

66



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGON

PROPUESTA PARA LA RESTRUCTURACION DEL DEPARTAMENTO DE MONITOREO ELECTRONICO DE LA UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL DE LA PROCURADURIA GENERAL DE JUSTICIA DEL DISTRITO FEDERAL

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LIC. EN COMUNICACION Y PERIODISMO

P R E S E N T A N :

**PATRICIA SALAZAR TANIGUCHI
CARLOS HERNANDEZ ALCAZAR**

ASESOR: LIC. JOAQUIN GARCIA BARRAGAN



202256

MAYO 2000



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 y Dedicatorias

A Dios:

Porque me permite vivir este momento
tan importante y me ha dado cosas que
en ocasiones no creo merecer;
gracias Dios mío, gracias por no
olvidarte de mí.

CARLOS HERNÁNDEZ ALCÁZAR

A mis padres:

A ti Mamá:

Que durante toda mi vida escolar
siempre estuviste junto a mí,
siempre preocupada y al pendiente
de lo que me pasara y necesitara.
Definitivamente esto, que es la
culminación de mi carrera profesional,
te lo dedico a ti, por ser la mejor
madre del mundo y porque te lo mereces.

Gracias por darme la vida.

Te quiero mucho.

A mi Papá:

Gracias, porque aunque no
estamos juntos, siempre esta
conmigo, espero que nunca le
haya fallado. Sé muy bien los
sacrificios que hizo para que yo
empezara a estudiar, muchas gracias.
Esto se lo dedico porque se lo merece
y porque sé que es un orgullo para
usted. Muchas gracias por todo su
apoyo.

Lo quiero mucho.

CARLOS HERNÁNDEZ ALCÁZAR

A mi hermano:

Porque durante muchos años
caminamos juntos, ¿te acuerdas?,
el kinder, la primaria, la secundaria,
la prepa, y eso nos permitió compartir
mil cosas. Siempre estuviste cuando te
necesité y ahora que tenemos vidas diferentes
y que tu ya tienes tu propia familia, estoy seguro
que también seguirás apoyándome. Mil gracias
por todo Salvador y recuerda que siempre
contarás conmigo en las buenas y en las malas.

A mi sobrino y mi cuñada:

A ti chavita, gracias por existir, le diste
a la familia una gran alegría, algo que nunca
habíamos sentido, espero que cuando puedas
leer esto te motive para que en un futuro
hagas lo mismo. Te aseguro que yo
estaré contigo para ayudarte. Que Dios te bendiga.

A mi cuñada Andrea, que desde hace
algunos años formas parte de mi familia.
Gracias por todo.

CARLOS HERNÁNDEZ ALCÁZAR

A Laura, mi gran amor:

Muchas gracias por estar conmigo,
pues a ti te debo mucho de lo que ahora soy,
tu me has enseñado mil cosas, tu presencia
me ha motivado a ser mejor día a día.
Estoy seguro que esto lo estas disfrutando
casi igual que yo. Espero que lo nuestro siga
creciendo, que nos sigamos apoyando y enseñando
muchas cosas para que en un futuro podamos
estar frente a Dios y recibamos su bendición.
Recuerda que para mí eres un sueño hecho realidad,
te valoro muchísimo y quiero seguir aprendiendo de ti.

TE AMO

Quiero hacer extensivo este agradecimiento
a tus papás y tus hermanos, muchas gracias por
darme su confianza y por dejarme convivir
con ustedes.

CARLOS HERNÁNDEZ ALCÁZAR

A mis tíos:

A ti **tío Luis**, porque en los momentos más difíciles de mi vida y en la de mi familia, siempre estuviste con nosotros, apoyando a mi madre, a mi hermano y a mí. Nunca voy a olvidar tantas cosas que nos has dado. Eres un claro ejemplo de lo que es luchar por la vida, vas a ver que todo saldrá bien.

A mi **tío Carlos**, porque eres un gran ejemplo para mí, y un orgullo, muchas gracias por toda tu ayuda y tu apoyo en los momentos difíciles por los que atravesamos, nunca lo voy a olvidar.

Gracias **tío Luis** y **tío Carlos**, definitivamente esto no hubiera podido ser sin su ayuda, les debo mucho y espero poderse los pagar algún día, por el momento aquí les dejo un abono.

A mis amigos:

A Jazmín, Salvador, Luis, Edgar, Armando, Víctor, Jorge, Fidel y Miguel, muchas gracias por ser mis amigos, he aprendido muchas cosas de ustedes, siempre recordaré nuestros momentos de estudiantes y de parranda, los llevo siempre presentes. Espero que los que faltan, muy pronto puedan concluir la carrera, en verdad que es algo muy bonito y que los va a llenar de satisfacción, yo estaré con ustedes para apoyarlos.

A Paty Salazar:

Definitivamente esta tesis difícilmente hubiera resultado igual sin tus ideas y tus conocimientos, gracias por haber compartido conmigo esto que hoy, después de tanto tiempo de estarlo preparando, ya es una realidad y que ahora podemos disfrutarlo. Gracias por todo y espero que siga la amistad.

A mi asesor:

Muchísimas gracias por creer en mí y por haber dirigido tan brillantemente la tesis, sin sus consejos y sus conocimientos este trabajo no hubiera quedado tan completo.

Gracias a toda mi familia y a las personas que de alguna u otra forma estuvieron cerca de mí durante toda mi carrera universitaria.

CARLOS HERNÁNDEZ ALCÁZAR

Quienes somos o hemos sido asalariados, sabemos que al cabo de un cierto tiempo uno acaba por amar su centro de trabajo. No por el patrón o los patrones; tampoco por las condiciones laborales, que suelen ser ingratas. ¿Por qué entonces? Pues porque uno siente que produce, que sirve para algo, que no vive de balde.

Rodolfo F. Peña

PATRICIA SALAZAR TANIGUCHI

A mis padres

Gracias Yola y Mario... sin su apoyo, confianza y ejemplo, éste y otros logros jamás se hubieran hecho realidad.

Nuevamente gracias.

A mis hermanos

Mario, Santos, Aida y Enrique, quienes en este arduo camino, llamado "vida", siempre han estado a mi lado.

Gracias.

A mi hijo *Robert*

...esperando ser un ejemplo a seguir.

Siempre has sido un aliciente para ser mejor ..

Te quiero mucho

A Roberto

Gracias...

Gracias a todos los que han hecho posible este trabajo.

PATY

SUMARIO

	Página
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. LA COMUNICACIÓN SOCIAL	
1.1 Concepto de comunicación	5
1.1.1 Definiciones	5
1.1.2 Modelos	8
1.1.3 Importancia de la comunicación	8
1.2 Definición de información	9
1.3 Diferencia entre comunicación e información	10
1.4 Comunicación Social	11
1.4.1 Comunicación Social del Estado	12
CAPITULO II. DE LAS OFICINAS DE PRENSA A LAS UNIDADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL	
2.1 Oficinas de Prensa	17
2.1.1 Objetivos	18
2.1.2 Funciones	19
2.1.3 Marco Jurídico	20
2.2 Antecedentes a nivel mundial	20
2.3 Antecedentes en México	22
2.4 Situación actual	28
CAPITULO III. UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PROCURADURÍA GENERAL DE JUSTICIA DEL DISTRITO FEDERAL	
3.1 <i>Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal</i>	31
3.2 Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal	32
3.2.1 Antecedentes	32
3.2.2 Marco Jurídico	34
3.3 Objetivos y funciones	34

3.3.1 Dirección General	36
3.3.2 Secretaría Particular	37
3.3.3 Coordinación Administrativa	38
3.3.4 Dirección de Difusión y Relaciones Públicas	38
3.3.4.1 Subdirección de Difusión	39
3.3.4.2 Subdirección de Relaciones Públicas	40
3.3.5 Dirección de Radio, Televisión y Ediciones	41
3.3.6 Dirección de Información y Análisis	43
3.3.6.1 Subdirección de Información	44
3.3.6.2 Subdirección de Análisis	45

