los pocos recursos con los que cuenta el departamento de Noticias, se han obtenido "muy buenos resultados", afirma el director de Operaciones, Jorge Guerrero. Adrián Gómez opina: "competitivos sí somos, hacemos un buen esfuerzo con los recursos que tenemos". Pero reconoce pese a contar con tecnología de punta, "no tenemos todo el respaldo como nuestros competidores, que cuentan con todo un respaldo periodístico".

Ello demuestra una desventaja de recursos tanto humanos como materiales muy importante, que deriva en la falta de una cobertura amplia de la información.

Parte del problema radica en que al ser México Analytica una empresa joven, su área de Noticias cuenta con limitados recursos tanto humanos como materiales, por lo que no ha podido ejercer un control periodístico propio de un medio de comunicación, como lo sería una red de reporteros.

No obstante son de destacar los avances que ha tenido al respecto, pues en los últimos meses ha recurrido a todo tipo de fuentes informativas del ámbito económico, financiero y político, obteniendo así una cobertura extensa, y aunado a las funciones de la reportera, la empresa se ha colocado en un nivel competitivo aceptable, para estar "nariz con nariz" ante la competencia, como lo define el Editor en Jefe.

Es así como se reitera que las necesidades informativas de la empresa México Analytica demandan de su equipo de Editores la capacidad de

seleccionar, descartar, analizar, clasificar y redactar las noticias y demás material informativo, aptitudes indispensables para desempeñar esta actividad, al ser un medio especializado en el sector financiero-económico.

Con las características expuestas en este capítulo, el Editor tendrá los elementos necesarios para enfrentar las condiciones que demanda la misma información, ya que de manera casi instintiva, este profesional sabrá en qué momento reemplazar una oración por otra, una palabra por su sinónimo, o bien, reestructurar un encabezado, que no sólo informe de lo que trata el resto de la nota, sino que destaque el asunto más importante.

Aunque no se descarta la posibilidad, dichas capacidades difícilmente podrían ser cubiertas de forma eficaz por otro profesional, aún aquel especializado en el sector, pues, salvo algunas excepciones, egresados de carreras ajenas a la comunicación carecen de los elementos básicos para estructurar un material informativo, propiamente periodístico, sobre todo cuando se trabaja bajo la presión del tiempo real, como es el caso del departamento de Noticias de México Analytica.

Sin embargo dos de los Editores externos, Rubén Migueles y Hugo Loya, sostuvieron que tras varios años de experiencia, han logrado obtener un dominio de los aspectos periodísticos requeridos, pues al ser egresados de la licenciatura en Economía, se vieron ante la necesidad de involucrarse en géneros periodísticos y estilos de redacción. "Para aquellos que sólo tienen la formación económica les falta el olfato periodístico y sobre todo hay problemas en el estilo de redacción", admite Loya.

Así, la importancia que se da al Editor en las empresas es alta, pues se considera el pilar de las noticias, de la información escrita, insumo básico de

cualquier servicio informativo que se ofrezca, mientras que la idea de no contar con un equipo de Editores confiable sería obstáculo para que la empresa se desarrolle de manera eficaz, y no contaría con esa parte fundamental que es el mantener bien informado a su público.

Una vez que el equipo de Editores de México Analytica cuente con los conocimientos, habilidades y capacidades antes expuestos, la sección de Noticias poseerá un corte más periodístico, del cual ha carecido a la fecha. Es condición para hacer de la sección de noticias, una página más atractiva al cliente, con los adecuados criterios periodísticos. Así, las necesidades tanto de la empresa como de los clientes se verán satisfechas.

De esta forma se da por concluido el capítulo referente al diagnóstico de la investigación, así como la preinterpretación de la información obtenida. Los formatos de entrevistas y vaciado de datos se pueden consultar en los anexos 1 y 2 incluidos en la parte final de este trabajo.

En el siguiente capítulo se expondrán las propuestas, sugerencias y recomendaciones a la empresa México Analytica en particular.

Capítulo 3

EL EDITOR: PROPUESTA DE PERFIL PROFESIONAL

A partir de la necesidad de hacer del servicio de información de la empresa México Analytica uno de los más completos y competitivos canales de consulta del sector económico-financiero, surge la exigencia de construir el perfil profesional del Editor de noticias, área imprescindible, en el desarrollo de la compañía.

Ante tal objetivo, con base en el diagnóstico realizado en el capítulo anterior, y de acuerdo a la experiencia propia y de otros Editores, se obtuvieron los conocimientos, habilidades, aptitudes y otras capacidades, así como las herramientas que deben caracterizar a este profesional.

A continuación se expone la problemática de la investigación a fin de ubicar la función y la importancia del Editor.

3.1 Problemática

Al ser México Analytica un servicio por Internet que presenta información especializada en tiempo real, es decir, de manera paralela conforme se presentan los hechos, cuenta con una cobertura amplia de agencias y fuentes, que constantemente actualizan información.

A diferencia de la prensa escrita, por poner el ejemplo más notorio, la publicación de noticias en México Analytica comprende un proceso de edición mucho más breve y simplificado, aunque no por eso menos importante, que el de un periódico, debido a la ventaja de transmitirse por internet, lo que

facilita la publicación en tiempo real, pero que a la vez implica mayor presión de tiempo.

El cliente contará con la ventaja de conocer lo más trascendental del ámbito económico, financiero y político tanto nacional como internacional, de tal forma que no esperará la publicación de un periódico hasta el día siguiente para mantenerse informado, ni a la transmisión de un noticiario radiofónico o televisivo que, al ajustarse a horarios y canales establecidos, tienen la desventaja de no presentar la información en tiempo real.

Para satisfacer esta característica de tiempo real, México Analytica cuenta con una amplia cobertura de fuentes de los sectores económico, financiero y empresarial que permite al departamento de Noticias recurrir a esa materia prima de forma oportuna, ya sea a través de comunicados de prensa vía correo electrónico o fax.

Una vez obtenida la información, es procesada por los Editores del departamento de Noticias, quienes deben conocer y dominar el proceso de edición de información que se maneja en México Analytica.

Este aspecto demanda que el equipo de Editores sea una planta de profesionales que aplican una serie de conocimientos, habilidades y aptitudes, así como que dominen ciertas herramientas, para desempeñar de manera eficaz sus actividades. Es a partir de esta necesidad donde surge la importancia de contar con el perfil profesional que se expone más adelante.

El desempeño del Editor se reflejará en el cumplimiento de los objetivos tanto del departamento en particular, como uno de los más importantes de la empresa en general: la transmisión de noticias en tiempo real.

Debido a que estas funciones demandan de los Editores características especiales, se cubren las necesidades coyunturales del área y de la empresa, a fin de presentar al cliente un producto informativo de calidad y con los adecuados criterios de estructura y contenido.

A partir de esta problemática, se expondrán las características que debe cubrir el perfil profesional del Editor de noticias. Pero previamente se hará en el siguiente apartado una descripción de los conceptos a manejar.

3.2 Conceptos: conocimiento, habilidad, aptitud, herramientas.

Perfil Profesional. Editor

Antes de presentar la propuesta del perfil profesional del Editor de información, es necesario retomar los conceptos de conocimiento, habilidad, aptitud y herramientas expuestos en el diagnóstico, así como de perfil profesional y Editor, con el objetivo de contar con una visión exacta de lo que se pretende exponer en este capítulo.

Conocimientos: son las nociones adquiridas sobre ciencias u otros ramos del saber. En el contexto del Editor corresponde al conjunto de elementos académicos y científicos que permiten al profesional entender la selección, análisis, comprensión e interpretación en su actividad.

Habilidades: corresponden a la "capacidad, inteligencia y disposición para una cosa. Se refiere a las disposiciones favorables a la acción"¹. En este caso representan las características natas que el Editor va desarrollando y reforzando conforme su formación y su desempeño profesional, y muchas de

¹ Enciclopedia Universal Ilustrada Espasa, Editorial Cntpe, Madrid.

éstas no dependen de la capacitación académica, sino de la actitud del Editor ante las necesidades de su profesión.

Aptitudes: son "un poder de ejecutar operaciones en orden a un fin determinado entre los diversos fines a los que se subordina nuestra actividad. Supone una preparación del sujeto, requiere que éste reúna todas las condiciones para la producción de las operaciones"².

En el diccionario de comunicación se aclara que "la aptitud es sólo la posibilidad física o intelectual, mientras que la capacidad supone la acertada aplicación de los conocimientos adquiridos".

Herramientas: constituyen el dominio de material de uso práctico en el que el profesional se apoya para desarrollar su actividad. llámense máquinas de oficina, y lo que en la actualidad integran el mundo cibernético: hardware y software, englobadas en el concepto de herramientas tecnológicas.

De igual forma, es necesario definir el concepto de Perfil Profesional.

En primera instancia, el *perfil* es el conjunto de características predominantes que dan la esencia a una persona concretamente o a una idea o actividad, abstractamente. Son las cualidades que van a conformar la razón de ser de ese "algo", ya sea tangible o intangible.

En esta lógica, el *Perfil Profesional* engloba el concepto de una serie de características relacionadas entre sí, que identifican y definen a determinada actividad profesional, es decir, que se aplican en un campo laboral ya

² Martínez de Sousa, José. *Diccionario de Comunicación y periodismo*. Ed. Paraninfo, Madrid, 1992.

delimitado por el conjunto de habilidades, conocimientos, actitudes, aptitudes, destrezas, cualidades, desempeños y otros rasgos.

Cabe aclarar que para definir un Perfil Profesional no basta un concepto literal, ni mucho menos una definición ambigua, sino que es necesario ir más allá con el propósito de identificar la mayor cantidad de elementos que conformen ese todo, sujeto a diagnóstico cuantas veces sea necesario para comprobar que en el fondo se mantiene, aunque en la forma varíe, de acuerdo al medio en el que se desempeña el profesional.

Así, al *Editor de Información especializada* se le define como el profesional encargado de investigar, seleccionar, analizar, clasificar y redactar la información noticiosa a fin de ser publicada en un medio de comunicación.

Según este concepto, el *Editor en México Analytica* es entonces responsable de su propia información, dentro de los parámetros establecidos por el director de Contenido. Su trabajo, por lo tanto, no pasa por la revisión previa del Editor en Jefe o de un corrector de estilo, sino que se le delega completamente de manera personal.

El objetivo de la propuesta en este capítulo es dar a conocer, con base en la experiencia personal y ajena como *Editor de Información*, las características profesionales de quien se dedique a esta actividad a fin de desempeñarse de manera eficaz y eficiente.

De igual forma se busca legitimar la práctica profesional del egresado de una carrera afín a la Comunicación, con el objetivo de no desdeñar ni minimizar la importancia de esta profesión en la edición de información.

Es necesario apuntar que el concepto del Editor en México Analytica trasciende al de redactor debido a que sus responsabilidades van más allá de la redacción y revisión ortográfica, pues además de dominar éstos, requiere de conocimientos especializados en el ámbito asignado para desarrollar la actividad, así como de toma de decisiones.

Esto es, aplica un proceso de edición, que implica el contextualizar la información, analizarla, comprenderla e interpretarla de tal modo que se transmita para cumplir la función específica de mantener informados a los clientes del servicio sobre los acontecimientos políticos, económicos y financieros tanto nacionales como internacionales.

Para ser Editor no basta con tener excelente ortografía y redacción, característica que lo implica necesariamente, pues el hecho de tener un grado universitario de estudios debe significar el dominio de la expresión del lenguaje, tanto escrito como oral. Sin embargo es lamentable que en esos niveles, y peor aún en un Editor o redactor de información, se presenten errores de ortografía o falta de claridad en sintaxis, lo cual se refleja en un deficiente producto informativo, sin comprensión en las ideas transmitidas.

El Editor de noticias especializadas no debe concretarse a copiar textualmente y publicar su información. Su función sobrepasa este proceso al ser un especialista tanto en el manejo de información como en su análisis, destacando por su capacidad de selección que le da su instinto periodístico y que sobre la práctica ha adquirido experiencia.

Es a partir de este punto donde comienza la construcción del Perfil Profesional del Editor de información.

3.3 La propuesta

La propuesta es presentada como un conjunto de recomendaciones para los profesionales que pretendan dedicarse a la Edición de Información, o bien, para las empresas que busquen contratar en este puesto.

Dado que el Editor debe poseer conocimientos y habilidades más allá del saber redactar, necesitará demostrar capacidades especiales para seleccionar, interpretar y corregir la información no sólo en forma sino en contenido, de tal manera que presente un texto que contenga todos los elementos para satisfacer las necesidades del cliente de México Analytica.

El Editor será entonces un profesional capaz de publicar su propia información con base en los siguientes criterios.

Conocimientos:

- Formación académica en una licenciatura en Comunicación
- Excelente ortografía y sintaxis
- Géneros periodísticos informativos y de opinión
- Amplia cultura general
- Perfil del cliente del sector de noticias
- Comprensión del idioma inglés

Habilidades:

- Vocación periodística
- Análisis de contenido e interpretación
- Síntesis

- Conciencia social de su profesión
- Responsabilidad y disciplina
- Lectura diaria
- Toma de decisiones / iniciativa
- Trabajo en equipo

Herramientas:

- Computadora
- Software e internet

3.3.1 Conocimientos

Entre las primeras condiciones que se proponen en la construcción del perfil profesional idóneo para el Editor de información en la empresa México Analytica, está la de ser estudiante o egresado de una carrera afín a la comunicación. Entre sus variantes, esta profesión se imparte bajo las siguientes denominaciones a nivel nacional³:

1. Ciencias de la Comunicación
2. Ciencias de la Información
3. Comunicación
4. Medios Masivos de Comunicación
5. Periodismo
6. Periodismo y Comunicación Colectiva
7. Publicidad
8. Relaciones Humanas

³ Benasini Félix, Claudia, et al. ¿Desde dónde se enseña la Comunicación en México?. Universidad Iberoamericana, México, 1996, pp 51.

9. Relaciones Públicas
10. Comunicación Organizacional
11. Periodismo y Ciencias de la Comunicación
12. Periodismo y Comunicación
13. Comunicación Social
14. Letras y Comunicación
15. Letras y Periodismo
16. Comunicación Institucional
17. Ciencias de la Información y Comunicación
18. Ciencias y Técnicas de la Comunicación
19. Comunicación y Relaciones Públicas
20. Mercadotecnia y Publicidad
21. Ciencias y Técnicas de la Información
22. Ciencias de la Comunicación Colectiva
23. Ciencias de la Comunicación Social
24. Ciencias de la Comunicación y Publicidad

Por lo tanto, debido a la formación en cuanto a contenidos y técnicas, el egresado de cualquiera de estas disciplinas deberá ser capaz de cubrir eficazmente el puesto de Editor.

En un principio, para México Analytica no era obstáculo contratar a egresados de cualquier carrera, puesto que consideraban más importante que los Editores contaran con sólidos conocimientos en traducción del idioma inglés, y con un nivel aceptable de ortografía y redacción.

Pero ante la demanda de mayor calidad en el servicio de noticias, y dado que el corte es de carácter periodístico, comenzaron a interesarse en estudiantes o egresados de carreras afines a comunicación y periodismo.

aspecto que, en opinión del director de Contenido, Jorge Guerrero, ha servido para consolidar al equipo.

Al respecto, la editora Martha Ramos ejemplifica: "no puedes tener a un veterinario haciendo una nota"⁴. Y destaca que la idea contraria "es parte del mal concepto que se tiene del Editor, de la profesión. Un periodista sí necesita prepararse y necesita una especialización (pero) primero debe hacer su carrera como periodista y ya luego buscar su área de especialización"⁵.

La Editora especializada de Mercados Accionarios de México Analytica, Karyme Pineda, destaca en el mismo sentido que "es importantísimo primero aprender a escribir bien y luego especializarte"⁶.

Al cubrir este requisito, el estudiante contará con sólidos conocimientos en materia académica, teórica y metodológica; es decir, una formación universitaria que, aproximándose a lo que el campo laboral demanda, permita al interesado en desempeñarse como Editor de Información, así como tener un amplio panorama de las ramas sociales, económicas y políticas que afectan el acontecer del país.

