



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**EL MONITOREO EN PORTALES DE INTERNET
PARA REALIZAR EL FORMATO “EN CONTEXTO”,
EN LA DIRECCIÓN ADJUNTA DE ANÁLISIS DE LA
INFORMACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PGR.**

T E S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA:**

NESTOR HUMBERTO SERRANO BOJORGES

ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES

CIUDAD UNIVERSITARIA, AGOSTO 2017.





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.

Agradecimientos

A mi familia, y en especial a mis queridos padres, Humberto y Bety, quienes han sido parte fundamental en mi vida y siempre me han apoyado en todo, así como a mi hermana Sandy.

A todos mis profesores, quienes a través de su conocimiento lograron inculcarme parte de su conocimiento lo que logro transformarme en un mejor estudiante.

A mi asesora la Dra. Francisca Robles, quien con sus pláticas emotivas hizo que aprendiera y me motivara para así concluir con esta tesina.

Al Lic. Gerardo Paredes, quien me brindó su apoyo y me alentó a terminar con este trabajo.

Así como a todos aquellos seres queridos que en algún momento me impulsaron y me alentaron a concluir con esta etapa.

A la Universidad y a mi entrañable Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Así como a la misma vida que nos deja siempre asombrados con su increíble espectáculo.

Y sobre todo a Dios que siempre ha estado conmigo.

Índice

Introducción.....	2
Prólogo.....	4
Capítulo 1. La Procuraduría General de la República	
1.1 Definición de la PGR.....	6
1.2 Conceptos de Misión y Visión de la PGR.....	7
1.3 Estructura de la PGR.....	9
Capítulo 2. La Comunicación Social	
2.1 Antecedentes de la comunicación.....	13
2.2 Orígenes de la Comunicación Social en México.....	18
2.3 Principios de la Comunicación Social.....	23
Capítulo 3. El monitoreo en los medios de comunicación	
3.1 El monitoreo en la Dirección General de Comunicación Social de la PGR....	29
3.2 El monitoreo y los medios de comunicación monitoreados.....	35
3.3 Agencias de noticias.....	42
3.4 Empresas especializadas en monitoreo.....	44
3.5 El monitoreo Digital y el formato “En Contexto”.....	46
Capítulo 4. Elaboración del formato “En Contexto”	
4.1 Introducción.....	48
4.2 Estructura.....	51
4.3 Desarrollo.....	53
4.4 Consumación.....	65
Conclusiones.....	67
Fuentes.....	71

Introducción

El desarrollo de las nuevas tecnologías ha transformado la manera y los tiempos de informar, de tal forma que hoy en día la comunicación fluya a mayor velocidad, y llegue de forma inmediata gracias al internet, y a las redes sociales, como: *Twitter, Facebook, Watts App* etc. Lo que ha hecho más efectivo y eficaz el trabajo de los medios de comunicación.

Consecuentemente los medios de comunicación requieren hoy más que nunca, hacerse de información con mayor prontitud, y ser más precisos en lo que dicen, lograr veracidad y credibilidad ante sus audiencias. Esta evolución exige nueva infraestructura, así como personal mejor capacitado.

Esto ha hecho que también en las oficinas de Comunicación Social, tanto de instituciones privadas como públicas, se requieran de mejores herramientas y estrategias para interactuar con la sociedad, además de las utilizadas como: conferencias de prensa, entrevistas, comunicados, discursos, entre otras.

El objetivo de esta investigación es explorar, a partir del reporte “En Contexto”, el cual realizó en la Dirección General de Comunicación Social (DGCS), la manera como ha asumido el nuevo reto de la Comunicación Social la Procuraduría General de la República.

La DGCS es un área que pertenece a la PGR, en ella colaboro desde hace cinco años por lo que he sido participe del avance y constante actualización en lo que se refiere a infraestructura. Está integrada por cuatro direcciones generales adjuntas: Dirección General Adjunta de Información, Dirección General Adjunta de Comunicación Interna, Dirección General Adjunta de Opinión Pública y Comunicación Digital, así como la Dirección General Adjunta de Análisis de la

Información¹, y las actividades principales son las de informar, difundir, editar y analizar. De estas direcciones adjuntas se desprenden seis direcciones de área, siete subdirecciones y 10 jefaturas de departamento, en la que laboran aproximadamente 150 empleados.

En ella se monitorean, a través de empresas especializadas, aproximadamente 40 medios de comunicación, escritos como prensa y revistas nacionales, así como electrónicos radio y televisión. Convirtiendo el monitoreo en una de las actividades de mayor relevancia dentro de la DGCS y en específico en la Dirección Adjunta de Análisis de la Información.

De los distintos productos informativos que se realizan en la Dirección Adjunta de Análisis de la Información, destacan los siguientes: tarjetas de seguimientos de medios informativos, sinopsis, carpetas informativas, así como diversos informes.

¹ Área en la que me encuentro laborando actualmente y en la que se realiza el análisis a las noticias que emiten los medios de comunicación, así como el de la información que se deriva de la propia PGR.

Prólogo

Para la realización del trabajo recepcional, me he centrado en el análisis y descripción del producto informativo denominado “En Contexto”, resultado de la recopilación de información general de distintos portales de la internet.

Este producto informativo contiene elementos básicos de investigación, como son la observación, la selección, la clasificación y la conclusión. Y se conforma con apoyo del monitoreo a cuatro portales electrónicos de los diarios digitales: *El Universal*, *Reforma*, *Milenio* y *Excélsior*; además de la red social *Twitter*.

El informe se efectúa a partir de la recolección de las noticias más relevantes de interés general, es decir aquellas que tienen mayor frecuencia en los medios y que no necesariamente se refieren a la PGR. Dicha información se recopila dentro de un formato previamente clasificado, en el que se ubican temas de interés para la procuraduría como: Temas Generales, Seguridad y Justicia, entre otras. Así como las tendencias en *Twitter* y las principales notas de los portales electrónicos.

Muestro la manera como desarrollo este producto noticioso, el cual se caracteriza por su practicidad y funcionalidad, ya que prácticamente en una hoja se le da al lector un panorama noticioso amplio y relevante sobre lo que acontece a nivel general.

En ese reporte se da cuenta de lo que los diarios están destacando en la internet, lo que permite a sus destinatarios tener información útil y actualizada. Se envía ya finalizado a los correos electrónicos del Procurador al del Director General de Comunicación Social, así como al Director Adjunto de Análisis de la Información.

En el primer capítulo de este trabajo recepcional, describo las características de la PGR y su organización, así como la Misión y Visión, los cuales son elementos fundamentales para dar certeza de los objetivos institucionales.

En el segundo capítulo, muestro los antecedentes de la Comunicación Social, sus objetivos, sus vertientes, sus funciones; expongo el momento en que comienza a establecerse en México, la manera como se ha venido ejecutando; explico una breve reseña de la Dirección General de Comunicación Social de la PGR, desde su estructura y la manera en que interactúa con cada una de sus áreas.

Para el tercer capítulo, explico qué es el monitoreo informativo, siendo una actividad de suma importancia, la cual utilizo para realizar el reporte; doy a conocer los medios de comunicación a los que se les aplica el monitoreo y para qué funciona. Siendo el monitoreo quien debe proporcionar una idea clara y acertada de la percepción social de que se va en ese camino.

Posteriormente expongo en una breve reseña de las principales agencias de noticias, así como algunas de las empresas más importantes en el monitoreo de medios de comunicación. Describo el lugar donde realizo el formato, siendo la Dirección Adjunta de Análisis de la Información, su estructura, así como la manera que se realiza el monitoreo a los medios de comunicación y cada uno de los elementos que hacen posible el monitoreo dentro de dicha área.

Para el capítulo cuatro, presento el formato “En Contexto”, inicio con una breve introducción y el objetivo para el que fue creado; expongo la manera como se encuentra clasificado y doy a conocer cada uno de los puntos en que se divide. Presento cada uno de los apartados en los que se divide y la información requerida en cada uno de ellos; ubico la manera en que se van integrando cada una de las notas dentro de dicho formato.

Finalmente, describo los elementos que se requieren para tener el reporte totalmente concluido y la manera en que realizó su envío. De esta manera es como doy comienzo con este trabajo recepcional, en el que me apoyo en mi experiencia, así como de distintas propuestas de investigadores, periodistas y expertos en el tema.

“Me parece que los hombres, aunque en muchas cosas son más humildes y más débiles, aventajan máximamente a las bestias en esta cosa: pueden hablar”²
Cicerón.

Capítulo 1. La Procuraduría General de la República

1.1 Definición de la PGR

Es una institución que pertenece al poder Ejecutivo Federal y entre sus principales responsabilidades, están la de investigar y perseguir los delitos de tipo federal, especialmente aquellos que afectan la economía, la salud, así como la seguridad de la ciudadanía; por esta razón, es que requiere del apoyo de distintas áreas, así como de numerosos profesionistas que coadyuven en la labor para la que fue instaurada.

La PGR tiene diversas responsabilidades delicadas a su cargo, como es la seguridad de los ciudadanos, por lo que requiere de distintas áreas para cumplir con dicha labor. Además que desde su creación se ha venido transformando, ya sea por el surgimiento de distintos delitos, así como por su propia evolución.

Su titular es el Procurador General de la República, el cual es nombrado por el Ejecutivo Federal y ratificado por el Senado de la República. De los 42 procuradores que ha tenido, a la fecha, dos han sido mujeres.

Para que pueda desempeñar sus tareas, se apoya en distintas áreas operativas como son: Subprocuradurías, Fiscalías Especializadas, Unidades Especializadas y áreas de transparencia, como es la Visitaduría, así como administrativas de recursos humanos, financieros y materiales; como la Oficialía Mayor. Dichas áreas coadyuvan en el desarrollo de las distintas actividades que tiene encomendadas y su principal propósito el de inhibir los delitos federales.

² Citado en Molina Martínez. *Gobierno y comunicación social*, IPN, México, 2002, p. 20.

Entre los principales delitos federales que son competencia de la PGR, se encuentran los que se refieren a la trata de personas, el contrabando, el narcotráfico, el lavado de dinero, la portación ilegal de armas de fuego, el ataque a las vías de comunicación entre otros más.

Además de atacar estos delitos, se encuentra facultada para preservar el cumplimiento irrestricto de Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en todos sus términos y de vigilar que las leyes o reglamentos que emiten los estados se cumplan conforme a la ley.

La página electrónica de la PGR define a la institución de la siguiente manera:

“Es el órgano del poder Ejecutivo Federal, que se encarga principalmente de investigar y perseguir los delitos del orden federal y cuyo titular es el Procurador General de la República, quien preside al Ministerio Público de la Federación y a sus órganos auxiliares que son la policía investigadora y los peritos”.³

Para que la institución tenga resultados positivos, se deben tener objetivos muy claros, los cuales dan respuesta y certeza a preguntas como ¿Para qué fue creada?. Entre estos elementos destacan la Misión y Visión, que sirven como apoyo para lograr que se cumplan las metas, los cuales describo a continuación.

1.2 Conceptos de Misión y Visión de la PGR

Este tipo de conceptos hacen que se facilite la encomienda que tiene la empresa privada, organización o institución, así también para el desempeño de los empleados, ya que al tener objetivos mucho más claros de y para qué está conformada la organización, facilitará la ejecución de sus responsabilidades.

³PGR, www.pgr.gob.mx. Consultada en octubre de 2016.

En la PGR estos conceptos guían a la institución hacia el modelo que intenta ser y hace que a través de ellos sea más claro el objetivo y la manera como se debe proceder.

Cada uno de ellos muestra la manera como debe guiarse, hacia donde debe encaminarse el servidor público, y qué es lo que se debe hacer dentro de la institución.

La PGR define a la Misión de la siguiente manera.

“Contribuir a garantizar el Estado democrático de Derecho y preservar el cumplimiento irrestricto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mediante una procuración de justicia federal eficaz y eficiente, apegada a los principios de legalidad, certeza jurídica y respeto a los derechos humanos, en colaboración con instituciones de los tres órdenes de gobierno y al servicio de la sociedad”.⁴

La Misión de la institución, se refiere a aquello para lo que fue creada y dentro de este pensamiento se plasma como su principal objetivo: “...garantizar el Estado democrático de Derecho y preservar el cumplimiento irrestricto de la Constitución...”. De esta manera su misión principal es la de coadyuvar para que se preserve y se cumpla la ley de manera eficiente.

Por otra parte, la Visión se plasma como la de ser una:

“Institución de Procuración de Justicia eficiente, eficaz y confiable, integrada por servidores públicos éticos, profesionales y comprometidos; sólidamente organizada bajo un enfoque integral y operativamente ágil; con contundencia legal y cercana a la sociedad, que coadyuve al desarrollo del país y al disfrute de las libertades y derechos en la Nación”.⁵

La Visión se refiere a concebir aquello en lo que se ha de transformar o lograr, y de acuerdo con este concepto en el que se menciona aquello en lo que está en

⁴PGR, www.pgr.gob.mx. Consultada en octubre 2016.

⁵Ibidem

camino de ser una: “Institución de Procuración de Justicia eficiente, eficaz y confiable y con servidores públicos éticos y profesionales”. Tener mejor ubicados este tipo de objetivos, facilita para alcanzar el modelo en el que quiere convertirse la institución.

Entre las actividades que se realizan acordes con su Misión y su Visión, se encuentran los diversos cursos enfocados en los temas de: Justicia, Delitos, Derechos Humanos, Equidad, etc, así como Conferencias de Motivación Personal o en Materia Jurídica en las que se tratan temas como: Lavado de Dinero, Detección de Billetes Falsos, etc.