CAPITULO IV. ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE SÍNTESIS Y MONITOREO ELECTRÓNICO

4.1 Departamento de Síntesis y Monitoreo Electrónico	50
4.1.1. Objetivos	50
4.1.2 Funciones	51
4.2 Síntesis Informativa	52
4.2.1 Elaboración	52
4.2.2 Recursos humanos	53
4.2.3 Recursos materiales	55
4.3 Carpeta Informativa	55
4.3.1 Elaboración	55
4.4. Monitoreo electrónico	57
4.4.1 Televisión	57
4.4.2 Radio	58
4.4.3 Bitácora	60
4.4.4 Formato para la información	61
4.5 Banco de Información	61
4.5.1 Funciones	61

CAPITULO V. DEFICIENCIAS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

5.1 Aspectos Generales	64
5.1.1 Situación actual	64
5.1.2 Propuestas	64

5.2 Televisión	65
5.2.1 Propuestas	66
5.3 Radio	71
5.3.1 Propuestas	71
5.4 Recursos humanos	77
5.4.1 Suministro de recursos humanos	78
5.4.1.1 Propuestas	78
5.4.2 Aplicación de los recursos humanos	80
5.4.2.1 Propuestas	81
5.4.3 Conservación y desarrollo de los recursos humanos	83
5.4.3.1 Propuestas	84
5.5 Propuesta de lineamientos	85
Manual para el Departamento de Monitoreo Electrónico	86
CONCLUSIONES	100
APÉNDICE	102
ANEXO 1	104
ANEXO 2	105
BIBLIOGRAFÍA	106
TESIS	108
OTROS DOCUMENTOS	108

INTRODUCCIÓN

El interés principal por realizar la presente investigación nació debido a las deficiencias, problemas e inquietudes con los que nos enfrentábamos y tropezábamos cotidianamente en nuestra área de trabajo: el Departamento de Síntesis y Monitoreo Electrónico de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del DF. Por tal motivo, realizamos este trabajo para proponer una reestructuración en dicho departamento, demostrando que con los recursos humanos y materiales suficientes e idóneos, así como con las innovaciones tecnológicas adecuadas, el área puede cumplir eficientemente con sus objetivos asignados.

Pretendemos que esta investigación también sea un manual o guía que sirva para el personal, ya que describe la estructura, funciones y actividades del departamento de Síntesis y Monitoreo Electrónico, al tiempo en que se detectan las fallas o problemas que afectan su producción, calidad y eficiencia y, por supuesto, proporciona algunas alternativas para su solución.

Asimismo, este trabajo ambiciona dar a conocer lo importante de nuestra labor como *monitoristas*, debido a que somos "los ojos y oídos" de los funcionarios, pues éstos no pueden estar al frente escuchando y/o viendo los noticieros de radio y televisión. Por otro lado, también pretendemos difundir al estudiante un cariz más del Periodismo, como es el Monitoreo, labor que cada día tiene más posibilidades de ir creciendo y ofrecer una fuente más de empleo para los recién egresados de la carrera.

Todo lo anterior, aunado a que durante más de cuatro años hemos laborado en la Unidad de Comunicación Social de la PGJDF, nos ha permitido conocer en la práctica la estructura y funcionamiento del área, así como las acciones que en este tipo de organismos se llevan acabo.

Así pues, el contenido de este trabajo es el resultado de una investigación que se realizó en un periodo de un año, durante el cual se hizo uso de la experiencia de los sustentantes, y de la observación directa e intercambio de comentarios y opiniones de compañeros de trabajo, así como de una investigación documental. Aunque, cabe señalar, la observación del fenómeno ya se llevaba a cabo desde hace más de cuatro años, coincidiendo con

nuestro desempeño profesional en esta área. El estudio y la propuesta lo centramos específicamente en el área de Monitoreo Electrónico de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal.

Ahora bien, nuestra investigación consta de cinco capítulos, conclusiones y un apéndice, a través de los cuales abarcamos nuestro objeto de estudio de lo general a lo particular, como se explicará a continuación.

Para exponer el fenómeno de la comunicación social como sistema, consideramos que es necesario entender primero lo que es la comunicación, por tal motivo, en el capítulo I, que hemos denominado *La Comunicación Social*, realizamos primeramente un recuento de conceptos de varios especialistas del tema. De la misma forma, tratamos de definir a la información para posteriormente explicar su diferencia con la comunicación. Por último, retomamos a la comunicación social como proceso y como parte del sistema en un Estado.

Dentro del segundo capítulo, titulado *De las Oficinas de Prensa a las Unidades de Comunicación Social*, explicamos cuáles son sus objetivos y funciones; así como su marco jurídico. También realizamos un recuento de sus antecedentes, tanto a nivel mundial como en México, enfatizando su transición de Oficinas de Prensa a Unidades de Comunicación Social.

El tercer capítulo trata sobre la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal y, en particular, sobre su Unidad de Comunicación Social, específicamente sus antecedentes, su marco jurídico, objetivos y funciones. Posteriormente, presentamos el organigrama de la Unidad explicando cuáles son las principales funciones de cada departamento.

El capítulo cuarto está dedicado al área que es motivo de nuestro estudio, es decir, el Departamento de Síntesis y Monitoreo Electrónico. En este apartado describimos los objetivos y funciones del área, para después explicar detalladamente las actividades que se realizan (la carpeta informativa y el monitoreo de radio y televisión) y los recursos humanos y materiales con los que cuenta.

El diagnóstico de las deficiencias y necesidades, así como las propuestas de solución a los problemas detectados en el área de Monitoreo Electrónico, están explicadas en el capítulo cinco. Asimismo, se muestran cuadro y gráficas comparativas sobre la situación actual y los posibles resultados con la aplicación de nuestro proyecto de trabajo.

Así bien, sólo nos queda resaltar que nuestro propósito no es solamente contribuir con nuestra actividad laboral diaria en el departamento de Monitoreo, sino también participar con soluciones teórico - prácticas que ayuden a su mejoramiento, ya que pretendemos que esta tesis no sea únicamente un compendio de información teórica, sino algo que se pueda aplicar a situaciones reales.

I. LA COMUNICACIÓN SOCIAL

"Estamos en comunicación constante y, sin embargo, somos incapaces de comunicarnos acerca de la comunicación".

Paul Watzlawich

1.1 CONCEPTO DE COMUNICACIÓN

A través de la historia del hombre han aparecido, y continúan apareciendo, un significativo número de trabajos sobre la comunicación y el papel que juega en la acelerada transformación que experimenta la humanidad. Pero, ¿qué es la comunicación? Aunque algunos especialistas se han mostrado renuentes a definirla, tanto por la multiplicidad de sus significados como por la diversidad de sus extensiones, recopilaremos algunos conceptos de comunicación.

1.1.1 DEFINICIONES

Estudiosos de la comunicación, poetas, filósofos, periodistas, todos, han definido a la comunicación y han aportado algo particular a cada nuevo concepto. Empezaremos diciendo que la palabra **Comunicación** viene del latín *communicatio*.

Javier Tamarit Cuadrado ha indicado que la comunicación es "un proceso que se inserta en forma básica de interacción, en el que se da un flujo de informaciones y de relaciones compartidas que generan cambios, más o menos perceptibles, en el estado físico y/o en el estado mental de los miembros de esa interacción"¹.

Por su parte, Baldivia y Arrieta señalan que "la comunicación es una relación necesariamente humana, en la cual un sujeto transmisor se pone en contacto con otro sujeto receptor. Pero la característica fundamental de este proceso -dicen- es que ambos polos de la relación pueden ser alternativamente transmisores y receptores, haciendo posible el diálogo..."².

En tanto, Fairchild define la información como "el proceso de poner en común o intercambiar estados subjetivos, tales como ideas, sentimientos, creencias, usualmente por medio del lenguaje, aunque también por medio de la representación visual, la imitación y la sugestión"³.