En específico, recurrirá a sus conocimientos de Sociología para aplicar una perspectiva social, para conocer la función social de su actividad, entender los procesos que afectan y las consecuencias de ese desempeño. De otras materias como Historia y Derecho conformará un amplio bagaje cultural que le servirá como contexto al ámbito en que se desenvuelve para entender el pasado e interpretar el presente.

⁴ Ramos, Martha. (Entrevista). Oficinas de El Universal; México, D. F., 20 de julio de 2000.

⁵ *Idem*

⁶ Pineda García, Karyme. (Entrevista). Oficinas de México Analytica, México, D.F., 10 de julio de 2000.

Destacan las asignaturas de Economía y Ciencias Políticas como una base importante de conocimientos para alcanzar el entendimiento del ámbito financiero, económico y político, ante el giro de la empresa M@ que ocupa esta investigación. Y de formación exclusivamente comunicativa: Elementos de Lingüística, Sociolingüística, Teorías de la Comunicación, Análisis de Contenido y Géneros Periodísticos, entre las más sobresalientes.

Así, con la Sociolingüística y elementos de Lingüística, el Editor de México Analytica contará con los conocimientos necesarios para manejar de forma adecuada el lenguaje, diferenciar los niveles de interpretación del habla, además de conocer la expresión del idioma por sociedades, lo que le permitirá tener una clara conciencia de la función social del lenguaje como medio de entendimiento entre los hombres, y del grupo objetivo al que se dirige, pues es importante señalar que para cada tipo de sociedad existe un lenguaje diferente.

También identificará la denotación y la connotación, es decir, el mensaje implícito que en una lectura ordinaria no se advierte. Todo esto, a fin de que se aplique la interpretación correcta al elaborar una nota informativa u otro texto de publicación masiva.

Esta formación académica enfocada al ámbito comunicativo permitirá al Editor conocer tanto los géneros periodísticos informativos: nota informativa, entrevista, reportaje, caracterizados por la objetividad de su estructura; como de opinión: editorial, artículo, columna y crónica, identificados por permitir en su contenido ciertos juicios de valor. Martha Ramos sostiene que el Editor "debe dominar técnicas de investigación, géneros periodísticos especializados. Es su vocación".⁷

⁷ Ramos, Martha. Entrevista citada.

De esta forma, el Editor será capaz de distinguir, de entre todo el material informativo que revisa durante su actividad diaria, cuándo se trata de una noticia en sí (nota informativa), o tal vez un reportaje, pues ante la misma dinámica de la actividad (flujo de información), el Editor se topa con material que a primera vista podría ser útil, sin embargo se da el caso de que dicha publicación es un reportaje y no una noticia.

Es entonces cuando entra en práctica su capacidad para saber distinguir un tipo de información de otra, sin confundir estructuras e identificando claramente el manejo de ese material, a fin de darle la justa proporción de acuerdo con la línea editorial del medio en donde se consultó.

Asimismo, el conocer las características y estructura de la entrevista permitirá al Editor de M@ contar con la habilidad para trabajar este tipo de documentos que llegan a la redacción, debido a que se da el caso de que las fuentes envían versiones estenográficas, esto es, versiones textuales de las entrevistas, discursos o declaraciones de los personajes de la vida política y económica.

Ante ello, el Editor se enfrenta al reto de transformar dicha información en un texto claramente definido, coherente, que destaque los aspectos o declaraciones más importantes, pero sin trasgversar la información, es decir, que se ajuste a los criterios periodísticos de la nota informativa.

De manera general, el conocimiento e identificación de los géneros periodísticos tanto informativos como de opinión darán al Editor un dominio del tipo de material que se maneja, al tiempo que sabrá trabajarlo y orientarlo de la manera más adecuada, con la redacción necesaria para un tiempo y espacio limitados, ante la presión del tiempo real.

De ahí la importancia de que el Editor identifique claramente estos géneros periodísticos, así como que conozca la agenda nacional, es decir, los sucesos políticos y económicos diarios, para comprender la dinámica de este campo y ubicar la información dentro del ámbito que le corresponde.

Los conocimientos adquiridos a través de estas asignaturas propias del área de Humanidades, por centrarse en aspectos sociales y que afecta al hombre en particular, permitirá al Editor contar con un enfoque amplio de lo que el contexto político-social y económico significa en México y en el mundo:

También entenderá la dinámica de los acontecimientos que influyen en los principales indicadores de la vida económica y política de nuestros tiempos, con lo cual tendrá una perspectiva más amplia y exacta de los eventos que afectan el campo que ocupa su actividad profesional: el ámbito económico-financiero, aun cuando no esté especializado.

Es evidente que el conocimiento en el sector no garantiza que la actividad del Editor sea completa, ya que se requieren de otras habilidades y aptitudes, sin embargo es parte de la preparación.

Otro conocimiento con el que debe contar el Editor es saber quiénes son los clientes y cuáles sus necesidades de información, para estar consciente del tipo de material que requieren, aplicando su instinto analítico para evaluar de manera eficaz dichas necesidades, contextualizar el momento político y enfocar en ese sentido su información trabajada.

Estos conocimientos harán del Editor una fuente amplia y completa de información y cultura general, indispensable para su buen desempeño.

3.3.2 Habilidades

Ante la necesidad de contextualizar los eventos económicos, políticos y sociales del acontecer mundial, el Editor deberá estar al tanto de la agenda nacional, la cual podrá manejar por su instinto periodístico, refiriendo los acontecimientos que puedan influir en dicho contexto.

Así, cualidades periodísticas se verán reflejadas en su habilidad para transformar las versiones textuales, generadas por una entrevista pregunta-respuesta, en una nota informativa adecuada en cuanto a estructura y contenido.

Por otra parte, gracias al conocimiento de los géneros periodísticos de opinión, demostrará su habilidad para analizar contenido, esto es, interpretar críticos como balance entre los juicios de valor que emita sobre el tema analizado, sin ser excesivo y anteponiendo la trascendencia de la noticia.

Podrá también realizar un mejor análisis y comprender "la lectura entre líneas", aquello que el autor de artículos de opinión, columnas, crónicas y editoriales quiere dar a entender pero que no lo expresa de manera directa en el texto. Significa, por lo tanto, que el Editor podrá interpretar estos materiales de corte político y económico, obteniendo de ellos lo necesario y desechando lo que no ocupe.

El Editor debe tener la habilidad necesaria para que en un breve lapso de tiempo, genere una nota informativa que debe publicarse sin previa revisión del Editor en Jefe, consciente de que se ubica en los parámetros periodísticos adecuados y sin posibilidad de error. Es donde se demuestra su capacidad de análisis y olfato periodístico.

Es importante destacar este punto, dado que "saber escribir" no implica el conocer los elementos básicos del periodismo, propio éste para la elaboración de información en cualquier medio de comunicación. Por lo tanto, el Editor debe contar con una formación previa que le permita conocer los estilos y criterios de redacción del ámbito periodístico, y no, como se ha mencionado párrafos arriba, conformarse con tener buena ortografía y redacción, ya que esto no garantiza la calidad del trabajo informativo.

Otro aspecto importante es que el Editor estará consciente de la importancia de la comunicación en la sociedad, ubicará correctamente su rol dentro de esta dinámica, será capaz de establecer una retroalimentación de tal manera que no sólo sea suficiente transmitir información, sino también recibir para enriquecerse; sabrá distinguir también el peso de los medios de comunicación y sus efectos.

Toda esta formación permitirá al Editor desarrollar una actividad profesional más completa, y no únicamente enfocarse a la lectura, selección y retransmisión de los textos, limitada a frases sueltas y sin el contexto adecuado. En otras palabras, contará con un "enfoque comunicativo" de su actividad, básico éste para cumplir de manera eficaz y eficiente con su función en la empresa, en particular, y con su rol social una vez egresado de una carrera afín a la comunicación.

En este sentido, la compañía contará con un equipo comprometido con su función, capaz de entender y comprender el proceso comunicativo de difusión, consciente de que "al otro lado" del servicio hay una persona (receptor) que demanda información oportuna y de calidad, a fin de satisfacer cabalmente sus necesidades informativas.

Al respecto, la Editora de México Analytica, Patricia Zamudio Flores, opina que el Editor "debe tener bien claro cuáles son las necesidades de información del cliente, pensar y estar consciente de lo que el lector quiere"⁸.

Entre otras aptitudes, el Editor de información destacará también por tener un alto grado de responsabilidad, misma que irá fortaleciendo conforme se sienta comprometido con su actividad. En los horarios laborales, la iniciativa propia, el afán por buscar constantemente la noticia, se reflejará ese nivel de compromiso.

En cuanto a los horarios de trabajo, se exige disciplina total por parte del Editor toda vez que la información se debe transmitir de manera oportuna, por lo que constituyen un punto de responsabilidad. Al estar la actividad en el departamento de Noticias de México Analytica marcada por los acontecimientos relevantes, el Editor debe reconocer la importancia de cumplir con todos los horarios establecidos, tanto en jornadas de trabajo como en horarios de publicación de productos.

Su responsabilidad irá más allá cuando se trate del manejo de información dentro de lo que se puede considerar la ética profesional, al tiempo que dependerá en gran parte del perfil y la línea editorial de la empresa. Este aspecto tiene su solución en la interpretación objetiva de la información que trabaja, pues deberá centrarse responsablemente dentro de los parámetros permitidos, sin opción a equivocarse y consciente de que un error en la información que edite es inaceptable y en el peor de los casos puede generar la falta de confiabilidad y credibilidad en el medio para el que escribe, derivando en la cancelación del contrato.

⁸ Zamudio Flores, Patricia. (Entrevista). Oficinas de México Analytica. México, D.F. 10 de julio de 2000.

Asimismo, el Editor deberá estar preocupado por mantenerse al día en su campo de acción, y esto lo logrará mientras cuente con el hábito de lectura diaria, esté al tanto del acontecer en los medios y de toda la información que se transmite en ellos.

Dichos hábitos son importantes para que este profesional, cuando se enfrente cada mañana a sus primeras actividades en la empresa, haga una revisión consciente de los periódicos, agencias y demás medios que le corresponden, para que comprenda perfectamente el contexto y esté involucrado en la materia.

Podrá advertir los acontecimientos que influyan en las decisiones de los inversionistas y tendrá la mejor decisión para descartar, con base en su instinto periodístico, la información menos relevante, de tal manera que trabajará sobre aquella realmente importante y de interés para el cliente, y no perderá el tiempo en material que no sea del todo necesario.

De manera general, el Editor se dará a la tarea de rastrear su información, sobre la cual, una vez obtenida, desenvolverá su capacidad de análisis, desarrollada ésta por su frecuente lectura y monitoreo de los medios de comunicación afines a su actividad, así como por un constante interés en los temas financieros, económicos y políticos, tanto nacionales como internacionales, lo que le facilitará la lectura y comprensión de su material.

Esta cualidad le permitirá al mismo tiempo detectar fácilmente dónde está el error de la nota que trabaja, tal vez el nombre de un funcionario, el cargo, una fecha, un organismo o algún dato importante a fin de corregirla sin necesidad de consultar fuentes directas, a menos que el caso así lo requiera por ser información restringida o poco conocida.

Para contar con un adecuado análisis, el Editor deberá distinguir entre la información que repercute en el ámbito económico y financiero, aquella que influya en las decisiones de los inversionistas y demás interesados en el sector, es decir, tendrá la habilidad de seleccionar y descartar el material.

Se propone que el Editor cuente con las actitudes de paciencia, autocontrol y saber cómo actuar en casos de emergencia, pues durante su desempeño debe enfrentarse a situaciones de decisión, que requieren la adecuada toma de iniciativa, aún con trabajo bajo presión, características que le permitirán sobresalir como un analista de información.

De esta forma, la empresa de información económico-financiera vía Internet México Analytica contará en su área de Noticias con profesionales que desempeñen un trabajo de calidad, del cual no sólo el Editor, sino las otras dos partes, se sientan satisfechas.

3.3.3 Herramientas

Con respecto a las herramientas que debe dominar el Editor, destaca el Internet como uno de los medios de comunicación más importantes de las innovaciones tecnológicas, ya que constituye su equipo básico de trabajo, y de la que en los tiempos actuales ya no puede prescindir.

Deberá dominar el manejo de equipo de cómputo a fin de agilizar su actividad, puesto que ante la modernización de los sistemas, este profesional se enfrenta a una actividad totalmente cibernética al recurrir a software especial para realizar el proceso de Edición de la Información, por lo que el Editor que no se encuentre actualizado en estos aspectos quedará rezagado aun cuando posea las características más destacadas para su desempeño.

Para contar con un adecuado análisis, el Editor deberá distinguir entre la información que repercute en el ámbito económico y financiero, aquella que influya en las decisiones de los inversionistas y demás interesados en el sector, es decir, tendrá la habilidad de seleccionar y descartar el material.

Se propone que el Editor cuente con las actitudes de paciencia, autocontrol y saber cómo actuar en casos de emergencia, pues durante su desempeño debe enfrentarse a situaciones de decisión, que requieren la adecuada toma de iniciativa, aún con trabajo bajo presión, características que le permitirán sobresalir como un analista de información.

De esta forma, la empresa de información económico-financiera vía internet México Analytica contará en su área de Noticias con profesionales que desempeñen un trabajo de calidad, del cual no sólo el Editor, sino las otras dos partes, se sientan satisfechas.

3.3.3 Herramientas

Con respecto a las herramientas que debe dominar el Editor, destaca el internet como uno de los medios de comunicación más importantes de las innovaciones tecnológicas, ya que constituye su equipo básico de trabajo, y de la que en los tiempos actuales ya no puede prescindir.

Deberá dominar el manejo de equipo de cómputo a fin de aglizar su actividad, puesto que ante la modernización de los sistemas, este profesional se enfrenta a una actividad totalmente cibernética al recurrir a software especial para realizar el proceso de Edición de la información, por lo que el Editor que no se encuentre actualizado en estos aspectos quedará rezagado aun cuando posea las características más destacadas para su desempeño.

Lamentablemente, esto constituye una limitante que enfrenta el profesional en el campo laboral, pues de acuerdo con la opinión de la mayoría de los entrevistados, el Editor egresa de la universidad, en cualquiera de los casos, sin contar con los suficientes conocimientos en esta materia, por lo cual se ve obligado a buscar por su cuenta los recursos para poder satisfacer esta necesidad.

Maribel Ramírez Coronel, ex editora de noticias de Televisa, indica al respecto: "es un proceso de mucho tiempo que no se aprende en la escuela(.) Debes estar consciente de lo importante que es todo esto"⁹.

Es indispensable que el Editor mantenga una actitud abierta a este contexto, sin dejar que constituya un obstáculo para su desarrollo y completo desempeño en la empresa. En este sentido, la empresa valorará su actividad, medirá sus capacidades para enfrentar la dinámica diaria, por lo que este profesional no debe detenerse por aspectos prácticos como dominio de computación e internet.

3.3.4 Otros aspectos del perfil

Aunque las características expuestas cubren el perfil profesional del Editor, surgen algunas actitudes que debe asumir ante la dinámica de la actividad. Entre ellas se menciona a la improvisación.

Como se ha explicado, los problemas estructurales de México Analytica se ven reflejados en la actividad del Editor. Uno de ellos es el retardo en la entrega de los periódicos a la oficina, ante lo cual recurre a la consulta vía internet, previendo las eventualidades en cada caso, y en el supuesto que no

⁹ Ramírez Coronel, Maribel. (Entrevista). Oficinas de El Economista, México, D.F., 17 de julio de 2000.

sean suficientes los tres ejemplares que llegan diariamente, deberá rolar los diarios, como muestra de su capacidad por trabajar en equipo.

Es obligación del departamento de Administración, encargado de la contratación de este material, exigir el cumplimiento de los horarios de entrega.