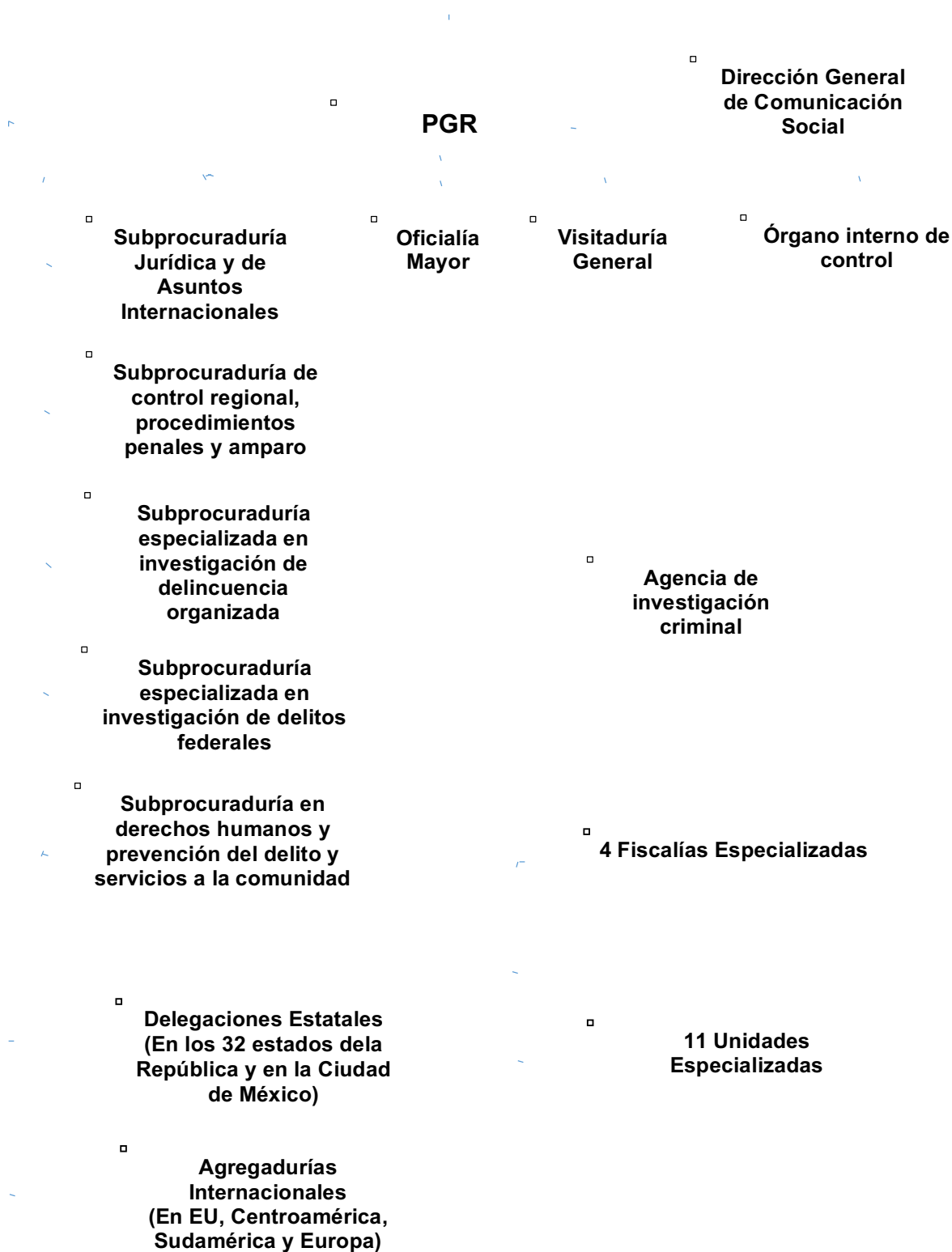
En su Misión y Visión se condensan los valores y los objetivos institucionales de una manera clara, que en algunos casos los objetivos trazados no se cumplen, como en investigaciones que se alargan o prevalece la falta de ética. Sin embargo, esto de ninguna manera debe afectar ya que al tener una meta establecida facilita, el combate a esas prácticas distorsionadas, lo que nos lleva a la premisa de que la Misión y la Visión deben regir en las actividades que se realizan en todas las áreas de la institución.

1.3 Estructura de la PGR

El personal de la PGR está dividido en sustantivo y administrativo, el primero se localiza en las áreas operativas, las cuáles están encargadas de llevar a cabo las investigaciones de delitos del orden federal. Dentro de este personal se encuentran en orden de importancia los Ministerios Públicos, los agentes de investigación y los peritos.

Por otra parte, el personal administrativo se encarga de administrar todo aquello que se refiere a los recursos humanos, materiales y financieros, así como de todas aquellas tareas que tengan que ver con la dirección de la institución.

Principales áreas que conforman la PGR.⁶



⁶Creación propia de la manera en que se encuentra clasificada la PGR. Realizada en Octubre de 2016.

La oficina del Procurador, es la principal encargada de coordinar las diversas áreas, su titular es el Procurador General de la República y su principal función es la de presidir al Ministerio Público de la Federación (MPF), además de delegar a las distintas Subprocuradurías, dependiendo el delito, las averiguaciones previas, como se conocían anteriormente, o bien las actualmente llamadas carpetas de investigación.

La Dirección General de Comunicación Social, es un área de estrategia y depende directamente de la oficina del Procurador; se encarga de difundir las acciones que realiza la PGR, así como revisar la información que emiten los medios de comunicación, tanto nacionales como extranjeros, desde los escritos: Prensa y Revistas, así como electrónicos: Radio y TV.

Las Subprocuradurías, tienen definidas sus actividades dependiendo el tipo de delitos de que se trate, ya que cada una de ellas se encarga de perseguir distintos delitos, son encabezadas por un Subprocurador, el cual es ratificado por el Ejecutivo y el Procurador; a los cuales los faculta la ley para que turnen las carpetas de investigación a sus distintas áreas de responsabilidad.

Por otra parte, las Fiscalías Especializadas, que se equiparan jerárquicamente a una Subprocuraduría, son áreas operativas de apoyo en la ejecución de las carpetas de investigación.

Mientras que las Unidades Especializadas, son áreas que cuentan con personal sustantivo, el cual se encarga de realizar labor operativa, como son la aplicación de las investigaciones de acuerdo a los delitos que les corresponden.

Por su parte, las Delegaciones Estatales se encuentran en cada uno de los estados de la República y en cada una de ellas se encuentra al frente un delegado estatal. En ellas se ubica, tanto un MPF así como policías investigadores y peritos que apoyan en la ejecución operativa de las carpetas de investigación.

Las Agregadurías Internacionales se encuentran ubicadas en EU en su capital (Washington), en Centro América y Sudamérica, así como en Europa (España). Y se encargan de enviar información de los hechos relevantes internacionales, que lo realizan en coordinación con la Interpol.

En las áreas administrativas, está la Oficialía Mayor que se encarga de dotar a las áreas de la PGR de Recursos Humanos, Materiales y Financieros, los cuales sirven de apoyo para poder desarrollar y cumplir con su cometido.

Asimismo, se tienen áreas de supervisión, como la Visitaduría General, que dispone de autonomía y es apoyada por el Órgano Interno de Control, que se encargan de sancionar a aquellos empleados que incumplen con la Ley Orgánica de la PGR, así como aquellos que incurrir en delitos.

Las áreas de la PGR pueden desaparecer debido a que surgen nuevos delitos, asimismo los cargos pueden ser removidos: “Subprocuradores, Oficial Mayor y Visitador General, son cargos que pueden ser nombrados y removidos por el Presidente de la República, a propuesta del Procurador General de la República”.⁷

Todo esto nos da una mejor perspectiva de la manera en que se encuentra conformada la PGR, así como la manera en que interactúan sus áreas, así como sus objetivos principales.

A continuación describo lo que es la Comunicación Social y de esta manera ubicar la función que realiza la Dirección General de Comunicación Social dentro de la PGR.

⁷ Cámara de Diputados, Ley Orgánica de la PGR, www.diputados.gob.mx. Consultada en octubre, 2016.

“La comunicación social son “ideas hechas” al servicio de instituciones diversas y de organismos públicos.”⁸
Marino Yerro Belmonte

Capítulo 2. La Comunicación Social

2.1 Antecedentes de la comunicación

La comunicación en casi todas sus definiciones se refiere al traslado de algún objeto de un lugar a otro, también, se puede referir al traslado de información, personas u objetos materiales. Dentro de este concepto se pueden incluir las vías de comunicación, como son las carreteras donde transitan autos o personas hasta los intercambios casi inmateriales de información que envía una célula cerebral a otra.⁹

En la historia del ser humano siempre ha estado presente la comunicación, ya que antes de utilizar el lenguaje para poder comunicarse, se ha apoyado en dibujos, pinturas, protolenguajes o diversos tipos de mensajes. Posteriormente, a través del lenguaje logró expresar de mejor manera sus ideas lo que ayudó a formar las primeras agrupaciones humanas.

De acuerdo con distintos pensadores, el mayor desarrollo de la humanidad se dio a partir del uso del lenguaje, ya que a través de él logró transmitir todo aquello que requería para satisfacerse desde alimento, vestido, hasta un techo donde cubrirse. Más adelante, surgieron otras necesidades entre las que destacan el establecimiento de grupos sociales así como la convivencia entre ellos.

Como mencione anteriormente al apropiarse el ser humano del lenguaje es como se comenzaron a construir las primeras civilizaciones, ya que a través de la

⁸ Citado en Molina Martínez. *Gobierno y comunicación social*, IPN, México, 2002, p. 27.

⁹ *Ibidem* p. 19.

comunicación que se estableció a partir de códigos, se pudieron instaurar sistemas de gobierno que fueron trayendo mayor desarrollo. Un ejemplo de este avance fue la construcción de la Antigua Grecia, en ella se instituyeron distintos conceptos como la política y la ciencia, los cuales lograron grandes avances para el ser humano y que se han podido transmitir hasta nuestros días gracias a la comunicación.

En este sentido, otro gran avance que se logró fue cuando se establecieron conceptos de organización como el de gobierno y sociedad, los cuales se dieron a partir de la promulgación de leyes dando como resultado la fundación de gobiernos, los cuales fueron un gran avance en el camino hacia la civilización.

Esta transmisión de conocimientos de grandes pensadores a través de las distintas generaciones, lo que permitió un mayor avance en la comunicación, así como el surgimiento de libros, los cuales han sido uno de los más grandes elementos que han servido para conservar el conocimiento de distintos pensadores con el paso del tiempo.

A partir de esto es como hemos podido conocer distintos estudios de comunicación, tal es el caso de los que se realizaron a partir de estudios sociales como los de Saint-Simon, Augusto Comte, Spencer sus estudios se enfocaban en las relaciones sociales y eran comparados con organismos biológicos.¹⁰

Primeros estudios en comunicación.

Los primeros estudios de la comunicación se llevaron a cabo en Europa a partir de 1910, por diversos sociólogos, psicólogos, matemáticos y filósofos. Para 1920 se hicieron algunos estudios sobre la influencia de la propaganda esto debido a los progresos de los sistemas fascistas alemán e italiano.

¹⁰ Mattelart y Mattelart, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Paidós, España, 1997, p. 16.

Los estudios más especializados de comunicación se han realizado en Europa, EU y Latinoamérica. Entre los que destacan los hechos por las llamadas escuelas marxistas, que se centraban en la teoría de la comunicación vista desde el marxismo.

Entre las escuelas marxistas destaca la de Frankfurt, donde Herbert Marcuse y otros teóricos, desarrollaron el pensamiento de la cultura de masas, una de sus mayores premisas es la de que el capitalismo desarrolló una poderosa maquinaria de manipulación de la comunicación, así como una cultura para garantizar el poder de la clase dominante en todo el mundo.

Otra escuela destacada es la de Birmingham de Stuart Hall, la cual se basa en el humanismo y, aunque no se considera marxista, afirma que la estructura de clases es vital para comprender la teoría de la comunicación.

Por su parte, la escuela de la psicología social de Kurt Lewin de la Universidad de Berlín desarrolló la teoría del comportamiento del individuo influido por su medio social.

También, la Iglesia católica ha aportado a la teoría de la comunicación en la celebración del Concilio Vaticano II, con la proclamación del "Decreto sobre los instrumentos de la Comunicación Social".

Por otra parte, en EU, Claude Shannon propone la teoría de la información y Norbert Wiener la cibernética desde 1948. Shannon elaboró y formuló la teoría matemática de la comunicación o de la información.

La escuela estadounidense surge en la Universidad de Chicago y comenzó a desarrollarse a principios del siglo XX. Los nombres asociados a esta escuela en sus inicios fueron Charles Cooley, John Dewey y Herbert Mead quienes son los

primeros en plantear el estudio de la comunicación desde una metodología científica.

De la escuela estadounidense, nacen conceptos como la opinión pública, la comunicación masiva, las funciones del lenguaje y la propaganda. Un estudio acerca de la propaganda y sus efectos fueron realizados por Harold Lasswell en su obra “La técnica de la propaganda en el mundo de la guerra”.

Los estudios de la comunicación nacen también de aportes como la matemática y la sociología, especialmente con los estudios de Lazarsfeld que se centra en los efectos de los medios.

Para muchos es considerado Harold Laswell el padre de la comunicación, ya que realiza una propuesta del proceso de la comunicación a través de las preguntas quién, dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efectos. Hace un perfil de las relaciones y mediaciones que se dan en la comunicación colectiva: no sólo los sujetos que se comunican son considerados, también, sus interiores, así como lo que comunican, las razones, motivos o comunicaciones, que determinan el medio de comunicación, junto con las condiciones de recepción.¹¹

Durante el siglo XIX los estudios de la comunicación en Latinoamérica dependía mucho de lo que sucediera en Europa, especialmente en Francia. Los primeros países latinoamericanos en fundar escuelas de periodismo fueron Argentina y Brasil, y para la década de 1930 todos los países latinoamericanos tenían escuelas de periodismo siendo influidos por los estudios de Lasswell.¹²

Al surgir los medios de comunicación masiva o mass media, en inglés, como la radio, la televisión y más adelante la internet, son los medios los que llevan

¹¹ Ibidem p.30

¹² Wikipedia, Comunicación, es.wikipedia.org, Consultada en octubre 2016.

mensajes a multitudes, y con lo que se daba inicio a una nueva era en la historia de la comunicación.

Existen diversos estudios sobre los medios debido a que se han utilizado con diferentes fines desde comerciales hasta políticos, como los mencionados por los antiguos regímenes nazistas y fascistas.

Con el paso del tiempo la comunicación se ha ubicado como uno de los mayores progresos en la evolución del ser humano, ya sea por la transmisión de conocimientos así como por el desarrollo logrado en la tecnología.

Debido a estos avances tecnológicos se ha logrado desarrollar la manera de informar, cambiando radicalmente la condición de transmitir la información, esto debido a que anteriormente se realizaba de manera tangible como es a través de diarios y revistas. Mientras que hoy en día se realiza de manera virtual como son los portales de medios de internet.

Al establecerse los medios de comunicación, los gobiernos se apoyaron en ellos para llevar a cabo sus políticas, además de que se fue transformando la manera de informar creando distintas estrategias que han ido mejorando con el tiempo. Una de ellas es la Comunicación Social, la cual es una herramienta que se le comenzó a llamar así a partir de los años 70's, por el Vaticano con sus Jornadas Mundiales de Comunicación Social.¹³

Esta técnica ha sido de mucha funcionalidad, ya que sirve para hacer llegar información acerca de las actividades o la postura de algún tema en particular, tanto de instituciones públicas como privadas. Con el tiempo se ha ido transformando y de esta manera se han logrado establecer distintas estrategias que han sido de mucha utilidad en la manera de comunicar.