¹ Cit. pos. María Sotillo, Sistemas alternativos de comunicación, p.20

² Baldivia y Arrieta, Apuntes sobre información y comunicación, p. 13

³ Cit. pos. Ignacio de la Mota, Función social de la información, p. 38

Para Antonio Menéndez, "la comunicación es el marco teórico y práctico para investigar, planificar y realizar los procesos de la vida contemporánea; sociales, culturales, cívicos, económicos, políticos y militares... La comunicación -afirma- es el proceso vital mediante el cual un organismo establece una relación funcional consigo y con el medio"⁴.

Otros autores consideran la comunicación como "una participación, una comprensión, una conexión..."⁵ cuyo objetivo es "influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos...: nos comunicamos para *influir y para afectar intencionalmente*"⁶.

Por otro lado, la comunicación también "posee las funciones de informar, educar, animar y entretener, de acuerdo con la importancia que le asigne la política de comunicación y el sistema político del país. Pone al corriente al individuo de lo que ocurre en su colectividad local, en su país y en el mundo en general, y le proporciona los datos necesarios para su toma de decisiones en los planes personal y profesional"⁷.

Como podemos ver, podríamos hacer un balance exhaustivo de conceptos de comunicación, pero ése no es nuestro objetivo primario en esta investigación, por lo que realizaremos un recuento de algunas definiciones de la comunicación.

En su sentido aristotélico, comunicación es la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión. Goethe ha dicho: "Comunicar es naturaleza: recibir lo comunicado, tal como se da, es cultura". Xifra Heras indicó: "La comunicación constituye el fundamento de toda sociedad humana y de toda relación social". En tanto, Pasquali ha resaltado que "la comunicación es la relación comunitaria por medio de mensajes fundados en la emisión-recepción".

Así, comunicación es lo que Ithiel de Sola Pool identifica como "transmisión de signos, señales o símbolos de cualquier clase entre personas"; que Raymond Williams esquematiza también como: "transmisión y recepción de ideas, informaciones y actitudes de una persona a otra"; que George Friedman explica como "toda transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor..."

⁴ Antonio Menéndez, Comunicación social y desarrollo, p. 7

⁵ F. Böckelmann. Formación y funciones sociales de la opinión pública, p. 238

⁶ David K. Berlo. El proceso de la comunicación, pp. 10-11

⁷ Lloyd Sommerlad, Políticas y Sistemas Nacionales de Comunicación Social, pp. 13-14

sea de un hombre o de un dispositivo mecánico"; que Joost A. M. Merloo expresa así: "La comunicación puede definirse como un agrupamiento de funciones transaccionales mediante el cual se transmite un estado del cuerpo y de la mente de una persona a otra, evocándose respuestas". Y que Kathleen Kelley Reardon define: "La comunicación es algo más que la transmisión de ideas de una persona a otra. Es el medio a través del cual aprendemos a saber quiénes somos y quiénes podríamos llegar a ser"⁸.

Tras observar esta variedad de conceptos, podemos decir que sin comunicación el hombre carecería de historia, no habría comunidad; ya que desde sus raíces más profundas, la comunicación nos acerca y entreteje, nos vincula y mediatiza, nos transporta y socializa; es el gran denominador común en que todo nace, afluye y culmina.

Es decir, la comunicación es fundamental para un sistema viviente - individuo u organización -, ya que por ese proceso vital y crucial, individuos y organizaciones se relacionan entre sí, y logran afectar e influenciar la dirección de sus vidas individuales y de sus empresas y esfuerzos comunes. De esta manera, podemos asegurar que la comunicación nace de la necesidad y el deseo de hacer comprensible todo lo que nos es *común* en función de lo que *somos*.

Ante estos diversos conceptos, podemos intentar acordar que la comunicación es un proceso vital dentro de un contexto social determinado mediante el cual un emisor transmite mensajes a un receptor a través de un código común a ambos, con un permanente intercambio de informaciones y conductas para influir intencionalmente. Por lo expuesto, tenemos que el término "comunicación" no tiene una definición absoluta, pero hay elementos coincidentes: Emisor, receptor y mensaje. De esta trilogía, estudiosos han partido para analizar a cada uno de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, los cuales han sido estudiados desde la antigüedad, a través de modelos y esquemas.

⁸ Cit pos Eulalio Ferrer, Comunicación e información, p 31

1.1.2 MODELOS

Durante la historia, la gran mayoría de los estudiosos de la comunicación han formulado sus propios y personales esquemas y modelos. En un principio, éstos se basaban en una simple relación de estímulo-respuesta, para llegar hoy a plantear profundas interpretaciones.

Se supone que la primera teoría organizada de la comunicación, hace 2500 años, se debe a la práctica o entendimiento oral del Córax, el hombre de la elocuencia, nacido en Siracusa, Sicilia, quien influía mucho en el gobierno de su país y habló de la retórica antes que Aristóteles. El antecedente de Aristóteles ha de quedar asociado a una trilogía con el perfil filosófico de la comunicación: *ethos* (la fuente), *logos* (el mensaje) y *pathos* (la emoción). Tríada conceptual prolongada por el propio Aristóteles con otra que sería clásica en los primeros estudios de la comunicación: *quién* (la persona que habla), *qué* (el mensaje que propone), y el *quién* (la persona que escucha). O sea, el triángulo aristotélico de la retórica: orador, discurso, auditorio.

En los años treinta del siglo pasado surgió la trinidad que unía a los llamados padres de la comunicación en los EU: Lasswell, Lazarsfeld, Kurt y Holland; el *quién*, el *dónde* y el *cómo*. Nixon y Schramm aportarían nuevas condicionantes: el *con qué*, el *para qué*, el *cuál* y el *cuándo*. Harold Dwight Lasswell es el que desarrolla en 1948, el paradigma que lleva su nombre, comprendiendo las cinco preguntas condicionales de la comunicación: *quién / dice qué / a quién / a través de qué medio / y con qué efectos*. Más técnicamente, se puede recurrir al conocido modelo de Shannon y Weaver, similar al de David K. Berlo: fuente, transmisor, señal. En la línea en la que el sujeto y la circunstancia pueden ser más importantes que el significado, Wilbur Schramm, como ya comentamos, observaría que quienes tratan de cambiar conductas deben aclarar el *porqué* y el *cómo*.

1.1.3 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

Siglo tras siglo, bajo las distintas circunstancias del esfuerzo humano, una de las características y necesidades particulares del hombre ha sido su deseo y su habilidad para comunicarse, para intercambiar significados con sus prójimos. La tremenda importancia que la comunicación representa para todo

individuo, grupo o sociedad no es muy conocida; la damos por un hecho implícito a nuestro ser y existencia.

Si se admite que la comunicación ha sido, es y será hasta la consumación de los siglos o del hombre, una de las necesidades mayormente sentida por el ser humano de todas las épocas, latitudes y culturas, lógico es pensar que su papel en el desarrollo de la sociedad haya sido cada vez más importante, por su fuerza; y más trascendente, por su penetración y efectos persuasivos. Así, la comunicación es importante y vital para el hombre porque éste se ha valido de este proceso para realizar infinidad de cosas; principalmente la formación de sociedades, en las cuales satisface sus necesidades, forma sus instituciones, normas, costumbres, cultura, etcétera; y lo más importante, logra su desarrollo y subsistencia en la sociedad. Por lo que, sin la comunicación, no es posible concebir a la sociedad.

Como podemos observar, ningún aspecto de la problemática social vive o se manifiesta al margen del proceso de la comunicación. Todas las sociedades dependen de los procesos de comunicación y, en un sentido importante, se puede decir que se funden en éstos. Así, la comunicación es una de nuestras actividades centrales y decisivas; puede verse como uno de los dos procesos básicos para todo sistema viviente: uno, la transformación de alimentos en energía; y el otro, la transformación de datos en información.

De esta manera, el intercambio de información constituye uno de los elementos esenciales que condiciona la existencia, la supervivencia y la acción de una sociedad determinada.