Por otra parte, los problemas más frecuentes a los que se enfrenta el Editor es la necesidad de cubrir las funciones de otros. Ello implica aspectos propiamente prácticos, como investigar las actividades del ausente y proceder a obtener la información consultando las páginas en internet, que demandan también su habilidad para comprender y traducir noticias en idioma inglés.

Se propone que el Editor consulte la página intranet Mexana Net para conocer todas las notas que se elaboran en el área, tanto por Editor como por tipo de mercado.

Esta retroalimentación permitirá comprender la importancia de las actividades de sus compañeros de trabajo y reiterará su capacidad para trabajar en equipo. Se generará así mayor flujo de información entre los Editores, al tiempo que demostrará el apoyo y colaboración entre el equipo.

La propuesta destaca asimismo que el Editor, además de todos los conocimientos adquiridos durante su formación académica, debe estar consciente de obtener aquellos elementos que precisamente la universidad no le otorga, pero que el campo laboral demanda.

Ante ello, se advierte que las tendencias del nuevo periodismo se presentan como una alternativa en el umbral de la nueva década, y de cara al

siglo XXI, como una corriente más literaria, dejando de lado la rígida estructura de la pirámide invertida y permitiendo cierta libertad en el estilo periodístico, pero sin rebasar los márgenes informativos.

Un caso se inició con el periódico Reforma en 1996, mientras que recientemente y de manera más notoria lo hace el rotativo Milenio Diario, en una tendencia que se empieza a notar en toda América Latina.

Martha Ramos sostiene: "se discute a nivel latinoamericano el hecho de hacerla (la licenciatura en Periodismo) más literaria"¹⁰. Ella argumenta que el problema de la mala ortografía y redacción se "arrastra" desde la educación elemental, y destaca también "la mala concepción que se tiene de la profesión desde el momento de entrar a la universidad"¹¹.

Y ante esta situación, la serie de conocimientos, habilidades, capacidades y aptitudes expuestos en este capítulo harán del Editor de información un elemento mucho más profesional, con seguridad en sí mismo para demostrar que es el egresado de una carrera afín a la Comunicación, el candidato adecuado para desempeñar el puesto.

3.4. Propuesta de cambios estructurales en México Analytica

Además de la propuesta presentada para el perfil profesional del Editor de información especializada en México Analytica, se presenta otra sobre los aspectos que dependen exclusivamente de la empresa, dado que muchos de ellos influyen de manera decisiva en la actividad de este profesional.

¹⁰ Ramos, Martha. Entrevista citada.

¹¹ *Ibidem*.

Planta laboral: editores, reporteros, corrector de estilo

A fin de agilizar la actividad del Editor en M@, es necesario contar con al menos otro Editor en cada turno, puesto que ante el limitado tiempo del que se dispone, se ve obligado a trabajar bajo presión, lo que aumenta las posibilidades de error.

Esto, con el fin de que el trabajo se distribuya de una mejor manera, que genere una alternancia en la dinámica diaria, así como una mayor cobertura de todas las fuentes consultadas, principalmente en las primeras horas del día, momentos en que es mayor la carga de trabajo.

También se requiere mayor número de reporteros que cubran las principales fuentes, ya que la actual reportera en ocasiones no se da abasto con tantas actividades. Implica la designación de una orden de trabajo mucho más específica y que genere valor agregado al servicio.

Se recomienda la contratación de un Editor experimentado en corrección de estilo que se dedique a detectar faltas de ortografía, redacción y "dedazos" en las notas previo a su publicación en el servicio, a fin de ir corrigiendo el nivel de incidencia de errores. Esta propuesta debe implementarse en el departamento de Control de Calidad.

Prevención en sistemas y equipo de cómputo

Los responsables correspondientes deberán solucionar el problema de la eventual falla en las conexiones de red, servidores y todo el soporte requerido para garantizar el correcto desempeño de los Editores, tanto en la consulta de material en internet como el uso de los programas de captura.

Este hecho también ocasiona que el Editor se desgaste con frecuencia y pierda la continuidad en sus quehaceres al no contar con el suministro de Internet o de la aplicación de captura, lo cual, aunado a la presión de tiempo, genera desesperación.

Difusión de las necesidades del cliente

Un compromiso que los Editores esperan de parte de la empresa es dar a conocer el perfil del cliente, sus necesidades y sus intereses en información, pues aunque debe ser de tipo económico-financiero, es importante que el Editor tenga perfectamente identificado a su destinatario para comprender el tipo de información que debe transmitir, tanto en fondo como en forma.

Al respecto, la Editora Patricia Zamudio sostiene que los cursos de capacitación "primero que nada deben estar enfocados a explicar muy bien el perfil del cliente, entonces...vamos a tener muy bien definido a lo que queremos llegar"¹².

Cursos de capacitación: equipo de cómputo, línea editorial; idiomas

Se recomiendan cursos especiales para el manejo de los programas de captura y conocimiento del servicio en general, es decir, un curso de inducción para saber en qué medio se está trabajando, el perfil de la empresa México Analytica, sus objetivos y usos en software como es Internet, correo electrónico y redes.

Se propone la creación de un manual de redacción para que todos los Editores tengan conocimiento de los parámetros de redacción y línea editorial

¹² Zamudio Flores, Patricia. Entrevista citada.

que debe seguir, sus características y el estilo en general. El Editor en Jefe, Adrián Gómez, propone "dedicarle un buen tiempo al estilo periodístico que se maneja en la empresa"¹³.

Asimismo, se recomienda la capacitación constante por parte de la empresa hacia su equipo de Editores en temas económico-financieros y de actualización.

También es recomendable otorgar cursos del idioma inglés principalmente, a fin de enfrentar los retos que encara el Editor en su desempeño diario.

Otras sugerencias

Ante la ausencia de un plan de carrera que motive a los Editores, se sugiere a la empresa México Analytica el diseño de un proyecto que si bien no garantice ascensos en el departamento de Noticias debido a su misma estructura organizacional, sí promueva y garantice la especialización del Editor de acuerdo a sus áreas de interés personal.

De tal forma, este profesional podrá desenvolver más sus habilidades al tiempo que profundice en sus análisis y se dedique a un tema en particular, formándose así una preparación especializada.

Al Editor en jefe se recomienda mantener una comunicación más abierta entre su equipo de trabajo, para lo cual se sugiere programas juntas de trabajo para estar al tanto de cambios de personal, nuevos productos informativos, decisiones y todo lo relacionado con el departamento.

¹³ Gómez Reyes, Adrián. (Entrevista) Oficinas de México Analytica, México, D.F., 12 de julio de 2000.

Por otra parte, se propone que en el departamento de Noticias de México Analytica se establezcan horarios de receso de unos 20 minutos por Editor, por lo menos luego de cuatro horas continuas de trabajo, debido a que las primeras horas son las de mayor carga de trabajo, lo cual genera desgaste y cansancio. De esta forma, se alternarían los descansos cada media hora entre los integrantes de cada turno.

En la medida en que el Editor cuente con esta serie de conocimientos, aptitudes, habilidades y herramientas, será capaz de aplicar un adecuado análisis de la información antes de ser publicada en el servicio de México Analytica para presentar un producto ágil, concreto y completo, sobre los temas de interés de los clientes.

Y mientras la empresa se preocupe por aplicar estas recomendaciones, el Editor se verá más motivado, tendrá mayores oportunidades de desarrollo profesional y de reafirmar las características antes mencionadas, en una retroalimentación que reflejará una buena relación entre la empresa y el profesional.

Capítulo 4

CAMPO ACADÉMICO Y LABORAL: REFLEXIONES FINALES

En este último capítulo de la Memoria del Desempeño Profesional para elaborar el perfil del Editor de la empresa México Analytica, se expondrá una comparación entre el perfil académico del egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, y aquél que se ha obtenido luego del desarrollo de esta investigación, propuesto en el capítulo anterior.

De tal modo se llegará al punto de analizar si la formación universitaria cubre de manera satisfactoria las necesidades que demanda el desarrollo del profesional en Comunicación una vez que se integra al campo laboral.

En cada caso, se señalan las características de formación y se detectan las deficiencias que no permiten el completo desarrollo del egresado, o bien, limiten su desempeño profesional, ante la obligada necesidad de formarse en el campo laboral. Asimismo, se expone una evaluación de los aspectos académicos que han impulsado o limitado la actividad.

4.1 Formación académica

Al concluir la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (ENEP) campus Acatlán, el egresado cuenta con las características básicas, mas no suficientes, para su desarrollo profesional en el campo laboral de la comunicación, y cuya formación no sólo depende de la universidad, sino de las aptitudes natas y adquiridas que el estudiante posea desde el momento de ingresar a la licenciatura, pero que irá reforzando y desarrollando conforme curse su carrera y se cree una conciencia de la profesión.

De acuerdo con el tríptico informativo de la Jefatura del Programa de la carrera, el licenciado en esta disciplina "valora los procesos de la comunicación, para lo cual analiza en forma sistemática y permanente las diversas teorías de la comunicación, así como las circunstancias sociales en que éstas se producen y aplican. *Elabora, examina y produce mensajes con una postura crítica para transmitirlos a través de los distintos medios de comunicación*, estableciendo la importancia social de los mismos. Está capacitado para ejercer actividades diversas dentro de la comunicación colectiva y otros ámbitos como la publicidad, la propaganda, las relaciones públicas, etc. Además, *es un profesional que cuenta con un conocimiento suficiente de la lengua, lo que permite expresarse con propiedad y claridad*".¹

Con base en dicho concepto, el egresado de la licenciatura se ubica en dos rangos generales, dependiendo de la actividad a la que se dedique, de tal forma que se distinguen al comunicólogo y al comunicador o informador.

El comunicólogo es el profesional que en su desempeño se dedica a la investigación científica de la comunicación, profundizando en teorías, métodos y técnicas de investigación, representando así una función hacia el desarrollo científico y el estudio de nuevas teorías de la comunicación. Aquí se ubican a los docentes, académicos y todos aquellos intelectuales dedicados a la investigación de esta disciplina.

El comunicador o informador, por su parte, es el profesional con la función de difundir la información, es el canal entre la información y el receptor, es decir, es el emisor. Desde una perspectiva social, es quien se dedica de una manera responsable a transmitir sus conocimientos hacia las

¹ Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva, ENEP Acatlán, Tríptico informativo de la carrera, México, 1998.

masas, a la vez que se retroalimenta. Realiza también investigación documental y de campo. En este rubro entran los periodistas, los locutores, líderes de opinión, guionistas, reporteros, editores, productores, redactores, correctores de estilo, responsables de áreas de comunicación organizacional, relaciones públicas, así como publicistas, propagandistas y mercadólogos.

Cabe aclarar que una opción no descarta a la otra, puesto que una misma persona puede abarcar ambos rubros. No es raro encontrar a un profesional que se desempeñe dentro de los dos ámbitos, o bien, a alguien que posea la capacidad para realizar de forma eficaz las actividades de la otra categoría.

Al respecto, el investigador Raúl Fuentes identifica, además del comunicólogo y el comunicador, al periodista, resultando así tres modelos diferentes.

Sostiene que "cada uno de estos modelos, a su vez, ha configurado de distintas maneras el núcleo operante de la comunicación como disciplina académica, sin que, no obstante, ninguno de ellos haya logrado la consistencia suficiente para legitimarse ni profesional ni universitariamente. De hecho, puede considerarse que en la actualidad los planes de estudio corresponden más a una yuxtaposición de elementos de cada uno de los tres modelos, con énfasis diversos, sin una articulación claramente definida ni cognoscitiva ni socialmente".²

Pero para los fines de esta investigación se ubicará al periodista en la clasificación de comunicador, con base en su función social.

² Benassini Félix, Claudia, et. al. *Desde dónde se enseña la comunicación en México?*. Universidad Iberoamericana, México, 1996, pág. 12.

Es de destacar que históricamente, la carrera de Comunicación fue pensada con el fin de forjar a un egresado que, "dotado de una formación humanista, pusiera sus conocimientos al servicio de los medios de comunicación, la publicidad, las relaciones públicas; es decir, someter la técnica al espíritu".³ Por lo tanto, esta profesión hasta la actualidad ha mantenido su corte humanista, de tal forma que en el desempeño no sólo se aplica un conocimiento teórico-práctico, sino un enfoque al desarrollo del hombre y sus relaciones comunicativas.

Una vez aclarados los aspectos anteriores, se tienen los elementos para afirmar que dentro del concepto de comunicador se ubica al Editor de información especializada, objeto de estudio de esta investigación, pues es el profesional que se dedica a elaborar mensajes. Retornando la parte cursiva de la definición de la Jefatura: *"Elabora, examina y produce mensajes con una postura crítica para transmitirlos a través de los distintos medios de comunicación ... con un conocimiento suficiente de la lengua, lo que permite expresarse con propiedad y claridad"*.

El Editor crea estos mensajes con base en información previamente seleccionada, a fin de ser transmitidos en un medio de comunicación, en este caso via internet, y para lograrlo cuenta con un amplio conocimiento del idioma, en particular de la expresión escrita, con el objetivo de lograr su adecuada comprensión y entendimiento. Es, por lo tanto, un Informador.

Durante el curso de los nueve semestres que consta la licenciatura, el estudiante de Periodismo y Comunicación Colectiva de la ENEP Acatlán egresa con un perfil que destaca por la formación en el campo de la investigación (comunicólogo), ya que desde los primeros niveles de la

³ *Ibidem*, pág. 11.

licenciatura se hace énfasis en materias como Técnicas de Investigación Documental y de Campo, así como en Metodología para las Ciencias Sociales, mientras que el resto de la carrera es enfocada a investigaciones y análisis en el ámbito social, y en particular en la comunicación social.

De esta forma, el egresado cuenta con sólidos conocimientos tanto de técnicas para realizar investigaciones, como de metodologías para elaborar análisis profundos. Estos conocimientos son útiles para el Editor porque realiza investigaciones documentales por internet o vía telefónica.

Durante la carrera se da también especial importancia a las formas de expresión del hombre, en este caso el lenguaje, que le permite la comunicación con sus semejantes en sociedad. Haciendo una evaluación del plan de estudios, se ubican asignaturas como Elementos de Lingüística, como un primer acercamiento a los procesos de interpretación del idioma, que se va reforzando con la Sociolingüística, como estudio para identificar las lenguas por grupos sociales, para posteriormente aplicarse en el curso de los géneros periodísticos informativos (nota informativa, entrevista, reportaje) y de opinión (artículo, editorial, crónica, columna, crítica).

Estas bases permiten al Editor reforzar sus habilidades de expresión escrita, o bien, comenzar a desarrollar esta capacidad y lograr una creación periodística más elaborada, por lo que estas asignaturas son fundamentales en su formación profesional, pues contará con los suficientes elementos para realizar los textos periodísticos, como materia prima para el perfil del Editor. De ahí la marcada inclinación hacia el periodismo escrito.

Asimismo se da gran relevancia al ámbito de los medios electrónicos, pues es evidente que durante los semestres intermedios y una vez elegida la

preespecialidad, se profundiza la formación en este tipo de vías de comunicación, la cual, una vez cursada, ofrece al egresado oportunidades de desarrollo en radio, televisión y cine.

Pero es importante destacar que debido a los escasos recursos de la UNAM no se cuenta con el equipo adecuado que represente lo que le espera al estudiante al salir al campo laboral, o al menos, que se encuentre en un nivel competitivo con el de otras universidades. No obstante, este profesional sobresaldrá en la actividad no por su dominio de aparatos electrónicos, sino por su formación teórica y humanística.

Preespecialidades de la carrera

En este primer acercamiento al campo laboral, y de manera general a nivel universitario, las especialidades o preespecialidades cumplen una función de orientación profesional.

Cabe recordar que en 1967 la Universidad Iberoamericana pretendió organizar las áreas de orientación educativa en función de las modalidades de formación profesional: por una parte medios de comunicación, que incluía cine, periodismo, radio y televisión; y por otra, publicidad y relaciones públicas en una sola área. Desde entonces, "la mayoría de las instituciones que ofrecen la carrera de Comunicación han mantenido este esquema".⁴

De esta forma, es marcada la diferencia entre estas áreas de especialización, pues mientras unas se enfocan hacia los medios electrónicos, otras ofrecen una amplia versatilidad de la profesión.