¹³ Molina Martínez. *Gobierno y comunicación social*, IPN, México, 2002. p. 28.

En México el uso de los medios de comunicación no fueron la excepción, ya que tanto el gobierno federal, y posteriormente estatal y municipal, así como empresas particulares la han ido utilizado y desarrollando con mucha regularidad, esto con el fin de hacer llegar sus mensajes oficiales a los medios de comunicación. Sin embargo, el uso de esta herramienta no hubiera sido posible sin la evolución de los propios medios de comunicación.

2.2 Orígenes de la Comunicación Social en México

El inicio de la prensa en México

En el México Colonial, el gobierno de la Nueva España comunicaba a través de unos panfletos a los que se denominaban bandos, en ellos se comunicaban las medidas que aplicaría. Eran documentos impresos de una sola hoja, de dimensiones variables y se colocaban en la vía pública para dar a conocer una orden del gobierno o un suceso de singular importancia.

También se encontraban las hojas volantes, las cuales aparecían irregularmente, circulaban de mano en mano y casi siempre brindaban información proveniente del extranjero, aunque no faltaron las de carácter oficial; por lo general se referían a un solo asunto y el encabezado era tan nítido que resultaba muy fácil adivinar su contenido.¹⁴

Posteriormente surgió la Gazeta, la cual prevaleció desde 1666 hasta el primer gobierno del México independiente con Agustín de Iturbide. Conforme se iba estableciendo un sistema de gobierno en el país iba cambiando de nombre hasta convertirse en lo que actualmente es el Diario Oficial de la Federación, el cual se llama así desde el 24 de marzo de 1987.¹⁵

¹⁴ DOF, www.dof.gob.mx, Consultada en octubre de 2016.

¹⁵ Ibidem

La relación entre el gobierno y los medios de comunicación por lo regular se ha desarrollado en un ambiente no muy hostil hacia los medios, esto debido a situaciones que los han obligado a aceptar las condiciones del gobierno en escenarios no muy equilibrados, como los que a continuación detallo.

A partir de la Revolución Mexicana surgieron las bases del periodismo moderno. Aunque en el primer periodo del presidente Porfirio Díaz hubo tolerancia hacia la prensa, con el tiempo se convirtió en un periodismo de oposición y combativo, por lo que el gobierno aplicó estrictos controles sobre la prensa. En 1880 el gobierno subvencionó a 30 periódicos con unos 40.000 pesos mensuales y en provincia a otros 27 periódicos oficiales; lo que llevó, según Ruiz Castañeda a la “burocratización” de la prensa.¹⁶

En 1896, Rafael Reyes Spíndola instituyó *El Imparcial*; con soporte del entonces secretario de Hacienda José Ives Limantour. Este diario llegó a tener un tiraje de 100 mil ejemplares, apareciendo hasta 1914.

Para 1916, surge *El Universal* y al siguiente año el *Excélsior*, convirtiéndose en los diarios de mayor presencia en el país, surgiendo con ellos la gran prensa nacional, además de que los periodistas se convierten en asalariados. La Constitución de 1917 garantizó en sus artículos 6º y 7º la libertad de expresión, prohibiendo la censura.

En 1926, surgió un conflicto entre la prensa y el gobierno debido al movimiento de los Cristeros, el cual era apoyado por los periódicos *Excélsior* y *El Universal*. Este movimiento se oponía a que con la nueva Constitución, hubiera menos influencia social de la Iglesia. Durante este tiempo los artículos periodísticos estuvieron sometidos a la censura que fue levantada hasta que finalizó el conflicto.

¹⁶ Revista Razón y Palabra, *Comunicación y Democracia en México: una introducción general*, Tanius Karam, www.razonypalabra.org.mx, Consultada en noviembre 2016.

En 1929, para la fundación del Partido Nacional Revolucionario, hoy PRI y de *El Nacional*, el cual se convirtió en el órgano oficial. Periódicos como el *Excélsior* en el sexenio de Calles de 1929 y en el de Echeverría de 1976, o el *Novedades* en 1944 con Miguel Alemán, se ven obligados a informar de manera imparcial hacia el gobierno que predominaba.

Sin embargo algunos de los hechos de mayor relevancia en el avance de la comunicación en México se dieron durante la administración de Miguel Alemán, cuando se declaró el 7 de junio de 1952 como el “Día de la Libertad de Prensa”, además de que se estableció la escuela “Carlos Septién”, que fue la primera de enseñanza del periodismo.

Un hecho de mucha trascendencia es cuando el dueño de Televisa Emilio Azcárraga Milmo declara que son: “soldados del PRI y del Presidente”, las cuales han sido palabras que demuestran su ideología a la que ha pertenecido y que han tenido que mantener para convertirse en el grupo económico que es actualmente.

Otro comentario similar lo hizo Ricardo Salinas Pliego, propietario de TV Azteca, acerca de que no creía en la democracia pero que por lo pronto había que apoyarla mientras no hubiera un sistema mejor. A una pregunta sobre qué haría TV Azteca por la democracia, dijo: “Antes que nada la televisión es un medio de entretenimiento y esparcimiento. Para que un sistema democrático funcione, debe haber mayor educación y progreso económico, yo creo que la televisión nada tiene que ver”.¹⁷

Otro hecho de trascendencia se da en el gobierno de Adolfo López Mateos cuando se promulga la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual pudo haber sido de mucha ayuda respecto a la equidad y repartición de concesiones en la radio y televisión, sin embargo se ha convertido en obsoleta debido a diversas

¹⁷ Proceso 873, 26 julio 1993 p.6 en Revista Razón y Palabra, *Comunicación y Democracia en México: una introducción general*, Tanius Karam, www.razonypalabra.org.mx, Consultada en noviembre 2016.

violaciones, así como el otorgamiento de concesiones a grupos con intereses afines al gobierno.

Por su parte, la radiodifusión se inicia, según Mejía Barquera, en el año de 1921 durante los festejos de la Independencia en Córdoba, Veracruz en una visita del presidente Álvaro Obregón y de acuerdo con Cristina Romo, los hermanos Pedro y Adolfo Gómez Fernández crearon un programa musical que se emitió por primera vez el 27 de septiembre de 1921 y que siguió al aire hasta enero de 1922.

Para 1924 sucedieron dos cosas relevantes en México, se le asignaron las siglas CYA a CZZ y entró en funciones la radiodifusora de la Secretaría de Educación Pública, la cual fue inaugurada por Plutarco Elías Calles al tomar posesión como presidente; ese mismo año utilizó la emisión de El Universal Ilustrado (la casa de la radio) para su campaña política, con lo que comenzó a usarse la radio como medio de difusión política. La radio estaba teniendo un gran éxito y fueron muchísimas las solicitudes de concesiones por parte de empresas nacionales y extranjeras, en México no fue la excepción por lo que el gobierno tuvo que crear el Departamento de Radio en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.¹⁸

Más adelante surgiría la XEW, fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, comenzando la era Azcarraga que da inicio a la etapa del radio espectáculo en México. En 1946 se celebró en la Ciudad de México el primer Congreso de Interamericano de Radiodifusores, el cual defendía los intereses de la radio comercial.

En 1977 se funda la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía que se encargaba de vigilar la normatividad de estos tres medios. Y para el 23 de marzo de 1983 creó el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), que era un organismo encargado de llevar a cabo las actividades radiofónicas del Estado.

¹⁸ Historia de la radio en México, radioprensaytelevision.blogspot.mx, Consultada en noviembre 2016.

Siendo estas algunas de las mayores características históricas del periodismo en México y algunos de los datos que muestran por qué ha sido tan dependiente de la línea oficial, así como de las distintas trabas que le han puesto y los diversos atropellos de los que siempre fue objeto, lo que ha contribuido a su deficiente desarrollo, y que al surgir los monopolios se fomentaron en mayor cantidad estas prácticas.

Origen de la Comunicación Social en México

Crear una oficina dedicada a informar de lo que se efectuaba en el gobierno se formalizó posterior a los momentos de inestabilidad que se suscitaron durante la Revolución de 1910. Esta medida se estableció como una defensa ante los diversos ataques de la prensa, además de que contribuyó a legitimarse ante los medios de comunicación y la ciudadanía.

Durante el gobierno de Lázaro Cárdenas se informó de la creación de la Dirección de Publicidad y Propaganda perteneciente a la Secretaría de Gobernación, publicándose oficialmente el 17 de junio de 1936.¹⁹

Este modelo de comunicación buscó concentrar el control de los medios de información estatales, esto servía para justificar, explicar y difundir las labores del poder Ejecutivo Federal, además de ayudar a terminar con el Maximato que fue establecido por Plutarco Elías Calles.

Su función principal era la de dar a conocer a la opinión pública nacional y extranjera de los acontecimientos del gobierno. Esta relación se daba solamente de manera vertical, ya que carecía del diálogo o la participación de la sociedad.

¹⁹ Revista Comunicación y Sociedad, *Las oficinas de comunicación social en México*, Francisco Hernández Lomelí, pág.59.

Durante las siguientes administraciones se mantuvo un sistema similar, en el que se realizaron muy pocos cambios a las distintas oficinas de Comunicación Social, ya que sólo se cambiaron los nombres a dichas oficinas.

Fue hasta el sexenio de Miguel de la Madrid, en el año de 1983, que se crea la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República y a partir de ese momento es que se le comienza a llamar Comunicación Social.²⁰

Estos serían, a manera breve, algunos de los hechos de mayor trascendencia en el nacimiento de la Comunicación Social en México, que con el tiempo se le han realizado diversos cambios y ajustes para que puedan ser mucho más eficaces.

Es importante mencionar que la comunicación que produce el gobierno y difunde a la sociedad es un derecho y una obligación del sector público sustentada en el artículo 6º de la Constitución.²¹

2.3 Principios de la Comunicación Social

La Comunicación Social es la función pública que promueve el intercambio entre gobernantes y gobernados a través de canales de transmisión tanto estructurales como informales y tiene como responsabilidad contribuir a propiciar el desarrollo.

Sirve como puente de entendimiento entre el gobierno y la sociedad, propugna y estimula la participación individual y colectiva para impulsar cambios en beneficio general.²²

²⁰ Ibidem, pág. 66

²¹ ,Nephtalí Celis García, *El poder de la comunicación. La comunicación y el poder*, Porrúa, México, 2007, pág. 91.

²² Ibidem pág. 92.

La intención principal es la de informar acerca de sus actividades o de algún hecho de relevancia que quiera dar a conocer a la opinión pública. La manera más adecuada para que esto suceda es apearse a un plan de trabajo.

El objetivo como función pública, es el de dar un servicio, de informar, orientar, motivar, acercar, vincular e integrar a la sociedad en torno a valores, intereses, aspiraciones, planes, programas, acciones y metas cualitativas que impulsa el gobierno para alcanzar el desarrollo integral y general.²³

Siendo que se enfoca a los medios masivos y también en el desarrollo de procesos comunicacionales no debe confundirse con la comunicación institucional así como de la organizacional, ya que mientras la institucional se refiere a la comunicación que se dirige al exterior, la organizacional se refiere a la que va al interior de la organización.

La comunicación institucional es aquella que se realiza de modo organizado por una institución y va dirigida a las personas y grupos del ambiente social donde se realiza su actividad. El objetivo es establecer relaciones eficaces entre la institución y los públicos a los que se dirige, para darse a conocer socialmente y proyectar una imagen pública conforme a sus fines y actividades.²⁴

Por otra parte, la comunicación organizacional o comunicación corporativa cuando se refiere a una empresa, así como comunicación institucional cuando es una institución pública. Radica en el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización compleja. Dicho proceso puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo por ejemplo, entre organizaciones.²⁵

²³ Ibidem pág. 93.

²⁴ Comunicación institucional, es.wikipedia.org, Consultada en noviembre 2016.

²⁵ Comunicación organizacional, es.wikipedia.org, Consultada en diciembre 2016.

Por su parte, la Comunicación Social se enfoca principalmente a estudiar la información y la expresión, los medios de difusión masivos. Así como las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos. Esta definición integra una infinidad de actividades y mundos de conocimiento, como por ejemplo, el Diseño Social.

Asimismo no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento.²⁶

Esto nos demuestra que la Comunicación Social es un elemento que se encuentra en constante cambio debido a su naturaleza, por lo que es necesario que se encuentre en continua observación. Además de que se debe ubicar continuamente la función de cada una de sus áreas para saber si se están ejecutando de la mejor manera y así pueda continuar realizando su labor con la mayor precisión.

Funcionamiento de la Comunicación Social

Para conocer la manera en la que funciona una oficina de Comunicación Social existen diversos manuales así como distintas propuestas, sin embargo a continuación describo el modelo operativo para el funcionamiento de la Comunicación Social de Nephtalí Celis, el cual se compone de cinco puntos.²⁷

El primero es el de Emisor-Receptor, en él menciona que los dirigentes o titulares de las instituciones producen el *Qué* de la comunicación a través de: Planes, Programas, discursos en eventos públicos, conferencias y entrevistas de prensa, documentos diversos y giras de trabajo.

²⁶ ¿Qué es comunicación social?, disenosocial.org. Consultada en diciembre 2016.

²⁷ Ibidem pág. 125.

Es de suma importancia resaltar que la conducta profesional, personal y pública, de ellos, sus familiares y colaboradores son la esencia de la conformación de la imagen. Mientras es emisor produce el *Qué* y al final del proceso se convierte en receptor.

En este punto recibe la información de cómo lo perciben sus públicos, que opinan, que esperan y demandan, que imagen personal e institucional está proyectando; lo cual sirve para reforzar planes, programas y conductas, o para adecuarlas o aun cambiarlas drásticamente si la situación así lo demanda.

El segundo punto se refiere al Área de Comunicación, en la que precisamente el área de comunicación o el comunicador de una institución se encargan de brindar apoyo profesional en distintas funciones desde, planificar, programar, realizar presupuestas, producir, difundir, retroalimentar, evaluar efectos de la comunicación del emisor con sus públicos así como dirigir las labores de sus colaboradores. Determinar y dirigir la política que sobre la materia ha de aplicarse en la institución.

Decide y selecciona cuándo la comunicación ha de dirigirse a un público, o varios, cuándo es local, nacional o internacional. Resuelve a través de qué medios va a difundir. Desarrolla relaciones públicas con los representantes de los medios de comunicación masiva, con otras instituciones e individuos y conduce la política editorial. También, retroalimenta al emisor a través del monitoreo, síntesis y análisis de la información que difunden los medios de comunicación masiva.