1.2 DEFINICIÓN DE INFORMACIÓN

La palabra **Información** proviene de *in-formare* (latín): poner en forma, dar forma, aspecto, formar, crear, conformar, presentar, representar una idea, una noción. Cabe señalar que el concepto moderno de información surgió en los 40's, de la cibernética, ciencia de la comunicación y control, habilitada por descubrimientos y aplicaciones tecnológicas en materia de sicología, matemáticas e ingeniería eléctrica. Pero principalmente por la necesidad social de contar con una nueva ciencia para resolver grandes problemas de

organización, que fue posible gracias al enfoque y dirección interdisciplinarios de muchas y muy diversas ciencias y técnicas.

En un sentido general, podría decirse que la información es el contenido de toda comunicación, puesto que, incluso en procesos tan elementales como en la relación personal, los sujetos participantes realizan un intercambio informativo. De esta manera, podemos decir que "información significa transmisión de cierto número de mensajes, de afirmaciones verdaderas o falsas a un individuo que las recibe, las deforma, las acepta o las rechaza o bien permanece sordo por completo"⁹. Entonces, la información "es una realidad que afecta al hombre en la misma medida que resulta también una necesidad vital para él"¹⁰.

Ahora bien, podemos sintetizar que la información es la noticia respecto de algo que sucede y que tiene interés para el público al que se comunica de la forma más inmediata y a partir de cuyo conocimiento y asimilación surge la comunicación.

1.3 DIFERENCIA ENTRE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Las diferencias entre información y comunicación constituyen algo más que una distinción semántica, a partir de que son voces familiares, pero no iguales, por lo cual, tenemos que perfilar esa diferencia entre estos dos términos, que a menudo son empleados uno junto al otro y todavía más frecuentemente, uno por otro. El hecho de manejar como sinónimos comunicación e información constituye un error de terminología y naturaleza, atribuible seguramente a la imprecisión con la que esos conceptos se manejaban en los años cuarenta.

Cabe resaltar que la información se ciñe a hechos y situaciones y que la comunicación es el resultado posible y deseable de la información, a cuyo perfeccionamiento contribuye. La primera hace referencia al proceso y la segunda a la situación social. Allí donde la información termina, comienza la comunicación. Así, la comunicación es un acto y la información es su producto.

⁹Horacio Guajardo, *Teoría de la comunicación social*, p. 60

¹⁰Andrés Romero, *Teoría general de la información y de la comunicación*, p. 12

Mariano Cebrián ha señalado que "la información, en su sentido general, estaría, pues, dentro del proceso de la comunicación como elemento integrante... la información es un componente de la comunicación"¹¹. Por su parte, McLuhan ha dicho: "La comunicación es hoy movimiento de información...".

Ante lo expuesto, estamos en condiciones de aseverar que la información es la noticia, el dato, y la comunicación es su transmisión social. Comunicación es proceso; información es mensaje, gene, elemento, dígito, hecho... lo que se comunica. Así, centrando el tema en su aplicación social, es decir, la de poner en relación a emisor y receptor por medio de la información, que es objeto de la comunicación, podemos concluir, en las palabras de Ignacio de la Mota, que ésta "no es otra cosa, en un sentido muy amplio, que cualquier tipo de relación social en que existe una participación consciente de los individuos o grupos. Es decir, cuando se comunica una información"¹².

1.4 COMUNICACIÓN SOCIAL

Antes de intentar definir la comunicación social, debemos subrayar que para muchos teóricos, la comunicación social es simplemente un término optativo de comunicación de masas, como lo es el de comunicación colectiva. Que la comunicación se llame social es para muchos una redundancia, puesto que la comunicación es social en su sentido más abierto, como producto e instrumento de la sociedad. Por lo anterior, debe aclararse que "comunicación social" y "comunicación de masas" tienen una misma definición, siempre y cuando se haga referencia a un proceso comunicativo.

Así pues, para Marino Yerro Belmonte, "la comunicación social (es) una comunicación de 'ideas hechas' al servicio de instituciones diversas y de organismos públicos"¹³. La comunicación social, coinciden otros estudiosos en la materia, debemos entenderla como el mecanismo que busca acercar, vincular e integrar a la comunidad en torno de principios, valores, intereses y aspiraciones sociales. En tanto, Frances J. Berrigan define a la comunicación social como aquello destinado "a transmitir un mensaje simultáneo a gran número de personas... con la finalidad de convencerlo(s) de la necesidad de

¹¹ Ferrer, *op. cit.*, p. 159

¹² De la Mota, *op. cit.*, p. 38

¹³ Ferrer, *op. cit.*, p. 49

desarrollo y de estimularlo(s) a adoptar nuevas actitudes, y comportarse de manera que favorezca el progreso"¹⁴. De esta manera, podemos anotar que comunicación social es una expresión general para designar todas las relaciones sociales de comunicación en las que existe una participación social de los individuos, los grupos y las clases.

Así, la comunicación social es la forma que administra la información haciéndola accesible, de fácil y plena comprensión, transformándola de esta manera en conocimiento útil. Para este fin, es necesario desarrollar el sentido social de la comunicación como servicio permanente a la difusión de los intereses de la colectividad, ya que cuando esto ocurre -cuando la comunicación social es un intercambio de respuestas- estamos ante un sistema de comunicación social; ante un conjunto de elementos interdependientes y relacionados entre sí que proporcionan informaciones originales, susceptibles de síntesis y desarrollo. Cabe señalar que las acciones sistemáticas de comunicación social se refieren, en sentido amplio, a todo aquello que es transmitido a través de los medios de comunicación de masas.

Ahora bien, dejemos a un lado la comunicación social como proceso y veámosla como un recurso gubernamental.

1.4.1 COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO

La máxima expresión de la comunicación colectiva en la sociedad actual, altamente institucionalizada, la constituyen los medios informativos. A través de ellos se realiza un diálogo permanente entre todas las fuerzas que operan en la sociedad, entre ellos el gobierno, por lo que, como podemos ver, la información es un elemento utilizado cada vez más por los gobiernos en el proceso de toma de decisiones

Así, como dice Böckelmann, siendo "el Estado, responsable último del desarrollo, tiene que velar por la continuidad de los procesos de la comunicación social y garantizar a todos los grupos sociales la posibilidad de expresarse y de informarse cabalmente; mantener la libertad de expresión de quienes emiten o difunden, protegiendo simultáneamente el derecho a la

¹⁴ Frances J. Berrigan, Manual sobre los medios de comunicación social en relación con la población y el desarrollo, p. 16

información veraz de los receptores, evitando distorsiones de parte de intereses específicos nacionales o extranjeros en perjuicio mayoritario¹⁵. De esta manera, la comunicación social del Estado debe y puede basarse en la necesidad de informar sobre aquello que es preciso decir, no sólo por el *bien público*, sino ante todo porque los acontecimientos son ineluctables.

Al mismo tiempo, el Estado debe asegurar la producción y distribución de mensajes que son productos sociales, porque el público de la comunicación social no es un espectador, sino ante todo el usuario de un servicio público; es decir, se trata de un público de ciudadanos y no de consumidores. La comunicación social del Estado es un servicio público cuya competencia comprende toda la comunicación de interés público. Para lograr todo lo anterior, "la comunicación social del Estado debe, en primer lugar, sistematizarse; construirse en un sistema de Comunicación Social"¹⁶, ya que el grado de desarrollo de una sociedad, entidad, empresa o individuo puede medirse por su capacidad para comunicarse consigo mismo y con el mundo que lo rodea; medición posible con base en indicadores de comunicación social.

"Un sistema de comunicación social, dice Jaime Goded, es una relación organizacional (institucional) que se efectúa mediante la transmisión e intercambio de signos de interés individual y social"¹⁷. Así, el Estado y el gobierno, para comunicar socialmente de manera real, deben constituir una organización para la comunicación, que sea capaz de establecer procedimientos de coordinación social a través de un proceso informativo. La comunicación social del Estado debe ser organizadora y creadora de información.