⁴ Benassini Félix, Claudia, et. al. ¿Desde dónde se enseña la comunicación en México?. Universidad Iberoamericana, México, 1996, pág. 23.

Así, las cuatro opciones de preespecialización en Comunicación que se ofrecen en la ENEP Acatlán, que son Investigación y Docencia, Comunicación Persuasiva, Periodismo Electrónico y Periodismo Escrito, concentran de manera específica los conocimientos y la formación del estudiante de cara al campo laboral.

La primera alternativa, Investigación y Docencia, hace énfasis en el desempeño del egresado en el ámbito de la investigación que, de acuerdo con las definiciones presentadas al inicio de este capítulo, se ubica en el perfil del comunicólogo. La docencia en el campo laboral representa una opción para difundir los conocimientos de la comunicación y la investigación sobre nuevas tendencias, así como los factores que influyen en las formas de comunicación, como lo son, sin duda, en la actualidad, los avances tecnológicos y la modernidad que implican.

La preespecialidad en Comunicación Persuasiva, por su parte, tiene el objetivo de formar al egresado en aspectos tendientes a las organizaciones y la importancia de la comunicación hacia su interior. Busca aplicar, administrar y aprovechar los recursos de la comunicación para influir en las decisiones y comportamientos de los individuos, principalmente en el aspecto comercial, caso específico de la publicidad y la mercadotecnia. Se ubican también en este ámbito las relaciones entre los individuos y el análisis de los problemas comunicativos que se dan entre ellos, así como su solución.

El desempeño en el ámbito de la publicidad, las relaciones públicas, la propaganda, la opinión pública, mercadotecnia, interpretación y análisis de contenidos, así como la comunicación organizacional, entre otras, son las oportunidades para el egresado de esta preespecialidad.

Periodismo Electrónico es la opción de más demanda entre los estudiantes de Comunicación, con la expectativa de integrarse al campo laboral de los medios electrónicos: estaciones de radio, consorcios televisivos, empresas de filmación y producción, etcétera. Aunque las deficiencias en cuanto a recursos tecnológicos de la ENEP tienden a rezagarse ante la avanzada infraestructura de dichas empresas, este egresado se enfrenta al campo laboral con la capacidad y la tenacidad para superar y aprender al paso de su mismo desempeño profesional.

Pero su actividad no se limita a incursionar en las empresas con ese perfil específico, por mucho el más competido del ámbito, sino que abre opciones en varios sectores más, como lo es al interior de compañías de diversos giros comerciales (tecnología, financieros, servicios, organismos políticos, dependencias federales, estatales y locales, entre otras).

En Periodismo Escrito, una de las preespecialidades más fuertes y de reconocimiento de la ENEP Acatlán, se prepara al estudiante para egresar como el profesional que se enfrentará al ámbito periodístico, el reporteo y la investigación entre sus principales actividades. Es en esta área en donde el Editor de información especializada adquiere gran parte de su formación académica, puesto que se dedica al manejo profesional de información, investigación y documentación, lo cual le permitirá un desempeño eficaz y eficiente, además de que contará con un amplio panorama de las tendencias periodísticas modernas tanto a nivel nacional como internacional, así como de las agencias de información.

Los conocimientos que en esta preespecialidad adquiere lo hacen más capaz en su estilo periodístico, reafirmando los géneros periodísticos. Se enseña también cómo funciona una agencia de información, una redacción,

cómo se elabora un periódico; lo que representa un proceso de edición que permite al estudiante identificar las partes, secciones y componentes de un diario, así como la clasificación, estructura y jerarquía de la información.

Dadas las anteriores conceptualizaciones, podría asegurarse que la formación del Editor debe ser en la preespecialidad de Periodismo Escrito, puesto que es el área más adecuada para que el egresado adquiera el perfil que lo dotará de las características necesarias para enfrentar el reto que la edición de información demanda. Sin embargo, la experiencia profesional ha demostrado que la formación en tronco común es por sí misma satisfactoria para considerarse apto en el desempeño como Editor.

En el caso personal, egresada de la preespecialidad de Comunicación Persuasiva, han sido básicos los conocimientos de tronco común para ser lo suficientemente capaz en el puesto. Significa que la sólida formación periodística soporta los retos a los que se enfrenta el Editor de Información.

El cursar una preespecialidad diferente a Periodismo Escrito no excluye, por tanto, al egresado en la actividad de Editor puesto que a lo largo de la carrera se hace énfasis en la formación periodística del estudiante, de tal manera que el individuo en cuestión posea las cualidades suficientes que garanticen su desempeño en esta categoría de informador. Es decir, no es requisito obligatorio cursar la preespecialidad.

Dentro de esta reflexión cabe apuntar que la pluralidad de las preespecialidades en la licenciatura permite una formación con la que el egresado, de cara al campo laboral, demostrará la capacidad de desempeñarse en cualquiera de estos ámbitos. Esto es, una opción no descarta a las otras, ya que el tronco común garantiza el perfil periodístico

para que el egresado sea capaz de desarrollarse profesionalmente en cualquier campo afín a la Comunicación.

Pero cabe anotar que a lo largo de la licenciatura no se destaca el desempeño del Editor de Información como una de las alternativas en el campo laboral, lo cual podría atribuirse a que no es una actividad difundida por las empresas para esta carrera en particular, por lo que no se dan a conocer las oportunidades de trabajo en este puesto.

Ligada al periodismo, lo adecuado sería hacer énfasis en esta actividad de reportero de oficina, que implica el dominio de las fuentes de información, habilidad para investigar, analizar, corregir y proponer, así como la aplicación de conocimientos complementarios para editar y publicar la información.

Investigaciones al respecto consideran que "...al menos en apariencia las áreas de orientación no consideran las nuevas posibilidades que está ofreciendo el mercado profesional ..."5. Y es que a lo largo de la carrera la orientación profesional tiende más a las oportunidades en periodismo y medios de comunicación electrónicos, sin destacar a la de edición de información como una opción en el campo laboral para aquellos egresados interesados en el periodismo pero lejos del reportero tradicional.

En este sentido cabe exhortar a los responsables del plan de estudios, a tener un mayor acercamiento a las prácticas profesionales y el campo laboral a fin de detectar las oportunidades de desarrollo del egresado, ofreciendo así una gama de opciones más amplia y reforzar los conocimientos requeridos para una mayor vinculación.

⁵ Benassini Félix, Claudin, et. al. ¿Desde dónde se enseña la comunicación en México?, Universidad Iberoamericana, México, 1996, pág. 23.

Para lograrlo, es obligatoria la constante actualización a partir de las diversas demandas profesionales en el campo laboral. En la planeación de asignaturas deben participar tanto académicos relacionados con prácticas profesionales, como aquellos dedicados a la investigación en comunicación.

4.2 Características fomentadas

Es de reconocer que el estudiante de Periodismo y Comunicación de la ENEP Acatlán se va formando con la habilidad para la investigación tanto documental y de campo, así como para la elaboración de materiales de publicación masiva, caracterizados por la creatividad y las adecuadas formas de expresión, hasta llegar a un nivel en que será capaz de crear contenidos de valor agregado, es decir, características que enriquezcan no sólo en forma, sino en sustancia, el producto del Editor.

Durante la carrera se refuerza también la cualidad para realizar trabajos de investigación con la metodología correcta, con una estructura pertinente que se va perfeccionando en el resto de los semestres, lo cual habilita al Editor a formar su perfil académico sobre la facilidad de elaborar sus investigaciones, ya sean documentales o de campo.

Con los conocimientos que desarrolla el estudiante durante su formación, se genera el hábito hacia la lectura de periódicos revistas y libros; así como el interés por frecuentar el monitoreo de medios; estar pendiente de las noticias diarias, del acontecer nacional e internacional, aunque mucho tiene que ver el interés personal que le aplique el propio estudiante.

Se fomenta la disciplina de trabajo en equipo, necesaria para el Editor, pues en su actividad diaria es imprescindible contar con disposición.

apertura y propuesta hacia este tipo de actividad en conjunto, lo cual derivará en una mayor coordinación entre el equipo, así como el enriquecimiento en la información.

Se dan asimismo las condiciones para que el profesional cuente con una sólida base teórica, que en el desempeño como Editor permite desarrollar no sólo su capacidad de análisis, sino también de proposición, operación y administración de los procesos comunicativos, aplicando métodos correctivos y preventivos ante los conflictos que en esta disciplina se puedan presentar.

El trabajo bajo presión, como una de las características más comunes durante el curso de toda la carrera, reafirma la capacidad del Editor para enfrentar responsabilidades urgentes en un periodo corto de tiempo, a la vez que refuerza la actitud de encarar situaciones adversas y adaptarse a todo tipo de caracteres personales en el espacio laboral.

Esto da lugar al desarrollo de la capacidad de tolerancia, negociación y diálogo, así como de trabajo en equipo, lo cual se refleja de manera evidente en el desempeño cotidiano del Editor de información de México Analytica para lograr acuerdos al interior y al exterior del departamento, así como un mayor entendimiento, facilidad de adaptación con los compañeros y por lo tanto un óptimo desempeño y coordinación.

Como se podrá advertir, las bases de la formación académica soportan el desempeño del Editor, aunque esto no significa que cubran completamente las demandas de la actividad.

Pese a que esta formación profesional está basada en un enfoque humanista donde la ética tiene especial relevancia, el peso que se le da en

materias específicas al perfil ético de la actividad parece ser incompleto. Pero no constituye un obstáculo para el desempeño del Editor, ya que se deja más a consideraciones propias que a la aplicación concreta de su conocimiento, aunque se reconoce la falta de profundización en la legislación, lineamientos y condiciones a los que debe sujetarse el desempeño profesional.

El manejo de la información es una responsabilidad de cada profesional, por lo que debe tener siempre presente la objetividad al realizar su trabajo, aunque también se va formando en el medio.

Es dicha responsabilidad individual la que forma la base de la ética del Editor, ya que este profesional deberá actuar de acuerdo a sus valores y principios personales, al mismo tiempo que evaluará, con base en su perspectiva individual, los criterios que le fueron inculcados en su formación académica en la ENEP.

En este aspecto es importante reconocer que la mayoría del personal académico corresponde a profesionales que han ejercido o ejercen su actividad en campos de la comunicación, independientemente a su función como profesores, lo cual facilita las apreciaciones hacia el entorno que le espera al egresado una vez que se integre al campo laboral.

Por lo tanto, más que un adecuado perfil ético del egresado en Comunicación, durante la formación profesional se aportan los elementos necesarios para crear una conciencia social, de responsabilidad, así como una actitud crítica y humanista hacia el entorno.

Por otra parte, las cuatro opciones de preespecialización de la ENEP Acatlán tienden a concentrar conocimientos específicos de cara a las diversas

posibilidades del campo laboral, sin embargo, la preespecialidad no define simbólicamente la ocupación real del egresado, puesto que bien se puede desempeñar en una área ajena a su preferencia profesional.

Aunque la elección de dicha área se inclina hacia los intereses del estudiante, la misma demanda laboral, así como las circunstancias económicas, institucionales y personales, orillan al profesional a incursionar en un campo que no coincide con el elegido en la recta final de la carrera, pero ante el cual sin duda el egresado se ve ampliamente capaz y con el perfil adecuado para satisfacer las necesidades de la institución en la que preste sus servicios profesionales.

Es común encontrar a gente egresada de la preespecialidad de periodismo electrónico en el ámbito del reporte, mientras que no es raro ver a estudiantes del área de periodismo escrito en una agencia de publicidad, mercadotecnia o relaciones públicas, gracias a la versatilidad que otorga la carrera en Periodismo y Comunicación Colectiva.

4.3 La Interdisciplina como elemento de retroalimentación

Estudios sobre prácticas profesionales dicen que "la profesionalización del comunicador supone a la vez la profesionalización de otros campos que se entrecruzan e invaden unos a otros. Así, egresados de Administración, Letras, Relaciones Industriales, Sociología y carreras afines y otras no tanto, como la Ingeniería Industrial, comparten el campo profesional con los egresados de Comunicación".⁶

⁶ Benasini Félix, Claudia, et. al. ¿Desde dónde se enseña la comunicación en México?. Universidad Iberoamericana, México, 1996, pág. 32.

De acuerdo con la experiencia personal, se ha detectado que egresados de otras carreras se desempeñan como Editores de información, lo cual constituye un obstáculo para el comunicador y hasta un factor de contradicción al ver claramente reemplazadas sus opciones laborales, reconociendo también el deficiente desempeño de la llamada "competencia" que ocupa un lugar en el de por sí ya difícil ámbito de la comunicación.

Aunque esto demuestra por lo tanto cómo otras carreras desplazan al comunicador de las plazas que originalmente deben corresponderle, también revela la importancia de la interdisciplina como forma de retroalimentación y progreso en las empresas.

Algunos perfiles se ajustan a la necesidades de la empresa, pero por otra parte se debe fomentar la interdisciplina para una complementación, ya que genera autolimitación el abstraerse a una sola actividad, lejos del contacto con otros profesionales. Rivadeneira apunta al respecto que el periodismo es finalmente "una ciencia multi e interdisciplinaria", que de no contar con el auxilio de otras ciencias, "nada sabríamos acerca de la comunicación".⁷

La profesionalización, entendida como la correspondencia exacta entre la actividad del egresado de una carrera a nivel licenciatura y las necesidades específicas de la institución o empresa a la que presta sus servicios, se da, en el caso de la Comunicación, de manera poco frecuente. Por lo tanto es urgente fomentar esta profesionalización a fin de que sean reconocidas y reubicadas las funciones de cada profesional.

⁷ Rivadeneira Prada, Raúl. *Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. Editorial Trillas, México, 1996, pág. 27.

Es indispensable que los encargados de contratar a los profesionales en cualquier tipo de empresa de comunicación (medios, áreas de relaciones públicas o comunicación social, redacciones, etc.), reconozcan la importancia del comunicador o comunicólogo como uno de los profesionales clave para el desarrollo de sus objetivos, al tiempo que evite contratar a egresados de otras carreras, como son las económico-administrativas, que desempeñen funciones que corresponden, por mucho, al egresado en Comunicación.

De manera paralela, la vinculación más realista entre la formación académica y el desempeño profesional, previo a la actividad laboral formal, es aquella que comienza con la realización del servicio social, como requisito indispensable para la terminación de la licenciatura.

Se dan casos en que dicha prestación se llega a cubrir como simple trámite restándole importancia al desarrollo profesional. Por lo tanto es necesario canalizar conscientemente la selección de este aspecto, ya que la mayoría de veces constituye una oportunidad a la primer opción laboral.

Las prácticas profesionales, por su parte, deben tener mayor difusión entre los estudiantes y destacar más su importancia, a la vez de que se requiere ofrecer estímulos tanto económicos como profesionales, además de que representen una alternativa real donde el estudiante desarrolle, aplique y evalúe sus conocimientos, otorgándole la posibilidad de valorar las diversas opciones que ofrece el campo laboral al egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva.

De esta forma, el estudiante comenzará a identificar y a aproximarse a la relación real entre la formación académica y el desempeño profesional.

Parte de la interdisciplina se puede observar en la variedad de materias optativas permite al estudiante de los últimos semestres de la carrera, involucrarse de manera más personal en los ámbitos de su interés, dentro de las que destaca el cine (Técnicas de cine documental y Lenguaje cinematográfico) como una de las alternativas abiertas en lo que corresponde a los medios electrónicos pero que difícilmente se aborda en las preespecialidades.

La misma modernidad ha demandado la incursión en otros campos como lo es la cibernética, ante lo cual el egresado se ve en la necesidad de ajustarse a este ritmo por sus propios medios a fin de no quedar rezagado.

En lo que corresponde al desempeño profesional y con base en la experiencia personal, se destaca en esta investigación que en México Analytica sólo una Editora del departamento de Noticias cuenta con el título profesional, mientras que el resto, sean Editores o redactores, están en la categoría de egresados en sus respectivas licenciaturas y la mayoría está realizando sus trabajos de titulación.