La tercera es la de los medios, en ella el comunicador debe conocer, aprovechar y saber utilizar el apoyo de los medios para difundir. Para ubicar de mejor manera aquellos los medios de comunicación, el autor divide los clasifica en de la siguiente manera:

Medios de Comunicación			
Masivos	Selectivos	Directos	Internet
-Televisión -Radio -Prensa -Cine -Agencia de noticias Nacionales e Internacionales -Revistas Nacionales e Internacionales	-Libros -Memorias -Carteles -Espectaculares -Películas -Programas de televisión y radio -Audiovisuales -Cartas -Laterales de vehículos -Revistas propias -Revistas externas -Bardas -Periódicos Murales -Promocionales: tarros, llaveros, tazas etc.	-Giras de Trabajo -Eventos propios -Eventos externos -Recepción de visitantes -Discursos -Visitas a programas de TV y radio -Conferencias -Cursos -Seminarios -Declaraciones -Exposiciones -Ferias Obras de Teatro	-Página Web propia -Correo electrónico -Páginas Web externas -Periódicos Online

Estos medios de comunicación se utilizaran de acuerdo con la importancia, trascendencia y urgencia del mensaje.

El cuatro, es el de los Receptores o Públicos, en el que menciona la importancia de conocer a su público o público objetivo. Esto con la finalidad de que la comunicación sea mejor, ya que al producir mensajes con lenguaje y conceptos adecuados serán mucho mejor entendidos por su público objeto

En el quinto punto, se refiere a la Retroalimentación, en él se recoge, detecta y evalúa los efectos de la difusión propia, esto para conocer la opinión de antagonistas, críticos o atacantes; la opinión de la gente

Esta es una propuesta de algunas de las características principales que ayudan a entender cómo se da el funcionamiento de las oficinas de Comunicación Social, sin embargo es sólo una propuesta en la que se pueden mejorar distintos puntos.

En la Dirección General de Comunicación Social de la PGR, aunque se utilizan algunas de las características mencionadas anteriormente, en ocasiones se llega a perder el objetivo principal, ya que el continuo flujo de noticias así como el desarrollo constante de los medios de comunicación hace que se pueda perder el control de estos.

Para poder contrarrestar estas limitantes se debe observar y detectar, continuamente aquellas actividades que se realizan de manera innecesaria. De esta manera para conocer cómo funciona una oficina de Comunicación Social, describiré a continuación la Dirección General de Comunicación Social de la PGR.

Capítulo 3. El monitoreo en los medios de comunicación

3.1 El monitoreo en la Dirección General de Comunicación Social de la PGR

En la PGR se tiene como principal objetivo perseguir los delitos federales y al cumplirse con dicho objetivo se debe difundir la información de lo realizado a los medios de comunicación. La Dirección General de Comunicación Social (DGCS) de la PGR es la encargada de difundir las acciones que realiza la institución además de dirigir dicha labor informativa.

La DGCS realiza labores informativas y de acuerdo con el Manual de Organización General de la PGR, publicado en la página electrónica de la Cámara de Diputados, las obligaciones que tiene encomendadas cada una de las áreas así como su objetivo principal son.

“Determinar y conducir las acciones encaminadas a la organización de eventos y difusión ante los medios masivos de comunicación de las actividades sustantivas de la Institución, con la finalidad de mantener veraz y oportunamente informada a la opinión pública”.²⁹

Esta diseñada para realizar estrategias de comunicación, que son dirigidas por un Director General, el cual es designado por el Procurador. Entre sus principales actividades están la de asesorarlo acerca de temas de la PGR, que surgen en los medios de comunicación.

²⁸ Citado en Molina Martínez, Rubén. *Gobierno y comunicación social*. IPN, México, 2002, p. 35.

²⁹ DOF, Manual de Organización General de la PGR, www.diputados.gob.mx. Consultada en febrero 2017.

En dicha área se concentran distintos registros de información de las actividades que realiza la institución, los cuales quedan asentados en su página electrónica. En ella se pueden ubicar diversas conferencias, discursos, escritos, tratados, así como comunicados y boletines, en los que quedan registrados las actividades que realiza la institución.

En la DGCS se cuenta con un acervo de diversos archivos de videos y audios de distintos medios de comunicación que son del interés para la institución, los cuales se clasifican por fecha y se archivan dependiendo la importancia de los temas o casos, como puede ser de políticos encarcelados, narcotráfico, robo de combustibles relacionados con delitos federales, y que quedan a resguardo para cualquier consulta posterior.

Existen distintas maneras de trabajar en una oficina de Comunicación Social, sin embargo tienen características que se encuentran con mayor frecuencia debido a su funcionalidad, entre las que destacan las técnicas de difusión, monitoreo y análisis.

Este tipo de técnicas, debido a su eficacia, se han mantenido, ya que tener la información en el momento que surge, permite elaborar diversos productos informativos, como reportes, síntesis, sinopsis etc.

Gerardo Paredes describe la DGCS de la siguiente forma:

“Está conformada por diversas áreas, sin embargo hay dos de mayor trascendencia, las cuáles son la Dirección de Información y la Dirección de Análisis. La primera, se encarga de generar información hacia el exterior, ya sea por entrevistas, comunicados de prensa, conferencias de prensa, reportajes o por material informativo que genera la institución y que se da a conocer a los distintos medios por distintos canales. Y la segunda, se dedica a captar la información, para observar cómo sale la información que genera la PGR; qué es lo que están destacando, que sesgo le

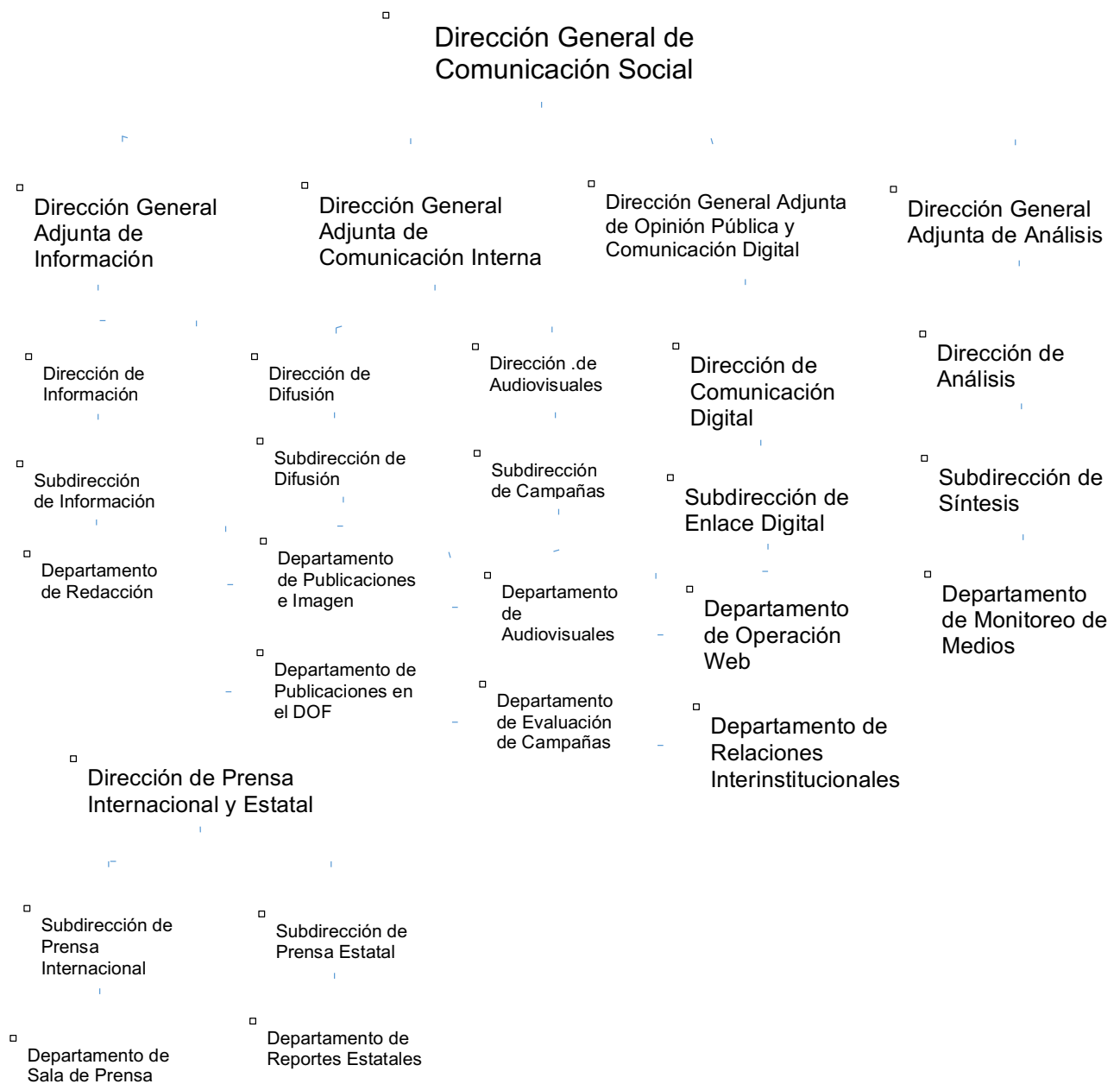
están dando los medios a la información o cómo la están manejando”.³⁰

Este concepto muestra algunas de las distintas actividades que se realizan en la DGCS. Sin embargo, cada una de las áreas tiene una función en particular, que va desde difundir, monitorear, editar o analizar la noticia y que al mezclarse entre cada una de ellas, tenemos como resultado diversos productos informativos que favorecen el proceso comunicativo de la institución.

Para cumplir sus distintas actividades, la DGCS, requiere mucha colaboración y coordinación entre cada una de sus áreas y conocer de mejor manera cómo se encuentran ubicadas y cómo interactúan entre ellas. A continuación muestro el organigrama de la DGCS de la PGR.

³⁰Paredes Balderas, Gerardo. Director adjunto de análisis de información de la DGCS. Entrevista propia realizada en Octubre de 2016.

Organigrama de la DGCS de la PGR.-³¹



³¹PGR, www.pgr.gob.mx. Consultada en febrero de 2017.

La Dirección General Adjunta de Información Nacional, es el área donde se dirigen las acciones de la información que realiza la institución. En ella se organiza y jerarquiza dependiendo el interés que tenga la institución en los distintos temas.

Se desprende de esa instancia la Dirección de Información, encargada de realizar videos y fotografías oficiales de las giras del Procurador, de conferencias y discursos que posteriormente serán transcritos. Estos sirven en la elaboración de boletines y comunicados de prensa, los cuales son difundidos en la página electrónica de la institución.

También se ubica la Dirección de Prensa Internacional, que se encarga de recibir información de los Agregados Legales de la PGR, los cuales se encuentran en cada una de las embajadas asignadas de distintos países. Las noticias que se envían son acerca de temas relacionados con la institución y que surgen en los medios extranjeros. También se encargan de la atención a corresponsales de los diarios internacionales.

Por otra parte, la Dirección de Prensa Estatal tiene la encomienda de recopilar información de la PGR que surge en los estados de la República. La información la ubican y la seleccionan los enlaces que se encuentran en cada una de las 32 delegaciones estatales. Con dicha información se realizan distintos productos informativos.

La Dirección General Adjunta de Comunicación Interna informa de las actividades que realiza la PGR, es apoyada por la Dirección de Difusión que se encarga de solicitar al Diario Oficial de la Federación la difusión de información que requieren algunas áreas de la propia PGR, como son edictos, avisos judiciales etc. También cuenta con el apoyo de la Dirección de Audiovisuales que recopila diversas actividades en audio, video así como en carteles.

Dentro de la Dirección General Adjunta de Opinión Pública y Comunicación Digital, también se encuentra la Dirección de Comunicación Digital que revisa y garantiza que la imagen de la institución cumpla con los lineamientos dictados por Presidencia, además se encarga de revisar y aprobar el material impreso que se distribuye.

En ella, también, se manejan campañas institucionales, y es responsables de operar algunas cuentas institucionales en redes sociales, con lo que genera materiales gráficos fijos y animados. Se encarga de la actualización del portal Web de la institución.

Por último, la Dirección General Adjunta de Análisis de la Información recolecta información que difunden los medios de comunicación como son los de prensa escrita, periódicos y revistas; así como los electrónicos, radio y televisión; es apoyada por la Subdirección de Síntesis y el Departamento de Monitoreo.

La Subdirección de Síntesis, se encarga de recolectar todas las notas referentes a la PGR que surgen en los distintos diarios nacionales, así como revistas. Mientras que el Departamento de Monitoreo ubica las noticias de la institución en noticieros de radio y televisión. Posteriormente cada monitorista transcribe las entrevistas o noticias de los noticieros asignados.

Es así como interactúan las distintas áreas de la DGCS de la PGR, y a partir de la información recolectada se informa al director general de lo que difunden los medios de comunicación acerca de la PGR. Este proceso ayuda en la toma de decisiones, y a través de ellos se informa a la ciudadanía a través de los medios de comunicación de las distintas actividades que realiza la institución.

3.2 El monitoreo y los medios de comunicación monitoreados

La palabra monitoreo no se encuentra en el diccionario de la Real Academia Española, este concepto surge de la necesidad de ubicar y clasificar las noticias dentro de los medios de comunicación.

Sin embargo, de acuerdo con algunos diccionarios, el monitoreo es la acción y efecto de supervisar o controlar a través de un monitor, su principal objetivo es vigilar los medios para posteriormente recopilar la información. Y en un concepto más simplificado es la acción de vigilar el comportamiento de las noticias y su principal objetivo es el de ubicar aquello de mayor importancia.

El monitoreo de medios es más específicamente una técnica en la que se realiza el seguimiento y archivo de los medios de información, y en la que se clasifica desde un tema, una persona, una organización, una campaña publicitaria, una marca, etc., en medios impresos y digitales ya sean estos de alcance regional o nacional, para su posterior análisis cuantitativo y cualitativo.³²

La importancia del monitoreo en medios de información radica en que a través de él se puede ubicar con mayor facilidad aquella información que es de mayor de interés para la institución, organización o empresa.

De acuerdo con Gerardo Paredes, el monitoreo de medios es:

“La acción de captar la información que se genera en medios de comunicación, como son radio, televisión, portales, periódicos, revistas; información; además de la que surge de la misma PGR”.³³

³² Comunicologos.com, Monitoreo de medios, www.comunicologos.com. Consultada en febrero de 2017.

³³ Paredes Balderas, Gerardo. Director adjunto de análisis de información de la DGCS. Entrevista propia realizada en octubre de 2016.