De la misma manera en que se exige a los periodistas responsabilidad en sus juicios y a los periódicos responsabilidad en su información, debe exigirse al Estado responsabilidad en sus mensajes. "Y la responsabilidad en la comunicación se refiere al control del mensaje, esto es, a hablar con pleno conocimiento de causa, a no hablar de más ni de menos, a hablar con claridad y en el momento adecuado; para ello, el Estado debe controlar su comunicación, porque la comunicación social del Estado es un asunto profesional. Se trata de elaborar y precisar, para que sea efectivamente objeto y sujeto de comunicación, una política profesional de la comunicación social del Estado"¹⁸.

¹⁵F. Böckelmann, Formación y funciones sociales de la opinión pública, p. 200

¹⁶Jaime Goded, Cien puntos sobre la comunicación de masas en México, p. 68

¹⁷Goded, *op. cit.*, p. 72

¹⁸Goded, *op. cit.*, p. 69

Pero, cabe resaltar que el control del Estado sobre *su* comunicación social no puede ni debe confundirse con el control del Estado sobre *la* comunicación social.

Ante lo referido, el Estado debe contar con un sistema de Comunicación Social, cuyo objetivo general sea el de contribuir a la solución de los problemas. En ese sentido, la comunicación social debe ser integral para que cumpla plenamente con sus objetivos y debe sustentarse en el intercambio alternante de información, gobierno y opinión pública, fórmula que permite el entendimiento que motiva, convence y promueve la participación ciudadana, ya que desde el punto de vista político, la comunicación asegura la interacción entre gobernantes y gobernadores.

Asimismo, debe lograr entablar relaciones públicas eficaces y positivas con los medios de comunicación para, entre otras cosas, alimentar la notoriedad de la institución; mantener una imagen estratégica de comunicación, o al menos, una imagen conforme a su política global o suscitar un movimiento de empatía, de comprensión social y, coyunturalmente, difundir toda información útil al público, en lo que concierne a la institución y que esté ligada a una actualidad de interés general.

Karl Deutsch afirma que los gobiernos modernos deben contar con sistemas de decisión "equipados con dispositivos adecuados para la recolección de información externa e interna y para su transmisión a los puntos donde se efectúan las decisiones, así como para su análisis y evaluación antes de que ésta se tome"¹⁹.

Por consiguiente, la actividad de relaciones con la prensa, comprende, por su reciprocidad, acciones de seguimiento o monitoreo de la información periodística. Es fundamental por ello conocer todo lo que se dice en los medios a propósito de la institución y a propósito de los problemas de actualidad que le conciernen directa o indirectamente. De esta manera, los medios de comunicación colectiva, por una parte, y los sistemas de comunicación social encargados de conectar a empresas e instituciones con sus públicos, por otra, se convierten respectivamente en instituciones y *especialidades expertas* en proveer información acerca del acontecer social.

¹⁹Cit. pos. Jorge Pinto, Régimen legal de los medios de comunicación colectiva: lecturas básicas, p. 15

Por lo expuesto anteriormente, el Estado debe contar con un organismo que mantenga una relación informativa con los medios de comunicación y con él mismo, para solventar, primeramente, "una buena imagen" ante la opinión pública, y por otro lado, permita a los servidores públicos enterarse de manera sucinta y oportuna de la información que se genera en los diferentes medios informativos relacionadas con el Estado. Esos organismos son las Oficinas de Prensa o Unidades de Comunicación Social, como se les conoce hoy en día.

II. DE LAS OFICINAS DE PRENSA A LAS UNIDADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"... en las oficinas de prensa, que importan o que se cree que importan... los jóvenes analistas llegan a las cuatro o cinco de la mañana a sus sitios de trabajo y escudriñan diarios y revistas, y orientan su selección de lo significativo y organizan los recortes de prensa que los Altos Funcionarios leen para tranquilizarse con sus alarmas..."

Carlos Monsiváis

2.1 OFICINAS DE PRENSA

El gobierno, como institución administrativa de la sociedad, tiene la obligación de informar a la opinión pública y, en general, a todos los miembros de la comunidad sobre sus procederes, para lo cual requiere de un órgano que, mediante el empleo de los medios masivos de comunicación garantice la fluidez de su información, y a la vez, evite la difusión de informaciones parciales o la existencia de rumores, que pueden propiciar inestabilidad política, económica o financiera.

Es aquí donde se manifiesta primeramente la importancia de las Unidades de Comunicación Social, pues son el medio por el cual el gobierno debe informar constantemente con responsabilidad y veracidad al pueblo de las políticas de sus sectores de trabajo y de las repercusiones de los acontecimientos nacionales e internacionales en las mismas. Asimismo, estas oficinas también funcionan como órgano de captación, para mantenerse informado.

Por lo anterior, el gobierno a través del tiempo ha creado diversas instituciones que le permiten captar toda la información necesaria, las cuales han pasado por diversos nombres. Las actuales Unidades de Comunicación Social tienen sus antecedentes más recientes en las oficinas de Relaciones Públicas y de Prensa, las cuales prestan los mismos servicios que las primeras, pero su diferencia es que las Unidades de Comunicación Social y las Oficinas de Prensa generalmente son parte de instituciones gubernamentales, mientras que las de Relaciones Públicas, pertenecen a organismos privados.

Ciertamente, no hay organismo del gobierno que no tenga una Oficina de Prensa o Unidad de Comunicación Social. Ahora bien, antes de describir los objetivos, funciones y el marco jurídico de las Oficinas de Prensa, veamos cómo las define la Secretaría de Gobernación:

"Oficina cuyo objetivo es planear el desarrollo y promoción de la política comunicacional del gobierno de la República, a través de la estrecha cohesión de los medios del Estado y de la generación de nuevos vínculos con los medios impresos y electrónicos, así como privados, promoviendo el libre y equilibrado flujo informativo y

fortaleciendo los criterios de pluralidad, tolerancia y respeto que afiancen el proyecto de modernización social²⁰.

2.1.1 OBJETIVOS

Ahora bien, ¿cuál es la tarea de una oficina gubernamental de prensa? Es, sin lugar a dudas, la de comunicar lo básico para el mejor desempeño de la institución a la que sirve, aunque es de todos sabido que también entre sus objetivos está el solventar una "imagen favorable" del funcionario titular en turno, pues de su adecuado manejo depende en gran parte el éxito y la buena imagen del organismo al que pertenece.

En general, para cumplir con sus objetivos básicos, y dependiendo del rango de la dependencia a la que sirva, las Oficinas de Prensa, como ya mencionamos, de unos años a la fecha llamadas Unidades de Comunicación Social, cuentan con dos áreas básicas de trabajo²¹. Por un lado, la de información y síntesis, y por el otro, la difusión y relaciones públicas.

A la primera de tales áreas corresponderá el manejo de boletines y despachos informativos, en los que la dependencia hace del conocimiento público sus acciones, programas y puntos de vista particulares sobre hechos de interés público. Asimismo, se encarga de mantener informados sobre los sucesos que de una u otra manera le afecten, mediante las llamadas síntesis o carpetas, a los principales funcionarios. En algunas dependencias, a dicha área corresponde, asimismo, el llamado monitoreo de los medios electrónicos, que en conjunto con el recorte o monitoreo de prensa escrita, hacen posible la realización de tales síntesis informativas.

Por su parte, el área de difusión y relaciones públicas tendrá como objetivos básicos el mantener una relación estrecha con los diversos medios de comunicación que acuden a esa *fuentes*²²; así como, el diseño de políticas de difusión internas y externas, para un mayor conocimiento social de la

²⁰*Cit. pos.* Ricardo H. Munguía, Propuesta para la restructuración organizacional de la UCS de la Secretaría de Marina-Armada de México, p. 18

²¹Esta información se basa en la conferencia ofrecida en noviembre de 1994, por Raúl Peña López, jefe del Banco de Información de la UCS de la PGJDF, en las instalaciones de la ENEP Aragón.