Aunque bajo este contexto la empresa no se cierra a la contratación de profesionales no titulados, sí es importante que tome en cuenta y valore este requisito, puesto que es una obligación personal del Editor.

Cabe aclarar que tal circunstancia no es exclusiva de la licenciatura en Comunicación, sino que todas las carreras padecen este fenómeno en general, y obedece en parte a que las empresas aceptan a pasantes o egresados.

Esta situación representa sin embargo una doble interpretación, pues mientras el egresado espera una oportunidad donde no se le condicione la

incurción en el campo laboral a la titulación, se le permite permanecer así durante tiempo indeterminado, hasta el momento en que se le exija o se le condicione el documento para su desarrollo profesional, o bien, el egresado por convicción propia decida concluir este proceso. Investigaciones al respecto destacan que "... las razones se resumen en una: la carrera no está profesionalizada, es decir, no es necesario estar titulado para ejercerla".⁸

4.4 Carencias de la formación académica

Entre las limitantes más evidentes a las que se enfrenta el estudiante de Comunicación durante su formación, está su carente acercamiento a las nuevas técnicas y canales de comunicación como lo es el internet que representa un obstáculo al que se enfrenta el profesional, pues los recursos materiales de la ENEP Acatlán no cubren satisfactoriamente esta necesidad en comparación con la realidad laboral.

El conocimiento o dominio de los idiomas extranjeros, principalmente inglés, es otro obstáculo al que se enfrenta el egresado una vez que incursiona en el campo laboral, pues dentro de la misma dinámica de las empresas se está dando una globalización en la que el dominio del inglés principalmente es un requisito para enfrentar los retos laborales.

En este caso particular, al ser México Analytica una empresa de información económica y financiera sobre el acontecer del mundo entero, se hace necesaria la traducción del idioma inglés al español de noticias consultadas en diferentes medios, por lo que el dominio de esta lengua ofrece una importante ventaja de desarrollo profesional.

⁸ Benassini Félix, Claudia, et. al. *¿Desde dónde se enseña la comunicación en México?*. Universidad Iberoamericana, México, 1996, pág. 19.

Y así como se da el caso en México Analytica, la mayoría de los medios de comunicación y las empresas que constituyan una fuerte presencia a nivel nacional, exigen entre su personal a gente ampliamente preparada, que refleje no sólo una formación académica suficiente, sino que represente un valor agregado en conocimientos complementarios, ante las necesidades que la misma modernidad exige y cualquiera que sea su área de desarrollo.

Al respecto, es necesario que la ENEP Acatlán exija como requisito obligatorio no sólo la comprensión de lectura, sino el dominio global del inglés dentro de los parámetros que el centro de idiomas de la institución crea conveniente. Y eliminar el segundo requisito de lengua extranjera.

En esta reflexión, corresponde también a las autoridades responsables de la educación en el país, abrir más oportunidades de desarrollo con base en la justa valoración de todas las profesiones en general y de las afines a la comunicación en particular.

Asimismo debe ser una responsabilidad no sólo de las instituciones educativas, sino de las virtuales fuentes laborales (sea el ámbito privado, público; organizaciones no gubernamentales y civiles), el ofrecer al comunicólogo o comunicador las condiciones adecuadas para fomentar su actividad y no restarle importancia u ocuparla por la de otra profesión, ya que la formación ha sido diseñada para cubrir objetivos específicos en las necesidades sociales, que no pueden ni deben ser reemplazadas.

La comunicación, que engloba al periodismo como su más importante expresión, es en la actualidad una carrera que ha ido tomando fuerza e importancia a lo largo de las últimas décadas, no en vano ha recibido el

nombre de "cuarto poder", puesto que su influencia en el resto de los espacios políticos, económicos y sociales hacen eco en este contexto.

Ante un futuro competitivo, el periodismo se inserta en las nuevas formas de comunicación con una formación más estricta, cabal y completa de cara a un mundo plenamente globalizado, en el que la modernidad exige información competitiva, así como formas y canales de expresión y de investigación más complejos, al tiempo que se va dando un mayor impulso de esta ciencia y de su importancia entre las tendencias políticas, ideológicas, económicas y sociales que dominan la actualidad.

Aunque no puede ignorarse que en este contexto surge la pregunta de si los medios de comunicación masiva en México cumplen una verdadera función social; apeándose a las necesidades informativas de la población, o bien, se circunscriben a los intereses particulares de los concesionarios y propietarios, en donde la censura y la corrupción representan un problema más al que se debe enfrentar el profesional de la comunicación.

Pero la necesidad de comprender el fenómeno de la comunicación dentro de las innovaciones tecnológicas, como lo es la cibernética, no debe imponerse sobre el carácter filosófico-humanista del comunicólogo o comunicador, formación que la ENEP Acatlán ofrece con particular énfasis, consciente siempre de los riesgos que implica el someterse a esta disciplina dentro del modelo económico imperante a nivel mundial: el neoliberalismo.

Así, el comunicador no debe conformarse con ser un empleado más de las empresas que buscan en él una herramienta para seguir creciendo, sino ante todo, debe alcanzar un desarrollo y un enriquecimiento profesional que garantice la satisfacción interior del individuo dedicado a esta actividad.

Aunque las expectativas no son del todo alentadoras, puesto que con base en la experiencia personal se reconoce la dificultad de colocarse en el medio y más aún el satisfacer las necesidades económicas y profesionales, sí es importante demostrar la vocación y la tenacidad de este profesional.

Muestra clara de esta modernidad de la que difícilmente se escapa el profesional, se da en el desempeño diario del Editor de México Analytica, pues, por citar un ejemplo, la consulta de los periódicos de manera física ha sido reemplazada por la consulta vía Internet, perdiendo así el placer de tener el ejemplar en las manos, hojearlo y disfrutar de sus contenidos de manera tangible.

Ahora es común, ante la comodidad, practicidad y facilidad que da el internet, consultar, con un sólo *click*, varios diarios sin necesidad de "mancharse las manos". Sin duda esta situación es evaluada y valorada por cada profesional y sus preferencias personales, pues finalmente, una obra literaria no puede tener el mismo valor como ejemplar tangible, que viéndolo consultado en las páginas de internet.

Sin embargo es rescatable la posibilidad de que más gente se acerque a la lectura de periódicos virtuales y otras fuentes de información mediante la red, lo cual resulta ventajoso sobre la idea de que no se genere un mínimo acercamiento a la prensa o los medios de comunicación tradicionales.

Al respecto se han expresado diversas posiciones de estudiosos de la comunicación. Umberto Eco asegura que "internet no matará a la prensa escrita porque la lectura de periódicos es como la oración matutina y en el curso de los siglos un nuevo 'medium' nunca ha destruido a otro"⁹.

⁹ Eco, Umberto. *Información, Conocimiento, Verdad*. (Foro). Bologna, Italia, 30 de octubre de 2000.

Y explica que los diarios no son una máquina informativa para ofrecer las noticias deseadas, sino que los califica como una "máquina educativa" que enseña a desear otras noticias.

Ante esta reflexión cabe destacar la importancia social de mantener a la prensa escrita tradicional, pero también considerar al internet como una alternativa para las nuevas generaciones que despertarían un interés en la lectura de información noticiosa a través de la red.

4.5 La especialización: opción de desarrollo

En otro contexto, las circunstancias demandan del profesional en comunicación un nivel de especialización. En el desempeño del Editor de información, la experiencia ha revelado la importancia de prepararse dentro de un campo específico, entre los más notorios: política, macroeconomía, mercado accionario, mercado de dinero e internacionales, a fin de ofrecer una actividad completa y constante que implique el perfeccionamiento por parte del Editor, y por ende, la satisfacción de los clientes.

Pero no debe olvidarse que ante todo, este profesional deberá contar con las bases periodísticas para cumplir con sus funciones de manera eficaz y eficiente (como se propuso en el capítulo anterior), consciente al mismo tiempo de la importancia de su desempeño en la sociedad, y que ante las mismas exigencias del mercado, debe complementar la formación que por distintas razones no logró durante su carrera.

Como de forma atinada indica Martha Ramos, Editora de Sección de El Universal, "la Universidad no te hace experto en ecología, en finanzas, en policlacas, en política, en educación, en espectáculos; te tienes que enseñar

saliendo a la calle, y un medio de comunicación tendrá a sus mejores Editores en tanto promueva estas áreas".¹⁰ En este sentido destaca que es necesaria la especialización.

Es importante que las empresas valoren la actividad del comunicador como la opción más acertada para sus puestos de Editor, si lo que pretenden es contar con un profesional que además de dominar el idioma y sus correctas formas de expresión en el ámbito periodístico, se comprometa a adentrarse en los contextos de especialización que el giro de la empresa determine.

De esta manera, la empresa se enriquecerá en la medida en que otorgue a sus Editores no cursos de redacción y ortografía, sino cursos de especialización de acuerdo al interés particular de cada profesional, tales como macroeconomía, finanzas, mercado de dinero, mercado accionario y política. Es necesario en ellos el gusto por estos ámbitos, a la vez que explote las cualidades y aptitudes adecuadas para el perfil del puesto.

4.6 Consideraciones finales

Finalmente, cabe aclarar que este trabajo no pretende restar importancia a los contenidos de fondo de las publicaciones especializadas, ni a los especialistas del sector, pues es evidente que su función es básica en el desarrollo de la empresa, y no deben ser reemplazadas por las estructuras periodísticas.

De lo que se trata es de complementar ambas actividades garantizando no sólo el contenido, sino la comprensión de la información publicada.

¹⁰ Ramos, Martha. (Entrevista). Oficinas de El Universal, México, D. F., 20 de julio de 2000.

Estos comentarios tienen el propósito de contribuir con experiencias que sean de utilidad para la Universidad, pues debe contemplar en la elaboración de sus planes de estudio las demandas del mercado laboral para que los egresados se integren al desarrollo productivo del país.

Pero además del aspecto práctico, no debe olvidarse que el estudio e investigación en comunicación es un proceso en constante transformación, lo cual demanda de la institución proveer elementos necesarios para su aprendizaje, es decir, no descuidar el aspecto científico.

Se destaca finalmente la importancia del desarrollo de este trabajo como la oportunidad para expresar la satisfacción que ha dejado el desempeño profesional como Editora y previo a éste, la aplicación de los conocimientos en otros ámbitos, todos ellos afines a la comunicación, como lo fue en su momento la mercadotecnia y en un principio la corrección de textos, que podría considerarse como la forma más primitiva de la edición de información especializada.

Asimismo, la actividad ha permitido contar con la experiencia de incursionar en un contexto donde se han sabido superar las limitantes, de forma personal, pero valorando y evaluando siempre la formación académica eje de los conocimientos aplicados en el desempeño profesional.

CONCLUSIONES

Como se planteó al inicio de este trabajo, enfrentar las difíciles condiciones que se presentan durante la búsqueda de un empleo representa para el profesional de la Comunicación la oportunidad de conseguir una vacante entre el competido campo laboral, viendo en ocasiones reemplazadas las actividades propias por las de egresados de otras licenciaturas.

Ante la evidente falta de conocimiento por parte de las fuentes de trabajo sobre las opciones que ofrece este egresado, las ofertas laborales se ven reducidas a los puestos en los medios de comunicación tradicionales (prensa, televisión, radio), sin valorar la importancia de este profesional en otras áreas donde es indispensable. El sector de internet no es la excepción, pues había ignorado en un principio la trascendencia del comunicador en la publicación de información.

El caso del Editor en México Analytica demuestra parte de esta situación, que ha sabido demostrar sus capacidades como comunicador para consolidarse como un profesional básico en el crecimiento de la compañía.

Tras el desarrollo de esta investigación, se concluye que un medio innovador y atractivo a los profesionales, como lo es el internet, ha servido como contexto idóneo para destacar muchas de las habilidades y de la formación académica del egresado en Comunicación, que si bien en otros medios también ha sabido desempeñarse eficazmente, la versatilidad de la profesión le permite adaptarse a prácticamente todos los sectores.

Aunque el perfil profesional del Editor que se ha propuesto en esta investigación abarca las características primordiales para ejercer un

desempeño eficiente, está claro que ante las necesidades del campo laboral, las condiciones varían y se pueden presentar mayores requisitos.

De tal modo, la propuesta presentada se elaboró con el objetivo de contribuir con algunos elementos que pudieran escaparse a los encargados de seleccionar al personal en las empresas que requieran a un Editor, así como a los responsables del plan de estudios de la carrera de Comunicación y Periodismo. Entre ellas, no perder de vista que la actividad de Editor de información es una opción laboral.

El desarrollo de esta investigación permitió confirmar que aunque las actividades del Editor y del redactor pudieran parecer semejantes, el primero trasciende en jerarquía y responsabilidades, ya que se considera el supervisor del redactor y del reportero, es decir, aplica otros conocimientos y habilidades, al punto de ser un experto en la materia.

La actividad de este profesional no se define entonces por la simple redacción de información periodística, pues el concepto de Editor trasciende al de redactor. De ahí la razón de la propuesta de perfil profesional.

Otro aspecto al que permitió llegar esta investigación es valorar la importancia de los especialistas de otras áreas, es decir, los profesionales de carreras diferentes que aplican sus conocimientos al elaborar los contenidos de la información especializada. En este caso, en economía y finanzas, en traducción de inglés, en el contexto de la interdisciplina como un entorno de complementación, y que otorga un alto nivel de valor agregado.

La utilidad de los conocimientos de otros especialistas radica en definir un contenido mucho más exacto, que, complementado con las

capacidades del Editor, permitirá crear un producto de calidad, con los justos parámetros de forma y fondo.

Un aspecto relevante que es necesario destacar al término de esta investigación es que México Analytica ha sufrido en los últimos meses una serie de cambios tanto a nivel comercial como a nivel organizacional, lo cual es reflejo de un evidente debilitamiento del sector de Internet en todo el mundo.

Prueba de ello fue el brusco recorte de personal que se dio en 2001 en todas las áreas, considerada como una medida preventiva para garantizar la salud financiera de la compañía.

Pese a los llamados optimistas por parte de los directivos, la medida generó una fuga de personal que comenzó a buscar otras opciones laborales más seguras. A la fecha, la empresa cuenta con menos del 50% de los recursos humanos con que contaba en el año 2000, antes de que se tomara la decisión. Esta situación da un panorama de las condiciones laborales a las que se enfrenta el profesionista de cualquier carrera.

Sin embargo, es de destacar que el área de Noticias no se vio afectada por el recorte, conservándose hasta el momento a los 11 Editores del equipo, ocho de ellos egresados de carreras afines a la Comunicación, quienes tampoco han optado por la renuncia. Estas condiciones podrían revelar la importancia del Editor en el mantenimiento del negocio de noticias.

Bajo esta experiencia, corresponde al profesional de la Comunicación, llámese comunicador o comunicólogo, el trascender en las áreas específicas a

partir de sus conocimientos y características de formación, como una sólida base en el cumplimiento de la misión y los objetivos de la empresa.

Aunque a futuro no existe la certidumbre de que internet pudiera consolidarse como una verdadera opción laboral para el profesional de la Comunicación debido a la crisis mundial por la que atraviesa actualmente el sector, sí se puede asegurar que el Editor de información podrá conseguir otras alternativas en el resto de los medios masivos.

Dada la esencia del periodismo en el desempeño del Editor, la eventual decadencia de internet no implica un grave problema de desempleo masivo para los profesionales en Comunicación. En alusión a esto, Umberto Eco menciona que "la lectura de periódicos es como la oración matutina y en el curso de los siglos un nuevo *medium* nunca ha destruido a otro".

De igual forma, a partir de esta propuesta se puede concluir que mientras el comunicador cuente con más conocimientos, tendrá mayores posibilidades de colocación y desarrollo en el campo laboral, ya que la mayoría de las empresas ven a la capacitación como un gasto y no como una inversión a futuro. Entre más conocimientos posea el Editor, más valor agregado tendrá su desempeño, como beneficio para las empresas.