En la Dirección de Adjunta de Análisis de la Información de la DGCS de la PGR, donde desarrollo el formato “En Contexto”, aplicó el monitoreo con ciertas similitudes a la definición anterior, ya que esta técnica la aplico a cuatro portales electrónicos de los diarios: *El Universal*, *Reforma*, *Milenio* y *Excélsior*, además de la red social *Twitter*.

En la DGCS también se monitorean distintos medios de comunicación, como son medios escritos entre los que destacan periódicos y revistas, hasta los electrónicos como son la televisión, la radio y la internet, dando como resultado diversos productos informativos, en los que se utilizan distintos formatos, en los que viene distribuido y clasificado cada uno de los temas. Este proceso facilita para que se tenga un mejor contexto de lo que acontece en los medios.

En el área de comunicación el monitoreo se ha convertido en una actividad de mucha relevancia, ya que resulta de gran apoyo en el respaldo de los datos obtenidos. Esto se puede observar con mayor claridad en las campañas electorales, donde las diversas empresas de monitoreo requieren informar a sus clientes sobre la manera cómo se van desarrollando las elecciones o cuál candidato va ganando.

Sin embargo, el monitoreo de medios no sería posible si no existiera la información, la cual es la materia prima de los medios de comunicación. Es parte del mensaje que se quiere dar a conocer, y se transforma en el principal producto cuando se difunde a través de un medio; posteriormente, se le denomina nota cuando queda plasmada en los medios de comunicación.

Para Raymundo Rivapalacio, la información es la materia prima, la cual debe ser recogida en una forma escrupulosa y seria.³⁴ Sin embargo, a la información la antecede la noticia, la cual en algunos diccionarios la definen como el reporte de un evento reciente, una información novedosa, un asunto de interés para el mayor

³⁴Rivapalacio, Raymundo. *Manual para un nuevo periodismo*, Plaza Janes, México, 2005, p.113.

número de lectores, algo que él acepta como definición correcta, sin embargo, el disiente al mencionar que no todas las noticias que para cierto público son importantes para otros no lo son.

Como ejemplo menciona que la información del diario *El Financiero*, puede ser de total irrelevancia para un lector de *La Prensa*, y viceversa, así como alguna información de importancia nacional puede no serlo para algún lector del extranjero.

Por su parte, Carlos Marín define a la información como la difusión de acontecimientos ignorados por el público o de aspectos desconocidos de un hecho ya sabido.

Y es el periodismo el encargado de dar a conocer estos acontecimientos que se suscitan, aunque no cualquier acontecimiento sino aquellos que son del interés social o interés colectivo y va desde interés gremial, que es el que le interesa a ciertos grupos; el interés colectivo local, que se da en ciertas localidades; el interés colectivo nacional, que es cuando es de interés de todo el país; y el interés colectivo mundial, que es cuando es de interés de todo el mundo.³⁵

Estos elementos juntos, hacen que la información sea una noticia de importancia, los cuales en su conjunto dan una mejor perspectiva de la información que manejan los medios de comunicación, por lo tanto, a partir de estos principios puedo identificar de mejor manera aquella información que integro en el reporte así como la que no es requerida.

Otro componente de importancia es el análisis de información, el cual sirve para clasificar la información y así entenderla mejor. El análisis es de mucha utilidad al finalizar el monitoreo, ya que con su apoyo se pueden ubicar los distintos temas de interés para la institución.

³⁵ Marín, Carlos, *Manual de Periodismo*, De Bolsillo, México, 2006, p. 37-38.

Entre las definiciones más básicas de análisis se encuentra la de los análisis clínicos, ya que en ellos se analizan cada uno de los órganos del cuerpo por separado para posteriormente determinar si existe alguna falla en alguno de ellos.

Una definición de análisis a nivel general puede ser aquel que consiste en identificar los componentes de un todo, y para entenderlos de mejor manera, se separan y examinan para lograr acceder a sus principios más elementales.

A partir de estos conceptos se tiene un mejor panorama, sin embargo existen algunas definiciones con mayor especialización como son los análisis políticos o de prensa, entre los que se ubica el de contenido que es de mayor utilidad en este tipo de reportes.

El análisis de contenido, en un sentido amplio, es el conjunto de procedimientos interpretativos, así como técnicas de comprobación y verificación de hipótesis, que se aplican a aquellos productos comunicativos, como son: mensajes, textos o discursos o interacciones comunicativas, que previamente registradas constituyen un documento. Con este análisis se trata de extraer y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se ha producido la comunicación, lo cual lo convierte en un paradigma del análisis social.³⁶

De acuerdo con Krippendorff, el análisis de contenido es un método que sirve para analizar datos, que en este caso serían los que se obtienen del monitoreo, es una técnica de investigación que sirve para formular, con los datos obtenidos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto.³⁷

También existen investigaciones que analizan la forma del documento y en especial el lenguaje de los periódicos que se interesan por el tamaño de la letra como la que nos da Wilbur Schram, quien menciona que la representación física

³⁶ José L. Piñuel y Juan Antonio Gaitán. *Metodología General: Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*, Editorial Síntesis, Madrid, 1995, p. 605.

³⁷ Krippendorff, Klaus. *Metodología de análisis de contenido*, Paidós, España, 1997, p 28.

de las noticias son un elemento importante del análisis, pues representa un endoso del editor del diario para indicar lo que, según su opinión se debería leer primero o lo que merece determinada atención.³⁸

Esto lo podemos observar en los diarios, al observar las notas que se encuentran subrayadas, marcadas con colores más intensos, en letras más grandes o en negritas.

A partir de estos razonamientos, podemos definir que el análisis es la acción de separar de un todo cada una de las partes y a partir de esto se puede realizar la clasificación. Es importante mencionar que en el análisis existen diversas muestras y se debe estar atento a cada una de ellas.

Al tener una mejor definición de análisis podemos mencionar que el informe “En Contexto”, se realiza a partir de la ubicación de noticias, tal y como lo hace el monitorista y con apoyo en el análisis se obtienen los datos de mayor importancia para el desarrollo del formato.

A través del análisis se obtiene una mejor visión de la información y un mejor concepto, el cual lo podemos definir como la valoración de una noticia, obteniendo lo realmente importante para la institución. Con esto evitamos a la institución o cliente revisar toda la información que surge en los medios de comunicación, lo que simplifica la revisión, dándole mayor tiempo para la valoración de la noticia, así como para la toma de decisiones.

El servicio de monitoreo de medios de comunicación, se realiza generalmente a través de empresas privadas que proveen estos servicios a otras empresas, agencias gubernamentales, organizaciones e individuos, que con base en una suscripción diaria, semanal y/o mensual, reciben copia de lo registrado, recortado

³⁸Wilbur Schram, “The nature of News”. En Ascanio, Alfredo en *Análisis del discurso político*, p. 27.

y archivado en el período contratado – conocido en el mercado comúnmente como Clipping - informes de observación, análisis de contenidos, etc.³⁹

Actualmente el monitoreo es realizado por técnicos a los que se les denomina “visualizadores”, los cuales utilizan métodos actuales que permiten computar el registro y archivo en bases de datos de los temas, contenidos, personas, envíos televisivos, campañas publicitarias. A través de palabras clave, criterios de búsqueda y rastreo se ubican aquellos datos que se requiera analizar.

A continuación menciono algunos de los medios de comunicación monitoreados, los cuales se clasifican en medios impresos, electrónicos y cibernéticos, dentro de estos podemos incluir a los medios digitales, los cuales son los que hoy en día se encuentran en la internet. Para conocer cuáles son los medios que monitorean tanto agencias de monitoreo como instituciones y organizaciones.

Medios impresos

Periódicos

La prensa escrita es un medio de circulación nacional o regional. Estos medios tienen la característica de tener alguna especialización en política, finanzas, nota roja etc, y tienen por lo regular una periodicidad diaria, al que se le denomina diario, aunque los puede haber de manera semanal (semanario), quincenal (quincenario), mensual (mensuario) o anual (anuario). El responsable máximo es el editor en jefe y los ingresos económicos se basan el precio por ejemplar, la venta de suscripciones, así como la venta de publicidad.

³⁹ Monitoreo en medios, www.comunicologos.com, Consultada en marzo de 2017.

Revistas

Dentro de estos medios se puede encontrar información más especializada, así que puede contener reportajes de mayor contenido periodístico y se puede clasificar en distintos temas como son: política, religioso, deportiva etc. así como para niños, adultos, géneros. Además que son para distintos ámbitos profesionales, como son científicas, de derecho, empresariales etc. y su periodicidad es semanal, quincenal o mensual.

Medios electrónicos

Televisión

Es un medio que tiene el apoyo de la grabación, de esta manera los noticiarios informan de hechos que ya ocurrieron, transmitiendo al televidente todo aquello que los medios consideran de su interés, su periodicidad es diaria para mantener a su auditorio informado de las noticias relevantes del día. Normalmente las televisoras utilizan horarios estelares en donde sus periodistas de mayor reconocimiento en el medio periodístico se encargan de difundir las noticias de mayor relevancia.

Radio

La radio es el medio electrónico con mayor antigüedad, en ella se tiene la mayor cantidad de noticiarios, sin contar que en cada uno de los estados o regiones existen difusoras, por lo que se convierte en uno de los medios de comunicación al que se aplica con mayor frecuencia el monitoreo.

Medios cibernéticos

Portales de Internet

Los portales de la internet son utilizados tanto por los medios impresos como por los medios electrónicos para estar más cerca de sus auditorios. La mercadotecnia es similar a la de la radio y la TV. La manera como obtienen ganancias económicas es a través de la venta de espacios publicitarios, la información es similar a la de sus diarios impresos o electrónicos, sólo que en los portales la información cambia continuamente.

Redes sociales

Las redes sociales son vehículos de comunicación que se utilizan actualmente con mayor frecuencia, de hecho medios periodísticos, instituciones gubernamentales, ONG's, periodistas, funcionarios públicos, personas famosas, etc, cuentan con alguna cuenta en redes como puede ser: *Twitter, Facebook, Instagram, etc.*

Este tipo de redes apoya a los medios de comunicación al informarles de lo que acontece casi de manera simultánea acerca de algún hecho de relevancia. En ellos se puede enviar fotografías y/o videos que llegan ser evidencias de lo que se está difundiendo.

3.3 Agencias de noticias

Estas empresas periodísticas prácticamente son pioneras en proporcionar servicios informativos especializados tanto a medios impresos, como electrónicos y cibernéticos, mediante el uso de innovadoras tecnologías de comunicación y a redes amplias en todo el mundo.

Nacen desde la mitad del siglo XIX y se puede decir que a través de la expansión del capitalismo cobran mayor fuerza, con esto se da un mayor desarrollo en todos los sectores resultando un mayor consumo en la prensa.⁴⁰

Entre las principales agencias internacionales extranjeras se encuentra Press France en Francia, AP en EU, Reuters en Inglaterra y Wolf en Alemania. Este tipo de empresas se dedicaban a vender las noticias, a través de transcripciones, notas de prensa etc. Actualmente estas empresas tienen mayor tecnología y a través de difusiones que van desde audio video hasta transmisiones satelitales, logran tener mayor cobertura en todo el mundo.

En México, entre las agencias de información sólo destaca y de manera marginal:

Notimex

Esta agencia nace el 20 de agosto de 1968, con el nombre de Agencia Mexicana de Noticias, para cubrir los juegos olímpicos que se celebraron en ese año en nuestro país. En sus orígenes en 1973, innovó con su sistema de noticias por teléfono "Notifono", que contaba con una capacidad para atender 40 llamadas de forma simultánea, y en 56 segundos proporcionar toda la información relevante actualizada.

Para el 2 de junio de 2006 se convierte en la Agencia de Noticias del Estado Mexicano, tras una reforma legal a sus estatutos⁴¹, sin embargo tiene una presencia muy marginal tanto en medios de comunicación impresos, electrónicos y cibernéticos, y su principal mercado está en medios de provincia.

⁴⁰ Marentes Juárez, Catalina. Propuesta para el mejoramiento de Análisis Comunicativo. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. FCPyS-UNAM. México, 2010. Pág. 10.

⁴¹ Notimex, www.notimex.gob.mx. Consultada en marzo de 2017.

3.4 Empresas especializadas en el monitoreo

Son pioneras en la ejecución del monitoreo, son empresas que surgen con la intención de hurgar entre todas aquellas noticias que brotan en distintos lugares sobre temas de algún interés en especial, ya que son diversos los intereses, y que pueden ser desde empresas, políticos, instituciones gubernamentales etc. Algunas de las empresas dedicadas al monitoreo con más importancia en nuestro país son las siguientes:

Monitoreo, Análisis y Síntesis de Medios, S.A. de C.V

Es una empresa pionera sus orígenes se remontan a la década de los 80's en el monitoreo en México. Actualmente ofrece servicios de Clipping de Prensa (extracción y clasificación de la información de interés el mismo día de la publicación en diarios, revistas y portales de internet); Síntesis Informativa (en pocas líneas proporciona la parte medular de interés); Síntesis Informativa Web (Página web en la que sus clientes tienen acceso a la información del día, información general y consulta de histórico); y Análisis de Información (a través de la generación de información acumulada y con una valoración adicional por cada una de las notas, genera reportes), según reporta en su sitio <http://www.mam.com.mx/>

Especialista en Medios

Es una empresa dedicada al monitoreo y análisis de medios de comunicación desde 1994, actualmente realiza monitoreo a prensa, radio y TV.⁴²Anteriormente daba servicio de monitoreo a la DGCS de la PGR, pero en las licitaciones realizadas no logro quedarse con el contrato.

⁴² Especialista en Medios, www.emedios.com.mx. Consultada en abril de 2017.

Eficiencia informativa

Empresa en monitoreo de medios que ofrece información para la toma de decisiones de gobierno, elecciones, sociedad y de reputación personal, institucional y corporativa, certificada en ISO 9000.⁴³ Actualmente da el servicio de revisión a periódicos y revistas que solicita la DGCS a través de distintos formatos, así como una plataforma electrónica donde se pueden ubicar las notas relacionadas con la PGR.

Medialog

Empresa mexicana que ofrece servicios de monitoreo digital, análisis y síntesis de medios electrónicos para las necesidades de información y toma de decisiones en la ejecución de la comunicación social de particulares e instituciones.

Con más de 10 años en dos ramas fundamentales: La comunicación social de las organizaciones y los servicios de análisis, síntesis y monitoreo de medios masivos que nutren de información a esta actividad, lo cual es indispensable para la toma de decisiones razonada y oportuna. A esto se agrega una vasta experiencia en el diseño y operación de sistemas digitales de manejo de información.⁴⁴

Esta empresa actualmente se encarga de monitorear algunos noticiarios de radio y la TV, que le solicita la DGCS de la PGR.