²²Como los reporteros denominan al sector u oficina pública o privada, que están encargados de *cubrir*.

institución. Otro de los objetivos de las Unidades de Comunicación Social es aclarar ciertos puntos o agregar y desmentir la información vertida por una tercera persona. Como podemos observar, la propia organización de las Oficinas de Prensa las convierte en instituciones decisivas en el tráfico de mensajes.

Desde su creación, la función ideal de las Oficinas de Comunicación Social de las instituciones gubernamentales es informar a la sociedad a través de los medios de comunicación sobre los planes, programas y políticas de las dependencias y los servidores públicos, así como mantener un vínculo con la ciudadanía a través de los medios de información. Pero en la práctica existen varios elementos que impiden cumplir con sus objetivos, por lo que las oficinas de prensa generalmente no responden a las exigencias de comunicación de la sociedad. Por otro lado, cabe señalar que desde luego, la línea editorial debe ser establecida previo cambio de impresiones del titular de la dependencia y el responsable de Comunicación Social.

2.1.2 FUNCIONES

A grandes rasgos, las Unidades de Comunicación Social deben cumplir con las siguientes funciones:

- a) Planear, organizar, coordinar y ejecutar los programas de comunicación social y relaciones públicas de conformidad con los lineamientos que señala el titular de la institución.
- b) Ordenar, planear y organizar bancos de información, las síntesis informativas para funcionarios y los sistemas de evaluación y análisis pertinentes, para medir el rendimiento de las funciones que se desempeñan.
- c) Regular la distribución y elaboración de las publicaciones de la institución y atender a los representantes de los medios de comunicación.

2.1.3 MARCO JURÍDICO

El marco jurídico de las Unidades de Comunicación Social está dado por el Artículo 6° constitucional, cuya modificación para establecer el Derecho a la Información fue publicada el 5 de febrero de 1976, en el Diario Oficial de la Federación. Excepto este mandato constitucional, y un acuerdo de la Secretaría de Gobernación sobre el manejo de los recursos en las Unidades de Comunicación Social, publicado el 22 de diciembre de 1992 en el mismo Diario Oficial de la Federación, el marco jurídico de las oficinas gubernamentales de prensa se remite a las leyes orgánicas y reglamentos internos de las propias dependencias²³.

2.2 ANTECEDENTES A NIVEL MUNDIAL

Acerca de la creación de las primeras oficinas de prensa existen varias versiones que tienen que ver principalmente con el origen de la información oficial y el desarrollo mismo de la prensa escrita. Se dice que los primeros intentos para dar a conocer una información oficial a través de los medios de comunicación, se dieron en las llamadas agencias de prensa, entendiéndose a la agencia de prensa como una entidad comercial que tiene como fin distribuir el mayor número de informaciones válidas, ya sea a empresas encargadas de su difusión o a organismos privados.

Si bien las Unidades de Comunicación Social tienen como antecedentes a las de Relaciones Públicas y a las de Prensa, por el hecho de que el término *comunicación social* se empleó posteriormente, las tres tienen un antecedente mucho más remoto, si se considera que este tipo de oficinas tienden a enaltecer, explicar y justificar los servicios de un ser institucional ante la sociedad, para obtener de ésta su comprensión, buena disposición y voluntad.

“Durante la Revolución Francesa, en agosto de 1792, la Asamblea Nacional crea el primer organismo estatal oficialmente a cargo de la propaganda del gobierno: el Buro del Espíritu”²⁴. El canciller alemán Bismark utilizó la prensa y la convirtió en factor de poder, para lo cual creó el *Literatisches Bureau* (Buro de literatura), con el que financiaba periódicos en

²³ Información extraída del Manual de Organización de la UCS de la PGJDF, sin fecha de publicación.

²⁴ Antonio Menéndez, Movilización social, sus técnicas, publicidad, relaciones públicas y propaganda, p. 140

toda Europa, a fin de preparar a la opinión pública y hacerla aceptar las guerras que habría que sostener contra Dinamarca, Austria y Francia.

Finalmente, en 1870 para reforzar la función del Buro Literario, Bismark creó dentro del ministerio de Relaciones Exteriores una "oficina de prensa", que fue el primer centro oficial -o al menos el más antiguo de que se tiene registro- para entablar relaciones con los periodistas. Pero fueron los sucesores de Bismark al frente de la cancillería alemana, sobre todo Bulow, quienes acabaron por crear una oficina especial para sus relaciones con los periodistas²⁵. Un claro ejemplo del progreso e importancia que han cobrado estas oficinas, queda de manifiesto en la descomunal campaña que mediante su Ministerio de Propaganda desarrolló Hitler para implantar en la ideología del pueblo alemán el nazismo.

No obstante que durante la Segunda Guerra Mundial los medios de comunicación tenían sus limitaciones, Joseph P. Goebbels, quien dirigía el Ministerio de Propaganda, utilizó sus "habilidades propagandísticas y manipuladoras para proyectar con éxito la imagen de semidiós y convertir a Hitler en un ser perfecto para el pueblo alemán, al descubrir y aprovechar principalmente los recursos de transmisión que ofrecía la radio, como elemento fundamental de penetración entre el pueblo alemán y ante el mundo"²⁶.

En términos generales, a partir de este hecho, existen muchos estudios sobre la importancia del manejo y manipulación de los medios de comunicación para crear o proyectar una buena imagen de los gobernantes y de las instituciones. Y es aquí, donde se ubica buena parte de las acciones de las oficinas de prensa. En tiempo de paz y con los cimientos de las Oficinas de Propaganda surgieron las Oficinas de Relaciones Públicas o de Comunicación Social, tal y como se les conoce hoy en día, cuya finalidad es conocer y darse a conocer, siempre en pro de intereses específicos.

²⁵ José Martínez, Diccionario de Periodismo, p. 350

²⁶ Elia Sánchez, Las oficinas de comunicación social gubernamentales..., p. 38

2.3 ANTECEDENTES EN MÉXICO

Al igual que los antecedentes de las Oficinas de Prensa a nivel mundial, no se encontró coincidencia con la fecha o época del surgimiento de la primera oficina de prensa en México, pero se precisa su origen hacia los años 40. Además, no existe suficiente material bibliográfico y hemerográfico que apoyen el hecho, aunque podría decirse que la historia de las Oficinas de Prensa en nuestro país, es la historia de la expresión de voceros de los gobiernos surgidos del partido en el poder.

Desde la época de Maximiliano, su cortesano Olliver Rességuier, por instrucciones de Stefan Herzfeld, en 1885 planeaban la creación de un Gabinete Mexicano de Prensa. En los tiempos de Benito Juárez surgieron a su lado portavoces de la opinión pública, que bien pudieran haber sido los primeros comunicadores sociales, como Francisco Zarco, Ignacio Manuel Altamirano y Guillermo Prieto, quienes simpatizaban con la forma de gobierno de Benito Juárez, y que mediante sus publicaciones en los medios impresos de entonces fueron un importante apoyo para enarbolar las Leyes de Reforma²⁷.

Como Benito Juárez, "Porfirio Díaz se auxilió de un equipo de trabajo de carácter informativo que, de alguna manera, lo ayudó a mantenerse tanto tiempo en el poder, al influir en la opinión pública pudiente del país y, sobre todo, en la extranjera, la cual estaba muy pendiente de lo que ocurría en México. Asimismo, se valió de periódicos y periodistas para mantener y justificar su régimen"²⁸. Así, en la época de Porfirio Díaz, Rafael Reyes Spíndola, desde las columnas de *El Imparcial*, del que era director, transmitía el pensamiento y las tesis del gobierno.

Pero, "es hasta 1928, durante la presidencia de Plutarco Elías Calles, cuando se creó la Secretaría de Propaganda y Publicidad encargada de difundir y propagar la convocatoria para la Convención Nacional que daría surgimiento al Partido Nacional Revolucionario"²⁹, actualmente Partido Revolucionario Institucional. Esa Secretaría puede considerarse como la primera oficina de carácter institucional en las relaciones con la prensa.