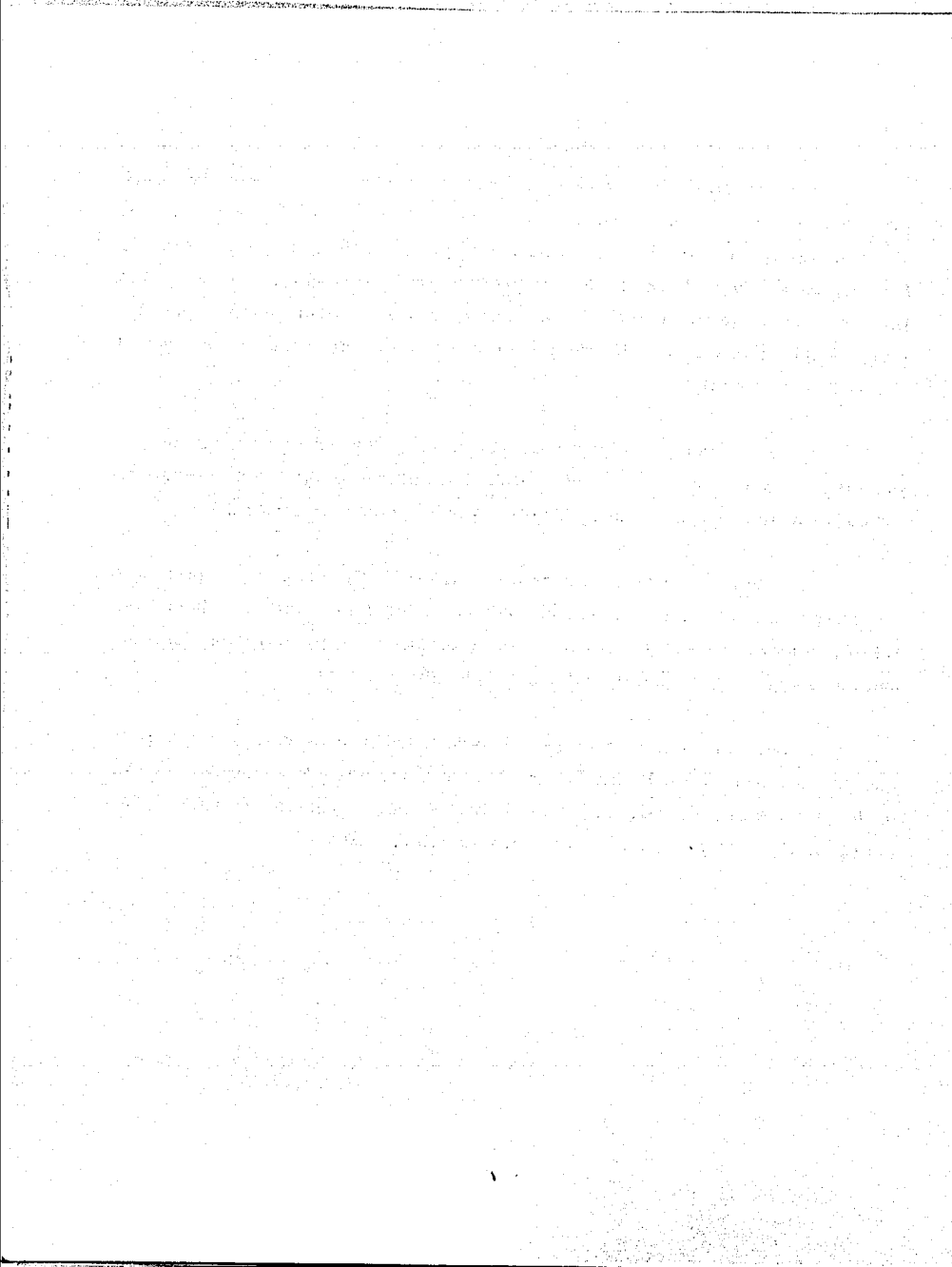
Sólo resta mencionar que la elaboración de esta Memoria deja la satisfacción de ver expresadas las inquietudes personales dentro de la aplicación de esta actividad profesional, al tiempo de defender la importancia del egresado en Comunicación y darle su justo reconocimiento en el desempeño diario, pues el valor agregado radica no en su correcta expresión escrita, sino en su capacidad para abordar y dominar los temas de especialización.

Lejos de quedarse como un mero documento de archivo, esta propuesta de perfil profesional busca trascender en los comunicadores y en los empleadores, como factor que impulse el progreso tanto personal como de las empresas; que se fomente un compromiso real para valorar los elementos propuestos y advertir en ellos la necesidad de que el Editor debe aprender más y superarse, en un esfuerzo por eliminar el conformismo e impulsar el deseo de superación.

Al mismo tiempo se pretende que la empresa valore los argumentos presentados y evalúe los conocimientos, habilidades y otras características del comunicador en particular, y de otros profesionales, en general.

También es importante recordar que en este trabajo no se pretendió rechazar otras profesiones; sino más bien, una vez delimitada la actividad del Editor, ubicar a cada una en sus respectivos contextos, pues queda claro que cada actividad cuenta con un valor irremplazable.

Finalmente, cabe hacer un llamado a las nuevas generaciones para que se comprometan a hacer de esta carrera una verdadera vocación, y que junto con los académicos, se responsabilicen por ofrecer a la profesión en Periodismo y Comunicación en sus ámbitos relacionados.



BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- Ander, Egg E., Introducción a las técnicas de investigación social, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1970.
- Benassini Félix, Claudia, et al. ¿Desde dónde se enseña la Comunicación en México?, Universidad Iberoamericana, México, 1996.
- Blanchet. A., Técnicas de investigación en ciencias sociales, Editorial Narcea, España, 1989.
- Bohmann, Karin, Medios de Comunicación y sistemas informativos en México, Ed. Patria, México 1989.
- Corral, F., La investigación de la comunicación en México, Ed. Trillas, México 1989.
- Eco, Umberto, ¿Cómo se hace una tesis?, Ed. Gedisa, 1992.
- Garza, Mercado, A., Técnicas de investigación social, Ed. Colegio de México, México 1988.
- Gomis, Lorenzo, Teoría del Periodismo. Cómo se forma el presente, Ed. Paidós, Barcelona, 1991.
- Goode William, J. y Hatt, Paul K., Métodos de investigación social, Ed. Trillas, México, 1998.
- Hester, Albert L. y Lan J. To, Wai, Manual para periodistas del tercer mundo, Ed. Trillas, México, 1988.
- Juárez, C. D. y Marcial, M., Apuntes para una perspectiva ecológica de la comunicación, Colegio de Profesores ENEP Acatlán, Naucalpan 1997.
- Linton, M., Métodos actuales de investigación social, Ed. Alcal, Madrid, 1979.
- Martín Serrano, M., Métodos actuales de investigación social, Ed. Trillas, México, 1978.
- Martín Serrano, M., La producción social de la comunicación, Ed. Alianza Universitaria, Madrid, 1988.

- Martín Serrano, M., Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia, Ed. ENEP Acatlán, Naucalpan, 1991.
- Martínez Albertos, José Luis, Curso general de redacción periodística, Ed. Paraninfo, Madrid, 1993.
- Martínez de Sousa, José, Diccionario de Comunicación y periodismo, Ed. Paraninfo, Madrid, 1992.
- Pardini, Felipe, Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales, Siglo XXI Editores, México, 1998.
- Rivadeneira Prada, Raúl, Periodismo: la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, Ed. Trillas, México, 1985.
- Rodríguez, Manuel, La enseñanza de la comunicación en México, Tesis ENEP Acatlán, Naucalpan 1997.

Otras referencias:

- Jefatura del Programa de Periodismo y Comunicación Colectiva, ENEP Acatlán, Tríptico informativo de la carrera, México, 1998.
- Eco, Umberto, Información, Conocimiento, Verdad (Foro). Bologna, Italia. 30 de octubre de 2000.
- <http://onu.org.do/instraw/internet/index.html>. 18 de mayo de 2000.
- <http://www.mexicoanalytica.com> 18 de mayo de 2000.
- Enciclopedia Universal Ilustrada Espasa, Editorial Calpe. Madrid.

ANEXOS

ANEXO 1

Formato de cuestionarios

Formato de cuestionario aplicado a las entrevistas para Editores en Jefe o responsables de área

1. ¿Cómo defines el concepto de Editor y cuál es su importancia dentro de la empresa?
2. ¿Cuál ha sido tu experiencia supervisando la actividad de Editores y cuáles tus responsabilidades?
3. ¿Cuáles son las funciones constantes y cuáles las variables? ¿A qué atribuyes esa constancia y esa variabilidad?
4. Cuando seleccionas a un Editor, ¿qué criterios evalúas en cuanto a: a) Conocimientos b) Habilidades y destrezas c) Formación profesional d) Experiencia profesional ?
5. De acuerdo con tu experiencia profesional, ¿qué carencias detectas en cuanto a formación y desempeño profesional en los Editores? ¿A qué atribuyes esas carencias?
6. ¿Hacia qué aspectos deben enfocarse los cursos de capacitación que pueden otorgar las empresas a sus Editores?
7. ¿Consideras que México Analytica está a la vanguardia en cuanto a contenidos y desempeño de Editores? ¿Qué otros aspectos exiges?
8. ¿Qué contextos definen tu actividad como Editor? Es decir, ¿por qué eres Editor?

Formato de cuestionario aplicado para las entrevistas a Editores

1. ¿Cómo defines el concepto de Editor y cuál es su importancia dentro de la empresa?
2. ¿Cuáles son las funciones constantes y cuáles las variables? ¿A qué atribuyes esa constancia y esa variabilidad?
3. ¿Con qué conocimientos cuentas para poder desempeñarte como Editor?
4. ¿Qué carencias en cuanto a formación y desempeño profesional detectas en los Editores? ¿A qué factores atribuyes esas carencias?
5. ¿Hacia qué aspectos deben estar enfocados los cursos de capacitación que puedan otorgar las empresas a sus Editores?
6. ¿Qué contextos definen tu actividad como Editor? Es decir, ¿por qué eres Editor?

ANEXO 2

Aplicación de entrevistas: cuadros de respuestas

Entrevistas a Editores en Jefe o responsables de área

1. ¿Cómo defines el concepto de Editor y cuál es su importancia dentro de la empresa?	2. ¿Cuál ha sido tu experiencia supervisando la actividad de Editores y cuáles tus responsabilidades?	
Jorge Guerrero Vidales <i>Director de Operaciones</i> <i>México Analytica</i>	El Editor es la persona que se encarga de identificar las noticias recibidas de las fuentes que tiene contratadas la empresa, las edita y las pone en línea en el servicio. El área de noticias es un canal o un tubo muy importante dentro del servicio; es fundamental por el servicio financiero en tiempo real, entonces los editores permiten que se cuente con este insumo. Noticias debe consolidarse como jugador importante en la empresa, es el motor de noticias, es un área indispensable.	Yo exijo responsabilidad ante todo, que tengan el gusto, el feeling por trabajar en equipo; que cuenten con el instinto periodístico, la oportunidad de la noticia.
Adrián Gómez Reyes <i>Editor en Jefe</i> <i>México Analytica</i>	Es la persona que principalmente va a hacer todo lo que esté en sus manos para que un producto, en este caso un texto, esté lo mejor posible bajo todos los parámetros, desde la información; qué les va a gustar; el mensaje qué dar... Su importancia es vital, por lo que necesito gente capaz, necesito gente que le guste estar metido en esto.	Ha sido positiva y negativa. Por el lado de lo positivo, el hecho de que estoy metido implica el trabajar en conjunto y me permite estar consciente de lo difícil o fácil que es porque yo también lo vivo. Difícilmente daría la orden de trabajo sobre algo que sé que yo no podría hacer. Y tampoco quisiera estar sólo sentado, estar en mi oficina solo. Si yo fuera así, qué aburrida me daría estar de lejos, afuera. ¿Qué es lo difícil, lo complicado? Es muy demandante, lo determinan los roles: que tengo que hacer malavares para dar con la nota; que repartir el trabajo; y que dentro de diez minutos tengo que entrevistar a una persona o reunirme con gente de Mercadotecnia.
Martha R. Ramos <i>Editora de Sección</i> <i>El Universal</i>	Es la persona que cuenta con las capacidades para realizar trabajo de campo, investigación documental. Es una persona operativa, creativa, que debe saber exactamente cuáles son sus responsabilidades. Y su importancia es fundamental, es tanto como pensar qué tan importante es una redacción en una empresa de comunicación. Ninguna empresa de comunicación podría trabajar sin redacción. Al estar consciente de sus responsabilidades, un Editor es parte fundamental de las decisiones de un secretario de redacción, de tal suerte que sabe exactamente cómo se maneja cualquier problema que surja.	El Editor en Jefe es una especie de "coach", es quien encabeza el equipo de trabajo y lo va a fusionar. Implica estar al frente de las decisiones, estar atrás del momento en que se desarrolla todo el trabajo, desde apoyar a tu gente, saber toda su historia personal, conocerlos, estar al pendiente de su desarrollo hasta presionarlos, que cuenten con información lo suficientemente confirmada. Es necesario contar con carácter de liderazgo, tener el suficiente carácter para guiar al equipo de trabajo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

	3. ¿Cuáles son las funciones constantes y cuáles las variables? ¿A qué atribuyes esa constancia y esa variabilidad?	4. Cuando seleccionas a un Editor, ¿qué criterios evalúas en cuanto a a) Conocimientos b) Habilidades y destrezas c) Formación profesional d) Experiencia profesional.
Jorge Guerrero Vidales Director de Operaciones México Analytica	<p>Las funciones variables van dependiendo del saber qué hacer en caso de un evento relevante, espontáneo, que no se tenía previsto, o bien, por ausencia de algún editor, se adquieren funciones variables. Las funciones constantes dependen de los productos editoriales, que ya están previamente identificados y definidos.</p>	<p>Lo más importante es que sean responsables, en cuanto a preparación, deben contar si no con una licenciatura terminada, si con los requerimientos en materias, últimos semestres, preferentemente comunicadores o periodistas, pero más que nada que tengan gusto por escribir, que no tengan miedo a las Finanzas, que tengan mucho entusiasmo por aprender en un sector nuevo como es éste; y por supuesto niveles de redacción aceptables, muy buena ortografía y un conocimiento mundial.</p> <p>La experiencia profesional aquí no es del todo indispensable, porque aquí mismo se ha ido conformando el equipo, pero tampoco me cierro a recibir gente con experiencia. Es muy recomendable que puedan por lo menos comprender, traducir de inglés a español. Gusto por trabajo en equipo porque esta actividad se desarrolla en coordinación de todo el equipo. Esta es la cuestión más importante para ofrecerle al cliente, porque no le va a importar un problema individual, sino que él quiere ver un resultado, una noticia. Yo individualmente los conozco y sé cómo trabaja cada uno, pero el cliente no lo ve así.</p>
Adrián Gómez Reyes Editor en Jefe México Analytica	<p>Las tareas del diario ya están muy bien definidas, las constantes. En cambio deberíamos hablar más de las actividades que rompen el esquema. De repente tenemos algo que surge de imprevisto, y como somos una empresa que difunde información a través de medios de alta tecnología, se corre el riesgo, tan sencillo como que se fue la luz. En algunas cosas tenemos planes de contingencias que se pueden prevenir. Otras pueden ser completamente sorprendentes. Lo primero a lo que recorro es de inmediato mover a las personas y tratar de resolverlo lo más pronto posible. Entonces lo que implica es ver quién tiene las capacidades para hacer qué, y qué necesito.</p>	<p>Evidentemente te ayuda mucho el estar inundado de la cuestión de noticias. Por qué? porque nuestro medio es escrito. Si es de periodismo, o si llega otra persona de otro campo pero que tenga la capacidad de tomar las decisiones rápidas, que más que nada esté a la expectativa de a ver qué pasa. Que si ven algo, que no se queden callados, que lo digan.</p> <p>¿Qué otro tipo de conocimientos me ayudan? Que manejen información en inglés, entre más sepa la persona, mejor. Eso a muy grandes rasgos ... que pueda trabajar en equipo: te paso esto, te paso lo otro ... y mucha resistencia a la crítica... inicial.</p>
Martha R. Ramos Editora de Sección El Universal	<p>Esta actividad es tan dinámica que nunca sabes qué puedes encontrar, a qué puedes enfrentarte día con día, desde un evento repentino hasta la movilización de todo tu equipo de trabajo. Claro, dominas tu sistema de trabajo, tus responsabilidades, sabes los procesos, pero estás expuesto a eventos imprevistos, y debes estar consciente de eso. Es parte de las capacidades del Editor.</p>	<p>Tener un conocimiento amplísimo del área que esté cubriendo. Si eres Editor de finanzas debes entender los movimientos de la Bolsa, debes saber dominar el sistema de trabajo de la empresa donde te ocupas. Carácter de liderazgo, amor al trabajo, mucha, mucha imaginación, adelantarse a lo que el lector espera, presentar muy bien el trabajo... qué te diría el diseñador, el jefe o responsable de Edición. También tener la suficiente humildad para oír opiniones.</p>