Con este panorama de las diversas empresas así como algunos antecedentes de las agencias de noticias podemos tener una mayor visión de los alcances que tiene el monitoreo, así como la importancia que tiene en diversas organizaciones sociales así como gubernamentales como es la DGCS de la PGR.

⁴³ Eficiencia informativa, data4.efinf.com. Consultada en abril de 2017.

⁴⁴ Medialog, www.medialog.com.mx. Consultada en abril de 2017.

3.5 El monitoreo Digital y el formato “En Contexto”

Desde la aparición de la internet se ha tenido una dado mayor rapidez a la difusión de la información, convirtiéndola en una herramienta muy eficaz para los medios de comunicación, ya que combina velocidad y practicidad, aunado a que el lector de noticias le es más cómodo enterarse de lo que acontece desde su ordenador o teléfono celular.

Esto ha hecho que los medios de comunicación utilicen con mayor frecuencia tanto portales de la internet como redes sociales, que los acerca con mucha mayor velocidad a sus emisores; haciendo que asociaciones civiles, organizaciones, así como instituciones gubernamentales monitoreen con mayor frecuencia la información que se emite en los portales de los medios de comunicación.

Se puede mencionar que dentro de la DGCS el tema del monitoreo en los medios digitales se está todavía gestando, aunque el monitoreo informativo se aplica diariamente a medios informativos a través de las empresas especializadas, *Medialog* y *Especialista en medios*, la parte digital todavía no se establece formalmente.

Sin embargo, debido al desarrollo de internet, es necesario para la institución estar pendiente de la información que difunden los medios de comunicación así como de las distintas redes sociales. Por lo que continuamente se establecen estrategias de revisión hacia los medios digitales.

Una de ellas es el producto informativo que se realiza con información emitida en los portales de la internet. Este producto lo realizo en la Dirección de Análisis de la Información de la DGCS de la PGR, se le denominó al formato “En Contexto”. Se crea a partir del monitoreo a los diarios digitales: *El Universal*, *Reforma*, *Milenio* y *Excélsior*, así como la red social *Twitter*, y sólo se aplica a éstos debido que son a consideración del Director Adjunto de Análisis de la Información.

A manera personal, puedo mencionar que para realizar el monitoreo en los medios digitales, primeramente observo cada uno de los portales y ubico cada una de las noticias que se mencionan con mayor frecuencia.

Durante este monitoreo, se debe tomar en cuenta que en muchas ocasiones se retoman algunas notas que ya vienen en los diarios impresos, por la importancia de la nota o porque es de interés del mismo medio. Sin embargo en los portales continuamente se están renovando con noticias actuales y de relevancia, por lo que se debe esperar a que las noticias fluyan para que podamos tener un mejor panorama de aquello a lo que la mayoría de los medios ponen mayor atención, esto nos mostrará las noticias más relevantes.

Al tener las notas que aparecen con mayor frecuencia se tiene un mejor panorama de lo que acontece, además de que se revisa constantemente la red social *Twitter*, lo cual dará un resultado mucho más completo en el reporte.

Dentro del *Twitter*, además de confirmar las notas, ubico las tendencias, lo que también me da un mayor panorama de lo que tanto medios como personas u organizaciones mencionan con mayor frecuencia.

Esta es la manera como se aplica el monitoreo a ciertos portales de medios digitales en la DGCS de la PGR, y para el capítulo siguiente muestro la manera cómo surge, su objetivo principal, su desarrollo, así como la conclusión del formato "En Contexto".

“La comunicación es la acción más importante del hombre. Todas nuestras estructuras, políticas, económicas, éticas, científicas y estéticas se basan en ella”.
Kenneth Oliver.⁴⁵

Capítulo 4. Elaboración del formato “En Contexto”

4.1 Introducción

Denomino el formato “En Contexto” a manera simple como un reporte práctico y conciso, en el que se informa acerca de las noticias de mayor relevancia en el ámbito general. Se divide en distintos temas, entre los que destacan política, economía, seguridad, así como finanzas tanto del medio nacional como internacional.

Una de las principales características del formato es que prácticamente en una cuartilla se informa sobre las noticias generales de mayor relevancia que surgen en el panorama noticioso, lo que lo convierte en un producto en el que se puede ubicar la información con mucha mayor facilidad.

Se realiza con base en la observación y la clasificación ubicando principalmente los temas principales en los que se divide, el formato se desarrolla a partir de la integración de las notas de cada uno de los portales digitales, debido a que cada uno de los rubros tiene distintos temas en específico.

Su estructura conlleva los temas en los que se clasifica y los pasos necesarios para su realización y conformación; finalmente, el informe concluido y listo para enviarse a los correos de los funcionarios.

⁴⁵Citado en Molina Martínez, Rubén. *Gobierno y comunicación social*, IPN, México, 2002, p. 27.

Este formato surge de una decisión del director adjunto de la Dirección de Análisis de la Información, en sustitución del producto llamado “Temas Relevantes”, debido principalmente a que el formato “En Contexto” se realiza en menor espacio, prácticamente una cuartilla, lo que lo hace mucho más práctico para informar.

El director de Análisis de la Información, define el formato de la siguiente manera:

“El formato “En Contexto” es un informe que se realiza con información general de lo que acontece en los diarios digitales: *El Universal, Excélsior, Milenio y Reforma*, así como de la red social *Twitter*, con lo que pondrá en contexto, valga la redundancia, a funcionarios de jerarquía de la PGR”.⁴⁶

La idea principal es tener un producto informativo que le dé al funcionario un panorama general de lo que sucede en los medios, con la intención de evitarle pérdida de tiempo en revisar toda la información que surge en los distintos medios de comunicación.

El formato se encuentra integrado con información de interés general relevante y que no necesariamente tiene que ver con la PGR, lo cual parece ilógico, sin embargo, la razón principal es que algunas de las noticias que surgen en los medios podrían no ser del interés de la institución, sin embargo en algún momento podrían llegar a serlo.

Un ejemplo es el precio del dólar debido a que con sus variaciones pueden desencadenar otras situaciones como un conflicto en el transporte de productos alimenticios y diversas denuncias o demandas. El conocimiento de estas noticias hará que se anticipe a situaciones, o que simplemente se tenga el conocimiento básico de lo que acontece.

⁴⁶ Paredes Balderas, Gerardo. Director adjunto de análisis de información de la DGCS. Entrevista propia realizada en octubre de 2015.

Con el apoyo de este informe también se puede conformar una agenda de temas de prioridad, también, se le da al funcionario una mejor referencia de lo que hay en el medio periodístico.

En algunos casos, se llegan a incluir algunas notas de la institución que puedan ser de mucha relevancia ser un caso de mucha repercusión, como por ejemplo la nota en que:

“La Procuradora anuncio la captura de seis personas que ayudaron en la fuga de ‘El Chapo’”.⁴⁷

Sin embargo, el principal interés de este informe es retomar aquellas noticias que se refieren a temas que no tienen que ver con la institución, como las declaraciones del gobernador del Banco de México o las del secretario de Hacienda en referencia a las variaciones en el precio del dólar.

Las noticias de importancia para el formato son todas aquellas en la que surgen declaraciones de personas que tengan algún cargo político como un secretario general de un sindicato, de alguna ONG, del ámbito empresarial, cultural, así también, lo serán aquellas que se refieran a desastres naturales como la aproximación de un huracán de gran fuerza, etc. Esto hace que el principal objetivo del formato sea dar un panorama general de noticias en el que se pueda observar a lo que los medios le están dando mayor importancia.

Este tipo de informes le da al funcionario elementos de juicio así como en la toma de decisiones o simplemente como cultura general; esto debido a que los funcionarios no solamente se dedican a aspectos de la Procuraduría, sino que cumplen con agendas políticas, sociales, culturales o académicas.

⁴⁷ David Vicenteño, Desmantelan red de fuga de 'El Chapo'; PGR anuncia consignación de cabecillas, www.excelsior.com.mx. Consultada en Octubre de 2016.

Por esta razón, es que se les debe dar un panorama informativo de lo que está sucediendo en forma breve y concisa, lo que hace que el formato se convierta en un producto que intenta ser lo más escueto y haciendo que a través de él se logre dar un panorama más amplio de lo que acontece en los medios.

Este reporte tiene su propia estructura y se va integrando con la información de cuatro portales de diarios digitales: *El Universal*, *Reforma*, *Milenio* y *Excélsior*, los cuales son elegidos a consideración del director, además de la red social *Twitter*, posteriormente se van colocando cada una las notas en cada uno de los espacios que se encuentran dentro del formato.

Dentro del formato, también, se mencionan las tendencias que hay en la red social *Twitter*, es decir, aquellos temas que tienen mayores menciones. Estos se ubican en la parte superior izquierda de la pantalla y se presentan en forma de lista, sin numeración, que consta de 10 puntos, a algunos se les llegan a conocer como *hash tags* y se les reconoce porque se les antepone el símbolo #.

Se debe tomar en cuenta que puede haber noticias en los portales o dentro de las tendencias que no siempre son de interés para incluir en el informe, ya que pueden estar mencionando algún hecho de interés para el medio del espectáculo como es el de un futbolista, artista o temas que solo se utilizan para el medio del entretenimiento.

Esta es la manera en que surge el informe “En Contexto”, así como algunos de los elementos necesarios que ayudan en la realización del llenado correspondiente y a la forma como, se van ubicando las noticias relevantes. A continuación muestro como se compone cada uno de los espacios del reporte.

4.2 Estructura

En este espacio muestro como se encuentra conformado el formato “En Contexto” y los elementos que lo integran. Para el llenado del formato me apoyo en el

monitoreo, el cual facilita la ubicación de noticias, y su mayor o menor importancia por la cantidad de veces que se menciona, por la categoría de la institución o por el cargo político de quién lo dice.

Primeramente observó en cada uno de los portales de internet de los diarios: *El Universal, Reforma, Milenio y Excélsior* y ubicó en cada uno de ellos aquellas notas que se repiten con mayor frecuencia. Además de que me pondrán en contexto sobre cada uno de los temas que se están tratando.

Lista de cada uno de los seis rubros en que se divide el formato.

- 1.- Temas destacados en Portales de Internet
- 2.- Tendencias en *Twitter*
- 3.- Primeras tres noticias relevantes de los diarios *El Universal, Reforma, Milenio y Excélsior*.
- 4.- Información General
- 5.- Seguridad y Justicia
- 6.- Noticias en *Twitter*

A partir de estos puntos es como me apoyo para la realización del reporte y con los que me guio para integrarlo. Cada una de las secciones utilizadas en el formato, darán un mayor panorama de lo que acontece en forma breve y concisa. El reporte se llena conforme a la clasificación y resultados que surgen del monitoreo realizado en cada uno de los portales y posteriormente se hace un análisis de las notas obtenidas.

Un ejemplo de aquellas noticias que pueden ser de relevancia en el informe es: “La economía en México no avanzará el próximo año”. Esta noticia puede ser irrelevante si tal vez es mencionada por una empresa que realiza encuestas para algún diario, sin embargo, es de suma importancia si lo afirma el gobernador del Banco de México o algún otro funcionario como el secretario de Hacienda.

Se le da mayor importancia dependiendo la emisión de dónde surge la noticia, ya que se da un informe oficial, por lo que deben incluirse notas oficiales, lo cual le da mayor credibilidad al informe.

4.3 Desarrollo

Se parte de la clasificación de los seis puntos mencionados anteriormente, en cada uno de ellos se ubica cada una de las notas que surgen en los portales, así como de la red social.

Para la elección de cada una de las notas, se consideran aquellas que se mencionan con mayor frecuencia y posteriormente se hace un análisis valorativo, tanto cuantitativo como cualitativo. Ese tipo de análisis, le da un tratamiento distinto al monitoreo de noticias que se realiza, ya que al ser información oficial se le da mayor veracidad al reporte.

Subsiguientemente, se transcribe tal como están en cada uno de los portales de los diarios las tres principales notas. Asimismo, se revisan las tendencias en *Twitter*. Al tener esta información se confirman las noticias de mayor relevancia y con esto se tiene cubierta cada una de las secciones.

Para tener una mejor referencia de cada uno de los portales digitales monitoreados, presento a continuación una muestra de cada uno de ellos:

EL UNIVERSAL FOTOS EL UNIVERSAL TV GRÁFICOS MINUTO X MINUTO LO MÁS VISTO Término de

Viernes 26 de Mayo de 2017, 14:32

Es Noticia: ▶ Javier Valdez ▶ Gira de Trump ▶ Liguilla Clausura 2017 ▶ Huachicoleros ▶ Elecciones Edomex



Declina candidato del PT en favor de Delfina

METRÓPOLI | @ 12:57

Óscar González Yáñez explicó que tomaron esa decisión porque "ya basta del PRI en el Estado de México"

- ▶ 14:09 Manifiestan sindicatos de la UNT apoyo a Delfina
- ▶ 01:10 Josefina promete 3de3 obligatorio
- ▶ 01:11 Ex abogada de Mireles se suma a Delfina
- ▶ 01:09 Juan Zepeda arma slam con vecinos de Naucalpan
- ▶ 01:02 Del Mazo, el que más ha gastado en campaña



BARRA BRAVA



SE VA LA CHOFIS

UNIVERSO DEPORTIVO La joven promesa de Chivas será ofrecido como préstamo en el mercado de verano

BAJO RESERVA



ZEPEDA TOMA DISTANCIA DE BARRALES

OPINIÓN Nos comentan que su equipo pidió a la dirigencia no asistir al mitin en Neza por los dichos de alianza con el PAN para 2018

OPINIÓN

Democracia simulada 

FUERA DEL AIRE
Paola Rojas

AMLO y las redes sociales 

BRUJULA
Ana Paula Ordorica

¿Culpa colectiva? 

MORAL PARA INTELLECTUALES
Christopher Domínguez Michael

¿PRI o Morena? Hagan sus apuestas, señoras y señores 

RAZONES Y PASIONES
Elsa Alanís

PAN-PRD: pragmatismo electoral vs. valores y principios
EN PETIT COMITE
Oscar Mario Beteta

Mancera: cuando el 

Imagen tomada del portal de internet⁴⁸

REFORMA MAY 26 2017 2:14 PM video

NOTICIAS OPINIÓN ESTILOS SOCIAL MULTIMEDIA ENCUESTAS GUÍAS DIVERSIÓN AVISOS DE OCASIÓN SUSCRIPCIONES LO MÁS VISTO

INTERNACIONAL NACIONAL VOTO 2017 CIUDAD JUSTICIA ESTADOS NEGOCIOS BANCA GENTE CULTURA CIENCIA REVISTA R ARISTEGUI

Chiapasionate EXPANDIR

CHIAPAS ES TODO

Saluda Delfina declinación de petista

La candidata Delfina Gómez dio la bienvenida a la declinación del petista Óscar González y dijo que el objetivo es sacar al PRI del Edomex.