²⁷ Sánchez, *op. cit.*, pp. 39-40

²⁸ Munguía, *op. cit.*, p. 28

²⁹ Sánchez, *op. cit.*, p. 40

Durante la Convención Nacional del PNR, en 1929, se eligió como secretario de Prensa a Melchor Ortega, a quien se le dieron las atribuciones de tener a su cargo todo lo relativo a información, propaganda y publicidad; hacer declaraciones a la prensa con autorización del Comité Ejecutivo del Presidente mismo; dirigir, orientar y controlar la campaña periodística del Partido, de acuerdo con las instrucciones del mismo³⁰.

Dos años después, "en 1931, durante la presidencia de Pascual Ortiz Rubio, Lázaro Cárdenas creó en la Secretaría de Gobernación la Dirección General de Información, área encargada de reportear en las dependencias gubernamentales y de difundir la información institucional"³¹. Fue tal la importancia de las actividades que desarrollaba la Dirección de Publicidad y Propaganda que el propio Cárdenas, cuatro meses después, emitió un segundo decreto mediante el cual se creó el Departamento de Publicidad y Propaganda, organismo que pasaba a depender del Ejecutivo con algunas funciones adicionales, siendo éste el antecedente formal de las llamadas primero Oficinas de Prensa, después de Información y Relaciones Públicas y actualmente de Comunicación Social.

En diciembre de 1936, durante el sexenio de Cárdenas, en sustitución del Departamento de Publicidad y Propaganda, se crea el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, encomendado inicialmente a Agustín Arroyo, de esta manera, coinciden especialistas, "Cárdenas logró centralizar la información del Estado para la prensa"³², haciendo de este organismo un auténtico intermediario entre el Presidente de la República y los grandes diarios de esa época y los corresponsales extranjeros, sobre todo, mediante la práctica de los boletines que instituyó como política de información.

Posteriormente, con Manuel Avila Camacho en la Presidencia, desapareció el Departamento y se nombró a un reportero por cada dependencia; y aún cuando no había ningún jefe de prensa, ni oficinas, el reportero de la Presidencia, en ese entonces Juan Martínez Ruiz, coordinaba tanto a los reporteros de las otras dependencias, como a los periodistas que acudían por información. Se encargaba de transmitir verbalmente la información de los acuerdos que sostenía el Presidente de la República con los secretarios y posteriormente les conseguía una entrevista en la que los

³⁰ Sánchez, *op cit.*, p. 41

³¹ *Ibidem*

³² Fátima Fernández, Los medios de difusión masiva en México, p. 79

funcionarios reiteraban lo que ya les había informado Martínez Ruiz, convirtiéndose en una especie de conferencia diaria de prensa sobre los acuerdos del titular del Ejecutivo³³.

Con esa política de comunicación, durante el periodo del presidente Avila Camacho, se da una mayor penetración de la prensa y se acrecienta la importancia de crearle al mandatario una imagen sólida, como la de su antecesor, buscando fortalecer el concepto del presidencialismo. Se crea así, en 1940, "la Dirección General de Información, dependiente de la Secretaría de Gobernación, cuyo titular fue José Altamirano, también con el fin de centralizar la información oficial"³⁴, simultáneamente surgieron en forma embrionaria y rudimentaria las oficinas de prensa en varias dependencias públicas.

A partir de 1940, las funciones de comunicación pública quedaron bajo la égida de oficinas especializadas, ubicadas en cada una de las dependencias gubernamentales. Pero, fue durante el sexenio del presidente Miguel Alemán, en 1946, cuando se creó oficialmente la primera Oficina de Prensa y Relaciones Públicas de la Presidencia de la República, a cargo de Manuel Espejel Alvarez como jefe de esa oficina, y después en cada dependencia gubernamental, abriéndose a los reporteros todas las fuentes oficiales de información, con el objetivo original de ser un canal de difusión para informar de las actividades de una dependencia o de un determinado funcionario, pero también asumiendo la dirección de información.

"Con el establecimiento de las Oficinas de Prensa, se amplía la elaboración de boletines destinados a los periódicos y, de esa manera, se logran los objetivos del Estado de difundir la versión oficial de los hechos nacionales, colocándola casi textualmente en las primeras planas de los medios impresos"³⁵. El proyecto respondió inicialmente a un reclamo para que hubiera una mayor fluidez de la información hacia la sociedad. Sin embargo, esta idea no tardó mucho en desvirtuarse y las Oficinas de Prensa se convirtieron solamente en voceros oficiales del gobierno.

³³ Sánchez, *op. cit.*, p. 42

³⁴ Fernández, *op. cit.*, p. 79

³⁵ Sánchez, *op. cit.*, p. 48

"Con Adolfo Ruiz Cortines y Adolfo López Mateos se afianzó en el liderazgo de la información oficial con Humberto Romero, quien fungió con el primero como jefe de Prensa, y con el segundo como secretario particular. Fue sin duda la cabeza de la información en ambos sexenios, pues su influencia era muy grande sobre los medios masivos de comunicación, al mantener relaciones muy estrechas con los directores de los medios impresos y electrónicos, así como con los columnistas de mayor renombre"³⁶.

En el periodo presidencial de Gustavo Díaz Ordaz se da una gran especialización dentro de las Oficinas de Prensa, tanto en su estructura orgánica como en los servicios que proporcionaban. Este fenómeno es simultáneo y en relación directa al crecimiento de los consorcios de televisión, que al crear noticieros exigen servicios específicos que implican la especialización del personal de las Oficinas de Prensa para la atención a los reporteros de prensa escrita, radio, televisión y requerimientos económicos y administrativos más elevados.

"En lo sucesivo, las Oficinas de Prensa fueron adquiriendo mayor importancia y se hicieron acreedoras a mayores presupuestos, hasta que en el gobierno de Luis Echeverría Álvarez pasan de simples oficinas a grandes Direcciones Generales de Comunicación Social. Durante este sexenio y los dos siguientes, es decir, los de José López Portillo y Miguel de la Madrid, estos organismos se mantienen en un lugar privilegiado dentro de la misma estructura gubernamental"³⁷.

Así, con José López Portillo hubo varios cambios en materia de comunicación, comenzando por los titulares de la Oficina de Prensa. Rodolfo Landeros Gallegos inició el sexenio, continuó Luis Becerra, luego pasó Fernando M. Garza quien simultáneamente dirigía el periódico *El Nacional*, el cual fue sustituido por Luis Javier Solana, y quien terminó la última etapa del sexenio fue Francisco Galindo Ochoa, el cual había ocupado el cargo durante el sexenio de Díaz Ordaz.

En ese mismo periodo se suscitaron otros cambios: primero, "la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas pasó a ser Dirección General de Información y Relaciones Públicas de la Presidencia de la República, como una Unidad de

³⁶ Munguía, *op cit.*, p. 30

³⁷ *Ibidem*

Coordinación y Apoyo del titular del Ejecutivo y, posteriormente, a Galindo Ochoa le tocó ser el primer *Coordinador General de Comunicación Social*³⁸. A la par, todas las dependencias del sector oficial, por pequeñas que fueran, contaban con una *Oficina de Prensa*, que "jerarquizaban por completo, hacia el exterior, el flujo informativo y que, entre otras cosas, asume la descripción del trabajo político para los medios masivos de comunicación"³⁹.

Otro hecho destacado con López Portillo es que se pretendió que la *comunicación social del gobierno federal* fuera manejada desde la *Secretaría de Gobernación*, con la creación de una *Subsecretaría* para la atención de los medios de comunicación y para las áreas de comunicación social de las entidades del gobierno. Al frente de esa *Subsecretaría* estuvo Fernando Pérez Correa.

Sobre la política de comunicación social de José López Portillo, Fátima Fernández relata:

"... Nos referimos a los lineamientos de comunicación social que han de seguir los funcionarios públicos a cuyo cargo esté la difusión de noticias gubernamentales.