	5. ¿De acuerdo con tu experiencia, qué carencias en cuanto a formación y desempeño profesional detectas en los Editores?. ¿A qué factores atribuyes esas carencias?	6. ¿Hacia qué aspectos deben enfocarse los cursos de capacitación que pueden otorgar las empresas a sus Editores?
<p>Jorge Guerrero Vidales <i>Director de Operaciones</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Yo creo que en términos generales falta hacer más callo financiero, que, digamos, entiendan en qué repercute un movimiento de tasas. Creo que en este sentido les ha ayudado mucho Karyme porque maneja más el sector. Por otro lado deben ser más agresivos en conseguir información, dar valor agregado a los materiales, pero ésto es difícil que se dé si no hay un conocimiento del ámbito financiero.</p> <p>Es como pedir ir por una entrevista a Desc si no comprendes su importancia, o sus repercusiones. Es lo que remarco, falta mayor dominio del sector.</p>	<p>Bueno, es en parte lo que ya he dicho, los cursos deberán estar enfocados a la especialización en finanzas y economía, cursos de este ámbito, porque en términos generales escribimos bien, sólo que, remarco nuevamente, prefiero enfocar a cursos sobre estos contenidos.</p>
<p>Adrián Gómez Reyes <i>Editor en Jefe</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Yo creo que algunos no tienen suficiente experiencia; les falta la iniciativa para buscar información, y más contacto con la gente, relaciones. Por otro lado no sé qué tanto se vea en la carrera de comunicación o periodismo sobre economía, pero luego aquí entran desde cero.</p> <p>Todavía encuentro algunas deficiencias en cosas básicas.</p> <p>¿Por qué no un curso de inducción? Que lo hacemos día con día, sí, pero no estaría de más.</p>	<p>De entrada un curso de inducción. Nos ha funcionado eso de "a nadar perrito" y sobre la marcha! Es rico, es enriquecedor, pero no dejar que "metan la pata".</p> <p>De modo que un curso de inducción, de economía y finanzas sería bueno. También un curso de computación sobre cómo se manejan los aspectos técnicos aquí: correo, internet, aplicaciones ... Algo sobre estilo periodístico, dedicar también un poco al estilo que se maneja en la empresa.</p>
<p>Martha R. Ramos <i>Editora de Sección</i> <i>El Universal</i></p>	<p>El mismo déficit que acarrean todos los reporteros: pésimo manejo del idioma; las mañas de redacción; muletillas, declaracionitis; las fuentes oficiales. Miedo a la investigación de campo porque lleva muchos días. Privilegiar la nota del día que es la que aparece en todos los medios, es algo en lo que caen todos los redactores.</p> <p>El Editor es el eco del reportero. Y son vicios que vienen desde la carrera y es que las mañas que traes ya nadie te las quita. Entonces lo atribuyo a la mala concepción que se tiene de la profesión desde el momento de entrar a la universidad.</p>	<p>Pues sobre el problema que arrastramos desde la primaria: la redacción, la ortografía. Los cursos de capacitación deberán estar enfocados a lo que las universidades no nos dan. No te hacen experto en ecología, en finanzas, en policíacas, en política, en educación, en espectáculos ... Entonces te tienes que enseñar saliendo a la calle.</p> <p>Y un medio de comunicación tendrá a sus mejores Editores en tanto promueva estas áreas. Se necesita la especialización. Entonces es parte del mal concepto que se tiene del Editor de la profesión.</p> <p>Un periodista sí necesita prepararse y necesita una especialización. Pero primero debes hacer tu carrera como periodista.</p>

	7. ¿Consideras que M@ está a la vanguardia en cuanto a contenidos y desempeño de Editores? ¿Qué otros aspectos exiges?	8. Qué contextos definen tu actividad como Editor. Es decir, por qué eres Editor?
Jorge Guerrero Vidales Director de Operaciones <i>México Analytica</i>	<p>Hemos hecho las cosas muy bien, somos competitivos, creo que con los recursos limitados con los que nos vimos en un principio considero que en ese sentido si somos vanguardistas. en ese sentido si porque hemos aprovechado los pocos recursos con que contamos, hemos sabido utilizar estos recursos y hemos tenido buenos resultados, por eso digo que si somos vanguardistas.</p> <p>Sin embargo también es cierto que falta mucho espacio por mejorar, muchas otras cosas, pero si, considero que definitivamente si estamos a la vanguardia.</p>	n/a
Adrián Gómez Reyes Editor en Jefe <i>México Analytica</i>	<p>Considero que competitivos si somos, hacemos un buen esfuerzo con los recursos que tenemos. Yo creo que Noticias jala muy bien. Noticias es un punto de venta y gusta, gusta nuestro trabajo.</p> <p>A la vanguardia? Tenemos tecnologia de punta pero no tenemos todo el respaldo como nuestros competidores, que tienen todo un respaldo periodístico detrás de ellos.</p> <p>A la fecha, con nuestros propios recursos, es interesante nuestro trabajo. Se trata de echarle muchas ganas para estar "nariz con nariz" con los otros.</p>	<p>Los aspectos que me motivan en esta tarea, principalmente es fascinante, es adictivo, es delicioso poder estar recibiendo la información. Soy un amante del idioma español, me encanta. De modo que el contacto con la información me es muy enriquecedor.</p>
Martha R. Ramos Editora de Sección <i>El Universal</i>	n/a	<p>Cualquier persona que se dedique al periodismo debe tener vocación: leer mucho, estar informado; que todo el tiempo esté oyendo noticias, que tenga la habilidad de conseguir información y pues parte de eso es no tener vida privada, te sacrificas en la medida en que te interesa, y entre más te interesa, mejor.</p> <p>Y por supuesto la ventaja de contar con excelente redacción y ortografía, utilización del lenguaje.</p>

Entrevistas a Editores de Información

	1. ¿Cómo defines el concepto de Editor y cuál es su importancia dentro de la empresa?	2. ¿Cuáles son las funciones constantes y cuáles las variables? ¿A qué atribuyes esa constancia y esa variabilidad?
<p>Karyme Pineda García <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>El Editor es la persona que está encargada de checar las noticias y de darle un seguimiento a cierta información, que posee ciertas cualidades para redactar, para sintetizar, para saber diferenciar qué información es importante y qué no; debe tener capacidad de digerir y de entender la información periodística independientemente del ámbito que esté cubriendo. Editar no es copiar el texto y pegarlo, el concepto de Editor no va por ese lado, Editar es darle cierta relevancia a la información que estás leyendo y que además la redactas de tal manera que tu lector o tu radioescucha o tu televidente entienda lo que estás diciendo. En el contexto de M&E es necesario que un editor cuente con conocimientos económicos, que sepa diferenciar perfectamente cuál es la información que va a determinar o va a influir en el comportamiento de los mercados: mercado de dinero, mercado de capitales, un mercado cambiario; y que además tenga la capacidad para oler o intuir los eventos políticos o sociales que también puedan afectar, que también estén dándole la vuelta al mundo para influir de alguna manera en la economía de algún país.</p>	<p>Las constantes son seguir los mercados que operan todos los días, con algunas excepciones, esa es mi labor aquí, seguir los mercados, sobre todo accionarios, que obviamente también influyen en los mercados de dinero y cambiario. Y me dedico también a seguir el comportamiento de la economía estadounidense que hoy por hoy es uno de las puntas y direccionales que todos estamos siguiendo en estos argüendos financieros. Creo que es importante para nosotros como mercado en expansión, que sigamos muy de cerca los comportamientos internacionales y sobre todo el de Estados Unidos, entonces por eso me gusta estar constantemente de alguna manera allá.</p> <p>Las variables dependen de las circunstancias, de repente hay muchas noticias y entonces tengo que hacer algunas investigaciones especiales, tengo que seguir un tema en específico; entonces eso depende de cómo se esté moviendo la información. Y también de repente tengo funciones de monitoreo, estoy publicando artículos mensuales para una revista, y también tengo funciones de mantener ciertos estándares de calidad en el área de Noticias.</p>
<p>Sergio Hernández de la Cuesta <i>Editor de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>El Editor es la persona que se encarga de hacer traducciones, corregir notas, elaborar un producto, es decir, otra nota informativa para poderla transmitir en la red. Los Editores son una parte importante de la empresa porque le permite ofrecer los productos informativos a los clientes. En este caso el Editor elabora las noticias de corte político, económico y financiero de sitios en internet, en español, inglés y portugués, que forma parte importante de la información que vende la empresa.</p>	<p>Las constantes son las actividades programadas por el jefe. Mi jornada implica consultar el periódico, internet, agencias internacionales de noticias: europeas y diarios de AL.</p> <p>Las variables son aquellos eventos que se van dando por la misma complejidad de la actividad. Estamos en un departamento de noticias, puede surgir un evento imprevisto en cualquier momento. Y por los mismos eventos económicos y financieros que pueden cambiar el rumbo del mundo: una baja accionaria, por ejemplo. Eso repercute en toda la información. Son variables que no podemos prever y entonces nos debemos sujetar a estos eventos.</p>
<p>Marlen Oros Jiménez <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Creo que un Editor, es alguien que sabe muy bien como va la estructura de una nota, que lo mismo puede redactarla, modificarla, para finalmente publicarla. Estoy agradecida con la oportunidad que me dio México Analytica, al confiar en mí, en la capacidad de editar notas para después enviárlas, sin la necesidad de que alguien las corrigiera.</p>	<p>Las constantes son las que ya tenemos establecidas en la oficina, que cada quién sabe lo que tiene que llegar a hacer. Y las variables dependen tanto de los imprevistos de recursos humanos, si llega a faltar alguien hay que cubrir sus funciones: como materiales, si falla algún sistema hay que adoptar otras funciones. Y también de acuerdo a como vaya fluyendo la información.</p>

<p>Patricia Zamudio Flores <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Es quien tiene la capacidad de análisis, de síntesis, de corrección. El Editor debe contar con conocimientos generales, una amplia cultura y estar siempre pendiente de todo lo que acontece a nivel mundial para así desempeñarse de mejor manera. Y la importancia en la empresa radica en que la información sea correcta, concisa y breve.</p>	<p>Las funciones constantes son las que realizo de manera cotidiana de acuerdo a la designación y reparto de actividades. Las variables por ejemplo se presentan cuando el jefe sale y entonces tengo que cubrir algunas de las notas que él realiza. También cuando surge algún imprevisto y entonces se reparten otras actividades.</p>
<p>Sandra Núñez Mendoza <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Es la persona capaz de analizar, seleccionar, descartar y corregir la información que va a publicar. Le da seguimiento y está completamente involucrada en su sector; tiene habilidades para rastrear, olfatear la información y trabajarla, jerarquizarla y redactarla con un estilo propio para ser publicada en un medio de comunicación, en este caso vía Internet. La importancia del Editor para la empresa es tal que sin él se perdería una parte importantísima de información, básica para el correcto funcionamiento de la empresa.</p>	<p>La actividad del Editor trae consigo, a diferencia de otras profesiones, la espontaneidad que representa el depender de la dinámica del mundo, y en este caso del ámbito que nos ocupa, económico, político y financiero; nacional e Internacional, para lo cual los Editores están preparados esos eventos imprevistos que surgen. O bien, cuando hay que asumir otros roles ante la ausencia de un compañero. Las actividades constantes son las que están definidas, que se puede decir están "bajo control", pero que a veces se ven interrumpidas por las variables.</p>
<p>Maribel Ramírez Coronel <i>Ex-editora de Televisa</i> <i>Redactora-reportera de El Economista</i></p>	<p>El Editor podría definirse como el encargado de llevar adelante el proceso de edición de un medio, para ser publicado. Es decir, el responsable de revisar la información previa a publicarse. Es una función muy importante, básica en cualquier empresa que sea medio de comunicación porque es el material, el insumo que alimenta la razón de ser de ese medio. Si no, no lo sería.</p>	<p>Los factores que determinan la constancia de funciones están previamente establecidas con las órdenes de trabajo de tus jefes, ya sabes lo que tienes que hacer y cómo, y están determinadas también por el ámbito en el que te desempeñes. Pero las variables dependen definitivamente de los eventos imprevistos que surgen, entonces no lo tenías considerado pero a la vez estás preparado para cubrir esos hechos repentinos.</p>
<p>Hugo Loya <i>Ex-editor de Finsat</i> <i>Redactor-reportero de El Economista</i></p>	<p>El Editor debe ser el encargado de definir, junto con el resto del equipo de redacción, la estrategia a seguir de parte de los reporteros y analistas para lograr impulsar información de impacto y con la oportunidad que se necesita. Sin embargo, en algunos casos, la mayoría, el trabajo del Editor se centra en sólo corregir cuestiones de estilo y no en armar una estrategia adecuada para poder impulsar información de calidad y con un oportunidad.</p>	<p>Las constantes son de revisión de estilo y corrección en las notas, debido a que generalmente el reportero no cumple con el estilo requerido por el medio en el que labora y el editor termina realizando más correcciones de estilo que de fondo en la información que revisa. También se ocupa de muchas cuestiones administrativas que reducen tiempo para otro tipo de labores que podrían enriquecer el trabajo de editor. Variables se considera la estrategia y la comunicación con el resto del equipo. Es algo que debe tener claro el editor que debe cambiar y convertir esas actividades en algo más constante.</p>
<p>Rubén Migueles Tenorio <i>Co-editor de Negocios de Reforma</i></p>	<p>El Editor es el responsable del contenido de la información, tanto por su selección como valorización, así como de su publicación. Su labor aterriza la línea editorial de la publicación en la que se labore.</p>	<p>Las constantes son la revisión y edición de la información. Las variables, trámites administrativos ligados al grupo de trabajo que encabeza.</p>