Apoya Gómez que INE intervenga en Edomex



Un hombre entre las Primeras Damas

Por primera vez, un hombre posó en foto de Primeras Damas durante cumbre de la OTAN, se trata del esposo del Primer Ministro de Luxemburgo.

⁴⁸Diario El Universal, www.eluniversal.com.mx. Consultada en mayo de 2017.

⁴⁹Diario Reforma, www.reforma.com. Consultada en mayo de 2017.

IMPRESO MILENIO RADIO MILENIO TV VIERNES, 26/05/17 INGRESAR REGÍSTRATE BUSCAR

MILENIO.COM

Política Firmas Estados Policia Tendencias Negocios Cultura VR360 Tribuna Milenio ¡Hey! La Afición

Internacional Elecciones Edomex El Polígrafo Fotogalerías Moneros Laberinto Mujeres Salud Viajes Foros

PT se baja de contienda por Edomex; declina a favor de Delfina

Óscar González Yáñez, candidato del PT a la gubernatura del Estado de México, declinó a favor de la aspirante de Morena para acabar con el "cacicazgo" en la entidad.

- NOTICIA Imposible concretar una alianza con Morena: González Yáñez
- NOTICIA Para declinar, hay que ver quién tiene mejor candidato: PRD a Morena

Osorio y legisladores revisarán operativo para las elecciones

El titular de Gobernación

Por evaluación docente, CNTE bloquea carreteras de Oaxaca

Integrantes de la sección 22 exigen al gobierno estatal frenar la evaluación de 3 mil 900 maestros prevista para este fin de semana.

Ariana Grande dará concierto

50

TELEVISIÓN IMPRESO RADIO APPS BOLETÍN SUSCRIPCIONES Buscar en Excelsior

NACIONAL GLOBAL DINERO COMUNIDAD ADRENALINA FUNCIÓN HACKER EXPRESIONES OPINIÓN SUPLEMENTOS VIDEOS

Un hombre entre las primeras damas en Cumbre de la OTAN Kiss cancela concierto en el Manchester Arena tras atentado Peleador sufre nocaut y también los 'golpes' de su mamá Ariana Grande dará concierto en Manchester a beneficio de víctimas

Elecciones 2017

Declina por Morena candidato del PT al gobierno del Edomex

El candidato del PT a la gubernatura de Estado de México, Oscar González, declinó en favor de la aspirante de Morena Delfina Gómez

- Se suman 17 líderes de otros partidos a Delfina Morena
- Se van casi mil perredistas y hasta edil de Naucalpan con Delfina
- Delfina Gómez dialoga con empresarios sobre sus proyectos de campaña

Foto: Cuartoscuro

Las 'virales' del día

Podría tener 'dedo de foca' niña atacada por león marino

Muere hombre australiano en hostel de la colonia Roma

En menos de un minuto roban automóvil a pareja en Ecatepec

FBI investiga intento de ciberataque a la Organización Trump

14:14 El FBI mantuvo una reunión de emergencia con su división de ciberseguridad y dos hijos del presidente de EU un día antes de que Trump anunciara el despido de James Comey

ENCUENTRO ENTRE PEÑA NIETO Y TRUMP. NO ESTÁ EN LA AGENDA: SRE

DINERO

Dolar (Ventanilla) \$ 18.8457 +0.0828

Calidad del aire en México powered by CleanSpace™

Calidad Ciudad

Regular Mexicali, Baja California

En menos de un minuto roban automóvil

51

⁵⁰Diario Milenio, www.milenio.com. Consultada en mayo de 2017.

La ubicación de las notas principales de cada uno de los diarios, se concentra en tres puntos. El primero es ubicar aquellas notas que se encuentran en la parte superior, el segundo es aquellas que tienen mayor relieve o que estén en negritas y la tercera es para las que tienen mayor frecuencia.

Un ejemplo de notas principales en los portales anteriores, es aquella nota que se encontró en la parte superior, que tuvo mayor relieve y más frecuencia. En el ejemplo de los Portales Digitales se posicionó la nota de: “La declinación del Partido del Trabajo por la candidata del Partido MORENA en las elecciones por el Estado de México”, como la más mencionada.

En algunas muestras no se aprecian completamente todas las notas, ya que no se copiaron totalmente, solo se observa una parte. Sin embargo, en algunas muestras se puede apreciar que realmente la noticia de la declinación del PT, fue la de mayor frecuencia, además de que es la que tiene mayor cobertura y espacio dentro de los portales.

A partir de esta observación y con la ubicación de esta tendencia se comienza a integrar las notas dentro del reporte. Puede haber noticias de mucha frecuencia pero que se pueden referir a algún hecho amarillista como puede ser el de algún actor o futbolista, por ejemplo, que se encuentre envuelto en algún hecho noticioso.

Este tipo de notas se descartan en el reporte, a menos de que se refiera a algún acontecimiento que tenga cierta relevancia en los ámbitos político, cultural, económico, que sea acreedor a un premio de importancia o que esté relacionado con algún hecho delictivo.

Dentro del informe, también, se transcriben las tres primeras noticias, las cuales se colocan en cada uno de los puntos que les corresponde, lo que permite

⁵¹Diario Excélsior, www.excelsior.com.mx. Consultada en mayo de 2017.

determinar las tendencias que tienen en cada uno de los diarios debido a que algunas notas que manejan algunos portales, otros no, ya que no son de su interés.

A las notas obtenidas se les aplica un análisis de contenido cualitativo, se observa el tipo de noticias, ya que puede ser una relacionada con alguna mención de un secretario de Estado y que tenga que ver con economía nacional o sobre seguridad y justicia.

En este caso pueden ser referentes a temas que pueden ser del fuero penal, así como del ámbito académico, Por último, se revisan los portales digitales para confirmar que no haya surgido alguna otra noticia de importancia.

Esta metodología la realizo hasta completar todo el formato, y con esto tener un mejor panorama noticioso. Se elabora durante tres horarios, los cuales son a las 11:00 hrs, 14:00 hrs y 19:00 hrs.

Para mejor referencia del formato "En Contexto" a continuación dejo una muestra del reporte finalizado.

Muestra del Formato “En Contexto”, listo para su envío, con fecha del 26 de mayo de 2017 y con corte a las 14:00 hrs.

1

Temas destacados en...⁵²

2

PORTALES DE INTERNET

Declinación del PT por Delfina Gómez
Elecciones en el estado de México

TWITTER

Óscar González (5º en TT)

3

Principales en los portales a las 14:00 horas

<p>El Universal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Declina candidato del PT en favor de Delfina. - Asegura Luis Videgaray que su militancia esta guardada en un cajón. - Un ‘primer caballero’ entre primeras damas de la OTAN hace historia. 	<p>Reforma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saluda Delfina declinación de petista. - Un hombre entre las Primeras Damas. - Apoya Gómez que INE intervenga en Edomex.
<p>Milenio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PT se baja de contienda por Edomex; declina a favor de Delfina. - Por evaluación docente, CNTE bloquea carreteras de Oaxaca. - Osorio y legisladores revisarán operativo para las elecciones. 	<p>Excélsior:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Declina por Morena candidato del PT al gobierno del Edomex. - Encuentro entre Peña Nieto y Trump, no está en la agenda: SRE. - FBI investiga intento de ciberataque a la Organización Trump.

4

Información general

Videgaray “guarda militancia” y rechaza ir por la Presidencia..

http://www.milenio.com/politica/luis_videgaray-presidencial-pri-candidatura-militancia-cajon-elecciones_0_963503864.html

5

Seguridad y justicia:

Pide ISSSTE esclarecer asesinato del director de clínica de Mazatlán.

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/05/26/pide-issste-esclarecer-asesinato-del-director-de-clinica-de-mazatlan>

6

Noticias en Twitter:

Óscar González.- Óscar González candidato del PT a la gubernatura de edomex declina en favor de Delfina Gómez del Partido Morena.

⁵² Formato original utilizado en la dirección adjunta de análisis de la información.

A continuación describo como se conforma paso a paso cada uno de los puntos que integran el informe.

1.- Temas destacados en los Portales de Internet

Los temas destacados se refieren a las notas que se repiten con mayor cantidad dentro de los Portales Digitales. En el ejemplo del formato observamos que entre los temas destacados, de acuerdo a la cantidad de menciones, se ubican en las siguientes posiciones:

- 1. Declinación del PT por Delfina Gómez**
- 2. Elecciones en el estado de México**

Después del monitoreo a los portales se realiza un conteo de noticias en cada uno de ellos para ubicar las que se mencionan con mayor frecuencia, además que se observan aquellas que están remarcadas o que se encuentran como titulares.

Para la ubicación de notas se debe poner atención en esto, ya que muchas veces los diarios remarcan notas que no son de tanta importancia y solo quieren darlas a conocer por su ideología o por intereses particulares.

Continuando con el punto, de acuerdo con el formato la noticia de la 'Declinación del PT por Delfina Gómez' es la noticia que resultó más destacada en los medios, por lo tanto se lleva el primer lugar en cuanto a tendencia.

De esta misma manera, se continúa con las siguientes noticias, para ubicar aquellas que se están mencionando con mayor frecuencia. Al completar este espacio, se tiene una mejor percepción de lo que está ocurriendo en el ámbito periodístico.

El siguiente punto, se refiere a las tendencias en *Twitter* que en muchas ocasiones son noticias que tal vez no se mencionen en los portales, pero que tal vez puedan tener relevancia.

2.- Tendencias en *Twitter*

Para realizar el monitoreo de las tendencias en *Twitter*, se requiere de una cuenta para acceder a las tendencias, las cuales se ubican en un espacio que se encuentra en la parte superior izquierda. El sistema de *Twitter* realiza el conteo automáticamente de las notas relevantes y se pueden observar aquellos temas que se mencionan con mayor frecuencia.

No están enumerados pero se identifican fácilmente porque están enlistados. Entre los temas de interés del formato, se encuentran los de política nacional, economía, temas relevantes internacionales, etc, así como menciones de instituciones de prestigio, personalidades destacadas de los ámbitos periodístico, político, cultural o social. Las notas se colocaran tal y como se encuentran en las tendencias de *Twitter*.

Como ejemplo dentro del formato tenemos la siguiente tendencia en la red social.

1. Óscar González (5° en TT)

A cada una de las tendencias se le enumera de acuerdo como se encuentra enlistada, como se ve en el ejemplo, situando la tendencia de 'Óscar González como la número 1, aunque es quinta en la tendencia, sin embargo se convierte en la número uno ya que las anteriores tendencias se refieren a temas sin relevancia como son de publicidad de algún producto. El número situado entre paréntesis corresponde al lugar que ocupa en la tendencia de *Twitter*, y las letras TT significan 'tendencia en *Twitter*'.

Al tener las tendencias y los temas destacados se obtiene un panorama más amplio que da una mejor referencia de aquello que se está manejando en el medio periodístico. También se pueden ubicar las críticas que se hacen en la red social y qué es lo de mayor importancia para ciertos grupos sociales.

Para completar las noticias de los portales de internet, se ubican los titulares de cada uno de los portales de los diarios, el cual es el punto siguiente.

3.- Recuadros de cada uno de los diarios digitales: *El Universal, Reforma, Milenio y Excélsior.*

En este espacio se observan en cada uno de los portales digitales, las noticias que se encuentran en la parte superior y que tienen mayor realce, se ubican las tres primeras notas principales de cada diario y se colocan en cada uno de los recuadros que correspondan a cada uno de los diarios.

Antes de concluir, se revisa el corte de la hora - el primero es a las 11:00 hrs. y el segundo a las 14:00 hrs - para corroborar que continúan siendo las mismas, ya que las noticias van cambiando constantemente y pueden surgir noticias de relevancia de último momento.

Se debe tomar en cuenta que para ser las principales notas deben ubicarse hasta arriba y su importancia también depende del tamaño de la letra, si está remarcada o dónde estén ubicadas. Estas características son la mejor referencia para conocer la importancia de la noticia.

Una vez identificadas las tres primeras notas enseguida se pueden colocar las notas a las que los diarios dan mayor relevancia, pero habrá que diferenciar las que están siendo destacadas porque el medio tiene un interés particular en ellas por el tema que tratan.

A continuación muestro, en el ejemplo del formato, las tres primeras notas de cada uno de los Diarios Digitales.

<p>El Universal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Declina candidato del PT en favor de Delfina. - Asegura Luis Videgaray que su militancia esta guardada en un cajón. - Un ‘primer caballero’ entre primeras damas de la OTAN hace historia. 	<p>Reforma:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saluda Delfina declinación de petista. - Un hombre entre las Primeras Damas. - Apoya Gómez que INE intervenga en Edomex.
<p>Milenio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PT se baja de contienda por Edomex; declina a favor de Delfina. - Por evaluación docente, CNTE bloquea carreteras de Oaxaca. - Osorio y legisladores revisarán operativo para las elecciones. 	<p>Excélsior:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Declina por Morena candidato del PT al gobierno del Edomex. - Encuentro entre Peña Nieto y Trump, no está en la agenda: SRE. - FBI investiga intento de ciberataque a la Organización Trump.

4.- Información General

En este espacio se colocan noticias que tienen que ver con algún hecho de trascendencia, el tipo de noticias de interés para este punto son las que tienen que ver con los ya mencionados, política, economía nacional e internacional, lo que convierte a las notas en hechos generales de relevancia.

En este punto, se coloca la fuente del diario, la cual va en letras más pequeñas, la fuente o referencia digital, esto para que se pueda consultar con mayor facilidad si así se requiere.

Como ejemplo del formato tenemos la noticia:

Videgaray “guarda militancia” y rechaza ir por la Presidencia.

http://www.milenio.com/politica/luis_videgaray-presidencial-pri-candidatura-militancia-cajon-elecciones_0_963503864.html

Este tipo de noticias puede también referirse a algún dato cultural, ya que como se había comentado, en ocasiones el funcionario también cumple con agendas académicas o sociales, lo cual le da una mejor referencia de lo que acontece.

En el siguiente punto, que es Seguridad y Justicia, el cual es de suma importancia ya que incluye notas que tal vez no son relevantes para la institución en el momento pero más adelante podrían concernirle a la PGR.