	3. ¿Con qué conocimientos cuentas para poder desempeñarte como Editor?	4. ¿Qué carencias en cuanto a formación y desempeño profesional detectas en los Editores de tu equipo. A qué factores atribuyes esas carencias?
<p>Karyme Pineda García <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Desde que iba en la primaria, me acuerdo que los maestros me decían: la redacción, la ortografía. Tener buena redacción y buena ortografía es primordial para ejercer cualquier labor de Editor, ya sea en radio, en televisión o en periódico. Primero aprendí mucho de redacción, y segundo, creo que es importante que me gusta mucho leer. Ahorita como que he enfocado mucho mis lecturas a temas políticos: en realidad a mí me encanta leer, siempre traigo un libro o me intereso por lecturas más allá de lo que estoy siguiendo. Es importante tener amor por la escritura y por la lectura. Es básico tener conocimiento de causa, en este caso somos de información económico-financiera, pero en dado caso de que te dediques a la política, también debes inmiscuirte más en los temas políticos y tratar de escharbar a ver qué sacas y qué aprendes. También a mí me ayudó mucho practicar ejercicios de redacción, ir corrigiendo conforme pasan los años. Veo textos que hice en la escuela y veo textos que hago ahora y qué diferencia! Creo también que el espíritu de superación y querer aprender más. Creo que un editor debe estar siempre pendiente de los medios, monitorear es bien importante, radio, televisión, los medios de internet en este caso, o si escribes para un periódico lee la nota de tu compañero que estuvo en el evento: es bien importante comparar, monitorear, no dejarte de informar todos los días; siempre estar pendiente de lo que dicen los noticieros. En este caso internet que ya es toda una explosión por las noticias a través de la red, que de repente no te das abasto pero monitoreando es importante.</p>	<p>Una de las principales carencias que tiene un redactor o un Editor, es que no le gusta leer. Yo he encontrado muchas personas que de verdad, son redactores pero tienen faltas de ortografía hasta para hablar, entonces dices, cómo puede escribir si ni siquiera sabe hablar bien?. Por qué? porque no están informados, porque no les gusta ver los medios, porque sólo se dedican a su chamba, todo muy mecánicos, y no les interesa formarse, su rango de calidad es muy inferior. Otra desventaja que yo encuentro y que siempre me he topado con esto, es que los medios están muy acostumbrados a agarrar a los chiquillos que salen de la escuela, que hacen servicio social y que no están bien preparados, entonces el chico hace méritos y merece quedarse en el puesto, pero muchas veces no es apto para eso. Otro defecto es que los sueldos están muy mal remunerados, en la mayoría de los casos, no tienes muchos incentivos porque tu sueldo es una miseria, y eso quita inquietudes, si te inhibe tus deseos de superarte, o sea, te quitan todas las aspiraciones porque no tienes un buen sueldo y dices, bueno, yo tampoco me voy a instruir, ni voy a echarle ganas porque ni siquiera me alcanza lo que gano. Otra cosa es la censura, que todos los periodistas tenemos miedo a la censura: te encuentras con una noticia que puede ser el escándalo del año, te da un miedo publicarla, te enteras de cada cosa que mejor dices: No, mejor no la publico, mejor le doy la vuelta y no lo manejo tan duro. Yo creo que todos en algún momento hemos dicho: ¿lo publico o no lo publico?, es el miedo.</p>
<p>Sergio Hernández de la Cuesta <i>Editor de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Saber manejar la computadora, tener las ganas de estar buscando la información, de querer actualizarse día con día; de estar contextualizado de los eventos; estar tratando de aprender constantemente sobre asuntos económicos en este caso.</p>	<p>Definitivamente los problemas técnicos: la velocidad de internet. Otro problema es que en ocasiones tenemos demasiada información que es imposible cubrir toda, parece que el número de Editores no somos los adecuados. Otro factor es que falta coordinar las actividades para prever los imprevistos; delegar responsabilidades a otras personas. Falta el manejo de otros idiomas. Otro aspecto en contra es el asunto del salario. Las empresas no le pagan muy bien a los Editores. Aquí en M@ es uno de los puestos mal pagados y somos las personas que todo el día estamos pegados a la computadora trabajando.</p>

<p>Marlen Oros Jiménez <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Yo académicamente cuento con la carrera de Periodismo, y bueno, pues implica saber redactar perfectamente y contar con excelente ortografía.</p> <p>También cuento con conocimientos de géneros periodísticos: reportaje, artículo, crónica, editorial, columna. Tengo conocimientos de inglés y algo sobre diseño gráfico.</p>	<p>Creo que lo más notorio, hace falta leer más. Tanto literatura, como revistas de cualquier tipo, para ampliar los conocimientos.</p>
<p>Patricia Zamudio Flores <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Tener buena redacción, buena ortografía, una visión general para todo: una capacidad de detectar dónde está el error, el detalle. Debe tener amplia cultura general. Aparte debe estar especializado en cada ámbito en el que se dedique. Debe tener el interés por estar siempre bien informado de todo lo que pasa en cualquier ámbito. También debe tener bien claro cuáles son las necesidades de información del cliente, pensar y estar consciente de lo que el quiere.</p>	<p>La principal carencia es que no hay Editores especializados. Por ejemplo, puedes tener mucha cultura general pero te faltan los conocimientos específicos. Pero al momento de trabajar son cosas que vas aprendiendo conforme estás en un medio especializado o dependiendo del sector que cubras. Al carecer del conocimiento se te pueden ir muchos errores: se te pueden ir cifras, apellidos, cargos... entonces siempre es importante estar atento a todo.</p> <p>Y otra cosa importante es que en la escuela no te enseñan a ser Editor, tú mismo te vas formando. Otro obstáculo es que es difícil adaptarse a un estilo periodístico o a la línea de la empresa.</p>
<p>Sandra Núñez Mendoza <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Un Editor, para poder honrarse de serlo, debe dominar el idioma, dominar ortografía, redacción, sintaxis. Es imperdonable encontrar una falta de ortografía en un Editor. Eso debe ser su característica principal. Debe contar también con amplio conocimiento de su área, y además ese afán por aprender, por cultivarse, por buscar y conseguir la información.</p> <p>Debe tener instinto periodístico, iniciativa, decisión, amplio criterio, visión de campo, retención, agudeza tanto visual como auditiva. También es necesario que sea emprendedor y que le guste trabajar en equipo. Por supuesto gusto por la lectura y estar metidísimo en toda la información.</p>	<p>Es lamentable que a estas alturas se detecte en los Editores faltas de ortografía, mala redacción; en ocasiones falta de responsabilidad e interés por el ámbito.</p> <p>Obviamente que esto implica el hecho de tener vocación, si no tienes vocación no te va a interesar tu actividad y no vas a tratar de mejorar en ella. Se desprende también la falta de decisión, de iniciativa, de involucrarse y estar al tanto de las noticias.</p> <p>No son participativos ni emprendedores. Algunos demuestran una pasividad enorme, no proponen, no opinan, no preguntan. No tienen un toman la iniciativa para retomar un comunicado o nota, reflejan un conformismo, pero por qué? por la falta de vocación, de interés en la actividad. Aunque claro, es de reconocer el otro extremo, pero bueno, eso no entra en las carencias.</p>

<p>Maribel Ramírez Coronel <i>Ex-editora de Televisa</i> <i>Redactora-reportera de El Economista</i></p>	<p>Son una serie de aptitudes. En primer lugar estar siempre muy bien informado, conocer la gama del escenario económico-político7 Internacional. Es un proceso que lleva años, que no lo aprendes en la escuela. Y por supuesto, leer siempre, estar empapada de información, depende del ámbito en que te desempeñes. Pero todo tiene que ver, el ámbito internacional influye; entonces en esto radica la importancia.</p> <p>Es básico también tener excelente ortografía. Al Editor le corresponde corregir la información, debe tener muy buena redacción. Tener la capacidad periodística. Pero por ejemplo, a lo mejor una nota está bien redactada y sin faltas de ortografía, pero si le falta la sintaxis, el toque periodístico, entonces no va a ser atractiva.</p>	<p>Uno de los obstáculos a los que se enfrentan los Editores de medios electrónicos es que cuentan con pocos minutos y poco espacio, lo cual repercute en la calidad de su trabajo, no puedes profundizar mucho, es efímero y lo debes hacer un poco superficial.</p> <p>Otro aspecto negativo es que no hay vocación, esa es la gran falla. Aunque no estudien la carrera de Periodismo, los que se dedican a esta actividad deberían tener vocación, pero luego no se da ni la una ni la otra. También hay quienes no están informados, los Editores están de paso, sienten que pueden mandarse y no son buenos.</p>
<p>Hugo Loya <i>Ex-editor de Finsat</i> <i>Redactor-reportero de El Economista</i></p>	<p>Tengo la licenciatura en economía y también inicié mi trabajo en medios de información, como analista y también como reportero. Así, por una parte se tiene la experiencia de haber estado involucrado en el reportaje y análisis, además de los conocimientos académicos en cuestiones económicas y financieras, lo que favorece el desempeño de las labores de un editor de información económica-financiera para cualquier medio.</p>	<p>Entre los editores que sólo tienen la formación periodística definitivamente les faltan los conocimientos de los temas económicos, porque generalmente se comenten muchos errores cuando no tienen estos conocimientos.</p> <p>Y para aquéllos que sólo tienen la formación económica les falta el olfato periodístico y sobre todo hay problemas en el estilo de redacción, se piensa que todos conocen los términos que se utilizan en el área económica o se limita la búsqueda periodística.</p>
<p>Rubén Migueles Tenorio <i>Co-editor de Negocios de Reforma</i></p>	<p>Yo cuento con la especialización en el objeto de trabajo, es decir, de economía y finanzas. Tengo conocimiento en redacción y manejo de géneros periodísticos. Otras características importantes son desarrollar la sensibilidad necesaria para detectar dónde se encuentra la parte más importante de la información y cómo conseguir la que hace falta.</p>	<p>La más común es la falta de especialización. El problema del Editor cuya formación académica es el periodismo, es que en muchas ocasiones confunde información con conocimiento.</p>

	5. ¿ Hacia qué aspectos consideras que deben estar enfocados los cursos de capacitación que pueda otorgar la empresa a sus Editores?	6. ¿ Qué contextos definen tu actividad como Editor. Es decir, por qué eres Editor?
<p>Karyme Pineda García <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Creo que un curso de capacitación debería primero reforzar tus conocimientos de ortografía y redacción. Tenemos un léxico tan amplio, y si nos hacen un examen de verdad no conocemos ni la mitad de ese amplio vocabulario. Entonces yo creo que siempre es bueno actualizarse y conocer más de redacción, de sintaxis, que nos enseñen cuál es el sujeto, cuál es el verbo, cuál es el predicado porque de verdad no sabemos. Aunque parezca que estemos en la primaria yo creo que eso es bien importante, porque de ahí nace la sintaxis. Si tú sabes qué es un sujeto, qué es un predicado, entonces ya, tú puedes hacer mil frases. Pero hay gente que no lo sabe, ni siquiera lo sabe reconocer dentro de una frase. Entonces creo que eso es muy importante. Ortografía, siempre, básico. Es importante monitorear los medios y hacer ejercicios de monitoreo y hacer ejercicios de valoración de noticias en diferentes medios, ya sea prensa, radio, televisión, ahora internet. Creo que también es importante hacer ejercicios de rapidez y de captación Informativa, detenido el tiempo a ver en cuánto me sacas una nota, cuáles son diferentes puntos de vista de cada quién y por dónde le dio cada quién a la nota, creo que eso es importante. Y además que seguramente es divertido porque aprendes a trabajar sobre presión porque este ambiente es de trabajar toda la vida sobre presión, entonces esto sería bastante educativo para todos y hasta divertido y sano.</p>	<p>Yo creo que el Editor siempre debe amar, amar escribir y amar leer, eso es importante. Cuando yo empecé a estudiar periodismo siempre mis maestros me decían que para un periodista o para una persona que esté dedicado a informar es importantísimo siempre leer y siempre escribir, aunque obviamente no en todos los casos es así, pero yo creo que es importante para todo periodista o todo editor o toda persona dedicada a difundir información y trabajar en los medios, que lea, que se prepare mucho y que además escriba. Y bueno, yo creo que eso no cualquiera lo puede hacer. Evidentemente las personas que nos rodean creen que es muy fácil redactar, sentarse a escribir, que cualquiera lo puede hacer, y eso no es cierto. Entonces yo creo que es parte de un valor agregado que tenemos todos los que trabajamos como Editores, a fin de ser más valorado, porque de repente se menosprecia mucho el trabajo de Edición. A veces tienes que sintetizar o por el contrario, a veces te tienes que expandir, y tampoco es fácil.</p> <p>Tiene muchísimo más valor el hecho de especializarte en finanzas y economía, que nos tienen que pasar muchos conocimientos y muchas prácticas y muchos regaños a veces para aprender qué está pasando con los mercados, o con los índices, o por qué sube o por qué baja. Creo que es un valor agregado importante.</p>
<p>Sergio Hernández de la Cuesta <i>Editor de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>A la capacitación del idioma, por ser un periodismo especializado y requiere el manejo de otras lenguas para interpretar la información económica y financiera internacional. Al menos técnico, términos económicos. Asimismo, cursos de mercados financieros y otros aspectos. También a reafirmar un estilo periodístico de cada Editor. Cursos de redacción para mejorar el producto, y del departamento en general. Otros idiomas, como el francés.</p>	<p>Por casualidad. No buscaba un puesto de Editor pero ya entrando aquí encontré actividades importantes que implica tener conocimientos sobre diversos temas. La empresa transmite información económico-financiera y política del mundo. En el papel que desempeño tengo conocimientos de mercados internacionales. El estar aquí hace que te vayas desarrollando en ciertos campos, que es la razón por la cual sígo. Día con día vas aprendiendo cosas nuevas que no enseñan en la carrera. Entonces la empresa nos ha dado esta función y esta oportunidad.</p>

<p>Marlen Oros Jiménez <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Hacia redacción y ortografía, básicamente... porque es triste llegar a algún lugar, y decir "soy periodista", y no tener buena redacción, y a veces ni buena ortografía.</p>	<p>Porque en otras agencias me he dedicado a corregir notas, pero que debían ser aprobadas por el Editor titular. Aquí (M@) soy responsable de mi propia información y se publica sin previa autorización.</p>
<p>Patricia Zamudio Flores <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Primero que nada deben estar enfocados a explicar muy bien el perfil del cliente, entonces, cuando estemos muy bien enterados de lo que pasa en la empresa, vamos a tener muy bien definido el ámbito al que queremos llegar. En segunda, no está por demás tener un cursito de redacción y ortografía, de corrección de estilo. Y por último el manejo del teclado, aunque suene absurdo o no muy trascendente, pero de eso va a depender en mucho que hagas bien tu trabajo, con velocidad.</p>	<p>Más que nada el gusto por la buena redacción y ortografía: el interés por corregir los textos: por conocer otras cosas: por resumir las notas, acercarlas a la línea que nos marca la empresa.</p>
<p>Sandra Núñez Mendoza <i>Editora de Sector</i> <i>México Analytica</i></p>	<p>Definitivamente enfocarse a la especialización. Porque de por sí es condición dominar ortografía y redacción, entonces la capacitación debe ser sobre economía y finanzas, en este caso. Un curso de corrección de estilo, de línea editorial, de redacción propia para el servicio de la empresa, términos técnicos más comunes. Es importante la capacitación en computación para conocer los programas, aplicaciones, propios de la actividad del Editor. Estaría bien un curso de inglés técnico o de términos más comunes. Este ámbito es muy específico y en ocasiones es difícil adaptar al contexto alguna frase o concepto. En este caso es importante la aportación de los directivos que se han desempeñado en el extranjero puesto que cuentan con un conocimiento más preciso de la traducción.</p>	<p>Por el gusto de escribir y mantenerme siempre al tanto de las noticias. El afán de corregir, traducir, buscar la información y publicarla. Lo enfrento como un reto diario y es satisfactorio, a la vez que muy enriquecedor.</p>
<p>Maribel Ramírez Coronel <i>Ex-editora de Televisa</i> <i>Redactora-reportera de El Economista</i></p>	<p>A cursos de redacción y ortografía, y cursos específicos de Edición. No está de más saber diseño editorial y diagramación.</p>	<p>Definitivamente por la pasión informativa. He sido editora-redactora por mi interés de estar siempre bien informada, y por vocación.</p>
<p>Hugo Loya <i>Ex-editor de Finsat</i> <i>Redactor-reportero de El Economista</i></p>	<p>Conocimientos económicos y financieros, y sobre todo cuestiones de estilo y redacción. También actualización en temas cotidianos para poder dar un enfoque atractivo a la información.</p>	<p>Por experiencia en temas económicos y financieros, así como por el manejo de personal y la integración de información de más valor agregado.</p>
<p>Rubén Migueles Tenorio <i>Editor de Negocios de Reforma</i></p>	<p>Por una parte a la profundización del tema con que se trabaje y por otra al mejor uso de las herramientas de trabajo, es decir el manejo de los géneros periodísticos.</p>	<p>Como analista económico, siempre he trabajado en diferentes revistas y periódicos.</p>