5.- Seguridad y Justicia

La mayoría de las notas de relevancia para este espacio, son aquellas que no tienen relación con la PGR, y que pueden ser desde noticias de los estados o del extranjero. Sin embargo, en algunas ocasiones debido al ámbito de la noticia pudieran resultar del fuero federal y por ello de incumbencia de la PGR.

Esto lo podemos observar claramente en el caso de 'El Chapo' Guzmán, ya que al ser de incumbencia para la PGR, además los medios lo hacen un tema muy mediático, por lo que se convierte en un hecho de mucha trascendencia y del cual pueden haber pronunciamientos de muchos secretarios de Estado, del presidente o incluso de mandatarios de otros países, por lo tanto es un tema del que se debe incluir en el formato.

Sin embargo, las notas principales que se incluirán en este punto son aquellas que se refieran a temas que no tengan que ver con la PGR. Entre los ejemplos de las notas que deben incluir aquellas que se refieran a pronunciamientos de secretarios de Estado o a hechos relevantes en el país o en el extranjero sobre algún tema de relevancia como es la aprobación del uso medicinal de la marihuana o algún ataque terrorista.

En el ejemplo del informe se ubica la siguiente nota.

Pide ISSSTE esclarecer asesinato del director de clínica de Mazatlán.

<http://www.eluniversal.com.mx/articulo/estados/2017/05/26/pide-issste-esclarecer-asesinato-del-director-de-clinica-de-mazatlan>

En este tipo de notas, se puede observar que aunque no es un hecho que involucra a la PGR, tiene diversos elementos que la convierten en una noticia de mucho interés para la institución.

Con esto se encuentra casi terminado el formato, y se le puede dar al lector una mejor ubicación de lo que se maneja en cada uno de los portales de internet y con esto sólo falta un último punto que es el de las noticias en *Twitter*.

6.- Noticias en Twitter

Este punto es una referencia de las tendencias en *Twitter*, ya que a través de ellas se ubican las noticias más destacadas y en este punto se describen de mejor manera cada una de las tendencias.

En el ejemplo del formato se menciona la siguiente tendencia como más mencionada.

Óscar González.- Óscar González candidato del PT a la gubernatura de edomex declina en favor de Delfina Gómez del Partido Morena.

Al poner la tendencia de Óscar González, tal vez si no conocemos al personaje será más difícil de entender el por qué se encuentra como tendencia, sin embargo al describir que tanto el personaje con su cargo y la acción realizada, se logra poner en contexto al lector.

Para dar una mejor referencia de los temas que son de mayor interés para la institución, se muestra a continuación una lista de referencia, en la que se encuentran aquellos asuntos relacionados con política, economía, clima e internacionales.

Política

Son temas de repercusión y tienen que ver con lo que hace mención algún político de renombre, pueden ser senadores, diputados, gobernadores, candidatos a algún puesto de gobierno etc. También como temas políticos se encuentran desde las

declaraciones de líderes sindicales, hasta opositores al gobierno federal, en las que inciten a marchas, mítines o protestas.

Economía

También son temas de repercusión y tiene que ver con todo lo referente a economía, la Bolsa Mexicana de Valores, el precio del dólar, así como noticias internacionales, de declaraciones de funcionarios del Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional, etc.

Clima

Se refiere a todos aquellos eventos que tengan que ver con el clima desde lluvias, tormentas, ciclones, huracanes, terremotos o volcanes en erupción; y que pudieran tener consecuencias catastróficas.

Internacionales

En lo que se refiere a este punto, son aquellas noticias que tengan alguna repercusión en México, como puede ser la migración a Estados Unidos, declaraciones de guerra entre países, golpes de Estado, ataques terroristas, etc.

De esta manera se conforma el formato, que queda listo para su envío después de una metódica revisión que se explica en el siguiente apartado.

4.4 Consumación

Para este punto se debe considerar que han quedado plenamente revisados y examinados, con mucha minuciosidad, cada uno de los espacios del formato, para estar seguros de que dentro del reporte se encuentran solo las notas de mayor

importancia en cada uno de los diarios digitales, todo esto sin caer en sensacionalismos o hacerse eco de la ideología de algún diario

Se deben cotejar cada uno de los datos recolectados para confirmar que continúan siendo los mismos que se recogieron en las primeras muestras. Al final se verificará que las notas continúen siendo las mismas, debido a que pudiera haber algunos cambios, confirmándose que toda la información requerida se encuentra en cada uno de los puntos mencionados quedando cubiertos cada uno de los rubros del formato.

Se hace una última revisión a las notas de los diarios digitales y las tendencias del *Twitter* para confirmar y cotejar los resultados obtenidos, con lo que se obtiene un informe casi terminado. Se practica otra revisión más minuciosa, en la que se constata la correcta ortografía y sintaxis, así como concordancia en la gramática del informe.

También se revisa que todos los puntos del reporte estén completos, se confirma que cada una de las noticias de relevancia no falte y si es necesario se integra alguna nota que pudiera surgir de último momento.

Una vez cubiertos todos los requisitos mencionados anteriormente se puede decir que está totalmente concluido el formato "En Contexto". Después se envía a través de correo electrónico al Director Adjunto de la Dirección de Análisis de la Información, quien por la misma vía instruye en caso de que haya que eliminar o anexar alguna otra información. Si no existiera ningún cambio en el formato podemos estar seguros de que se encuentra totalmente concluido.

Una vez aceptado el formato, se envía al Procurador y al del Director General de Comunicación Social, así como al mismo director de Análisis de la Información. Finalmente, se hace una copia y se coloca en una carpeta electrónica compartida

por toda la dirección de análisis, la cual se clasifica por día, mes y año, lo que servirá para tener control de lo enviado y para consultas posteriores.

Conclusiones

La PGR es una institución con responsabilidades de gran consideración, entre las que destaca la de dar seguridad a la ciudadanía, debido a esto, los medios de comunicación se encuentran muy atentos a las actividades que realiza, por lo que debe contar con herramientas y estrategias que ayuden a posicionarla positivamente en el pensamiento ciudadano, la cual es uno de las principales responsabilidades de la Dirección General de Comunicación Social (DGCS) de la PGR.

La DGCS es la principal plataforma de la PGR, es la encargada de proyectarla como una institución confiable, a través de distintas estrategias en los medios de comunicación, las cuales se muestran al exponérselas al ciudadano a través de distintos canales, sin embargo, es de resaltar que hay ocasiones en que no se cumple con este objetivo.

Para que pueda informar oportunamente, debe mantener estrecho contacto con los medios de comunicación, a los cuales tiene la obligación de enviarles información de lo que realiza; además de que debe verificar permanentemente que la información que difunde en cada uno de los medios sea la correcta. Por esta razón, es que se debe monitorear continuamente dichos medios para asegurarse de que se publique la información oficial.

Por lo tanto, es entendible que dentro de la dirección adjunta de análisis de la información se le dediquen las 24 horas del día y los 365 días del año al monitoreo de los medios de información. Además de que se apoya en diversas empresas especializadas en monitoreo y medios de comunicación.

Estas reflexiones dan una muestra de lo que la técnica del monitoreo puede dar a una empresa o institución. Lo que posiciona al monitorista en un observador estratégico, el cual se encarga de vigilar y observar continuamente la información que surge en los medios de comunicación. Haciendo la comparación con el vigía de un barco antiguo, que se encargaba de avisar continuamente de lo que acontecía, advirtiendo de todo lo que se encontraba alrededor y así lograba anticipar con todo aquello con lo que se pudiera estrellar.

El formato “En Contexto”, es una muestra de los diversos productos informativos que se utilizan dentro de la dirección adjunta de análisis de la información, por lo que para la Procuraduría como para cualquier institución y/o empresas contar con este tipo de formatos son de mucha valía, ya que resultan de gran ayuda para ubicar aquellas noticias que son de relevancia, lo cual evita distracciones de otros temas y permite una mayor capacidad de respuesta, lo cual es de gran apoyo para la toma de decisiones en la institución.

Además que resulta de gran ayuda, sobre todo en estos tiempos de revolución de las tecnologías de la información, en que se inicia el monitoreo a este tipo de medios, y que tener este tipo de estrategias de comunicación hace que se conviertan en reportes de gran ayuda en la toma de decisiones y que con los resultados obtenidos, al ordenarlos se pueden realizar agendas políticas.

También se debe tomar en cuenta que hoy en día los medios de comunicación realizan a mayor velocidad la difusión de noticias, llevando en ocasiones ventaja, por lo que se requiere de mucha mayor capacidad de respuesta así como de una mejor estrategia.

Lo que hace que al realizar este tipo de formatos se puedan identificar las distintas notas que surgen en los medios con mayor rapidez, además de que pueden ser temas que en ese momento son de mucha mayor importancia, ya que hay noticias

que se manejan durante muchos días por su relevancia, lo que hace que este tipo de reportes ayuden a identificarlos y a evitar perderlos de vista.

Estas serían algunas opiniones favorables, sin embargo, a este formato se le debe hacer constantes revisiones para mejorarlo en distintos apartados, debido a que siempre es necesario saber si realmente está cumpliendo con la función para la que fue creado o si se debe rediseñar uno nuevo que cumpla con las funciones para aquello que requiere el funcionario o la institución.

Es importante perfeccionarlo de acuerdo con las circunstancias que surgen día a día en el ámbito periodístico, para ubicar aquello que requiere tanto la institución así como los funcionarios o asesores que se encargan de la toma de decisiones.

Por lo tanto, es indispensable que en este tipo de reportes exista mayor coordinación entre los monitoristas de medios y los diseñadores de los formatos. Lo que dará como resultado un mejor parámetro de lo que requiere la institución, logrando mayor eficacia en la comunicación al momento de informar y reportes más específicos.

Este tipo de reportes, también, facilitan la investigación o la ubicación de temas de estudio para el estudiante de comunicación, al ser un elemento que contiene apartados en los que se utilizan los principios básicos de la investigación, como es la observación, se pueden realizar distintos reportes que le ayudarán a tener un mejor contexto de los distintos estudios que se aplique.

Dentro de mi experiencia personal puedo compartir que realizar este tipo de reportes, me ha ayudado a ampliar mis conocimientos en distintas áreas, desde entender de mejor manera ciertos temas, como son de política, finanzas, así como en materia de Derecho tanto del medio nacional como internacional.

Además de que con la ayuda de los conocimientos aprendidos en la carrera de Ciencias de la Comunicación me han sido de mucha utilidad en diversas actividades de mi trabajo, estos me han servido para la ubicación de la información, el conocimiento de ciertos términos, así como la aplicación de los géneros periodísticos, los cuales utilizo con mucha frecuencia, siendo de gran valía en la realización de diversos formatos, incluyendo “En Contexto”.

Esto hace que como comunicadores tengamos mejor bagaje cultural, así como mayor desarrollo intelectual y cultural, lo cual es elemental en nuestra área de estudio, además de que nos transformamos en mejores colaboradores para la empresa o institución.

También hace que el realizador de este tipo de productos informativos se transforme en un especialista, que pueda asesorar a aquellos que inician en el área. Y además otorga una mayor preparación a quien lo desenvuelve, lo cual se puede implementar en el desarrollo de nuevas estrategias.

Puedo mencionar que realizar el formato “En Contexto”, cambio mi perspectiva y amplió mi visión, desarrollando en mí una mirada mucho más ágil, haciendo que al observar el panorama noticioso ubique mucho más fácil aquello que es de relevancia, lo cual es de gran ayuda en el momento de elaborar reportes noticiosos.

Esto es parte de lo que me ha dejado elaborar productos informativos de este tipo, lo cual me deja muy satisfecho en mi desempeño laboral, ya que informo de aquello que requiere la institución a través de sus funcionarios y al mismo tiempo elevo mi nivel de conocimiento.

Fuentes

Ascanio Guevara, Alfredo. *Análisis del discurso político*. Ed. Trillas. México, 2010.

Baena Paz, Guillermina. *Instrumentos de Investigación*. Editores Mexicanos Unidos, 24ª Reimpresión. México, 1998

Baena Paz, Guillermina. *Tesis en 30 días*. Editores Mexicanos Unidos, Nueva edición. México, 2010.

Ferrer, Eulalio. *Información y Comunicación*. Fondo de Cultura Económica. España, 1997.

González Reyna, Susana. *Manual de redacción e investigación documental*. Ed. Trillas, 5ª reimpresión. México, 1998.

Celis García, Nephtalí. *El poder de la comunicación. La comunicación y el poder*. Editorial Porrúa, México, 2007.

Eco, Umberto. *Cómo se hace una tesis*, Fundación FICA, Colombia, 1988.

Krippendorff, Klaus. *Metodología de análisis de contenido*. Ed. Paidós, España. 1ª reimpresión 1997.

Marín, Carlos. *Manual de Periodismo*, De Bolsillo, México, 2006

Mattelart y Mattelart. *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Paidos, España, 1997.

Molina Martínez, Rubén. *Gobierno y comunicación social*. IPN, Primera edición. México, 2002.

Pérez García, David. *Técnicas de Comunicación*. Ed. Tecnos. Madrid. 2003.

Piñuel, José L. y Gaitán, Juan Antonio. *Metodología General: Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*, Editorial Síntesis, Madrid, 1995.

Riva Palacio, Raymundo. *Manual para un nuevo periodismo*. Ed. Plaza Janes, México, 2005.

Reboul, Olivier. *Lenguaje e Ideología*, FCE, 1ª edición en español, México, 1986.

Revista

Hernández Lomelí, Francisco. *Comunicación y Sociedad*. Revista núm. 25-26. Guadalajara, Jalisco, septiembre 1995-abril 1996. Pág. 57-72.

Tesis

Marentes Juárez, Catalina. *Propuesta para el mejoramiento de Análisis Comunicativo*. Tesis UNAM. México, 2010

Reyna Guerrero, Aarón Mauricio. *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de conferencias de prensa en la subdirección de comunicación social de la secretaria de turismo del GDF*. Tesina UNAM, México, 2000.

Entrevista

Paredes Balderas, Gerardo. Director adjunto de análisis de información de la DGCS. Entrevista realizada en octubre de 2016.

Mesografía

<http://www.gob.mx/pgr>

<http://www.promonegocios.net/>

<http://www.diputados.gob.mx/>

<http://www.comunicologos.com/>

<http://www.notimex.gob.mx/>

<http://www.eluniversal.com.mx/>

<http://www.reforma.com/>

<http://www.milenio.com/>

<http://www.excelsior.com.mx/>

www.notimex.gob.mx

www.emedios.com.mx

data4.efinf.com

www.medialogo.com.mx

es.wikipedia.org

www.comunicólogos.com

radioprensaytelevision.blogspot.mx