Cuando un gobernante, a dos años del inicio de su gestión, tiene que solicitar a los difusores oficiales, coherencia y sistematización con el fin de ofrecer una imagen única del gobierno, él mismo está manifestando que hasta el momento tal imagen ha sido confusa y contradictoria. Esto aunado al hecho de que en menos de dos años ha habido tres funcionarios distintos al frente de la *Dirección General de Información y Relaciones Públicas de la Presidencia*.

Efectivamente, el manejo de la información gubernamental no ha sido eficiente, pero no por falta de recursos ni de personal destinado a las *Oficinas de Prensa*, sino por dos razones de mayor fondo: la primera, el desgaste de los mecanismos que para el control de la

³⁸Sánchez, *op cit.*, p. 52

³⁹Karin Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, p. 63

información instauró el Estado Mexicano durante el gobierno cardenista. Y la segunda, la división que existe en el seno del aparato gubernamental respecto a la política general del régimen.

Los mecanismos de control informativo instaurados a finales de la década de los años treinta, respondieron a la necesidad que tenía el Estado en su etapa de consolidación, de organizar los distintos sectores sociales por rama de actividad⁴⁰.

Después, al día siguiente de asumir la presidencia de la República, Miguel de la Madrid dio a conocer, entre otras iniciativas presidenciales, una para modificar la Ley Organizacional de la Administración Pública, mediante la cual la comunicación social quedaba bajo la responsabilidad de la Secretaría de Gobernación, que tendría a su cargo la normación del manejo de recursos patrimoniales del Estado para información, propaganda y relaciones públicas, además de la puesta en práctica de la política estatal con relación a los diferentes medios de comunicación.

En cuanto al gobierno de Carlos Salinas (1988-1994), la Secretaría de la Contraloría General de la Federación informó que a partir de enero de 1993 se reducirían aproximadamente 300 mil millones de viejos pesos al presupuesto de las Oficinas de Comunicación Social y Difusión de las secretarías de Estado y organismos paraestatales.

En tanto, el 18 de febrero de 1993, en reunión celebrada entre funcionarios de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República y los responsables de la administración de algunos medios de comunicación del país, se determinó que a partir del mes de marzo, las empresas asumirían los gastos generados por sus representantes a las giras nacionales del Ejecutivo Federal, tal como ya se hacía en las internacionales, sin afectar la información que siempre se les había proporcionado, como es la distribución de transcripciones textuales, materiales gráficos y transmisión de sonido e imagen para la comunicación visual y servicios de prensa⁴¹.

⁴⁰ Fernández, *op. cit.*, p. 226

⁴¹ Boletín de Prensa número 120 de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República del 18 de febrero de 1993, *cit. Pos. Sánchez, op. cit.*, p. 67.

2.4 SITUACIÓN ACTUAL

Como podemos ver, durante las últimas décadas, el gobierno federal ha realizado varios cambios en su política de comunicación social, ya sea mediante una nueva reglamentación de los medios de comunicación, reestructurando las Oficinas de Prensa o creando otras, pero esto no le ha resultado del todo fácil: los medios y la sociedad reclaman una mayor y mejor información. A esto debemos agregar el profundo desgaste que existe de los mecanismos tradicionales de control del Estado en materia de información y comunicación.

Así, con esa gama de oficinas de prensa, opinan especialistas, se amplía la posibilidad del gobierno de mantener el control de la información que genera y que difunde, mediante la elaboración de boletines destinados a los medios de comunicación y, de esa manera, se logran los objetivos de legitimación del poder. Cabe señalar que, de acuerdo con algunos expertos en el tema, la aparición y evolución de esas oficinas, como se ha visto, se ha caracterizado por una relación "perversa" entre el poder gubernamental y los medios. Debido al manejo de los boletines, los "apoyos" económicos a los reporteros, a las asignaciones de publicidad, las oficinas y sus productos informativos han ido perdiendo credibilidad.

Aunque, contrariamente, en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, presentado por el Presidente Ernesto Zedillo, se observa cómo el Estado ahora pretende que las Unidades de Comunicación Social sean vistas como parte esencial de las referencias para la evaluación de los resultados de las acciones de gobierno:

"Asimismo, debe crearse mecanismos de interlocución gubernamental permanente para conocer y tomar en cuenta la opinión de las organizaciones sociales acerca de los problemas nacionales y sus propuestas de solución"⁴².

También, en la presente administración, como en las anteriores, se han llevado a cabo varios cambios en la política de comunicación social. Cuando tomó posesión, el primero de diciembre de 1994, Zedillo nombró como coordinador general de Comunicación Social de la Presidencia de la República a Carlos Salomón Cámara, quien fue relevado en 1996 por Carlos Almada, quien ocupaba

⁴²Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, Ejecutivo Federal, p. 67

el cargo de secretario técnico del Instituto Federal Electoral, y junto con el nombramiento de Almada, apareció la figura del vocero oficial de la Presidencia de la República. Salomón es titular de la Lotería Nacional, mientras que Carlos Almada asumió la Embajada de México en Portugal. Posteriormente, el cinco de septiembre de 1997, Zedillo nombró al extitular de la Procuraduría Federal del Consumidor, Fernando Lerdo de Tejada, como director general de Comunicación Social y vocero de la Presidencia.

Empero, ante las próximas elecciones del 2000, Lerdo de Tejada fue nombrado el pasado nueve de marzo coordinador general de la campaña del candidato del PRI al Gobierno del DF, Jesús Silva Herzog. Y en su lugar, el presidente Zedillo nombró a Marco Provencio, quien fungía como vocero de la SHyCP.

Ahora bien, de acuerdo con el Directorio de Comunicación Social de la Presidencia de la República, actualmente existen 187 Oficinas de Comunicación Social, entre ellas, la de la Presidencia de la República, secretarías de Estado, Gobierno del DF, Poder Legislativo, Poder Judicial, gobiernos estatales, partidos políticos, Procuraduría General de la República y la de la Procuraduría General de Justicia del DF. Esta última Unidad de Comunicación Social es el objeto de nuestra investigación. Veamos.

III. UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PGJDF

"Y asistimos a un desplazamiento de funciones: Los dueños del poder ya no leen y, casi, ya no ven televisión. Y los jóvenes comunicólogos orientan la lectura de los *High* y *Mighty...*"

Carlos Monsiváis

3.1 PROCURADURÍA GENERAL DE JUSTICIA DEL DISTRITO FEDERAL

La Procuraduría General de Justicia del DF (PGJDF) es la dependencia del poder Ejecutivo Federal que tiene a su cargo el ejercicio de las atribuciones conferidas al Ministerio Público del DF, en términos de las disposiciones constitucionales de la Ley Orgánica de la PGJDF y otras disposiciones legales, así como los reglamentos, decretos, acuerdos y órdenes del Presidente de la República.

Para el ejercicio de las atribuciones, funciones y despacho de los asuntos que le competen, dicha dependencia está integrada por un encargado del despacho, es decir, el procurador general de Justicia del DF; por tres subprocuradores, de *Averiguaciones Previas*, de *Control de Procesos* y de *Asuntos Jurídicos y Política Criminológica*; por nueve direcciones generales, entre ellas las de *Averiguaciones Previas*, *Policía Judicial*, *Servicios Periciales*, *Asuntos Jurídicos y Ministerio Público*; una *Oficialía Mayor*, una *Contratoría Interna*; once delegaciones regionales y una *Unidad de Comunicación Social*, entre otras áreas.

Como dependencia del poder Ejecutivo Federal, encargada de la justicia pronta y expedita, la PGJDF vela por el cumplimiento de la legalidad y garantiza la seguridad pública de los capitalinos, quienes necesitan recuperar la credibilidad en sus instituciones, y entre ellas, la de la Procuraduría distritense. Por ello, resulta prioritario que su actuación sea cabalmente comprendida y razonada por el ciudadano, a través de un proceso integral de comunicación, que permita una difusión institucional para coadyuvar a que los habitantes de la ciudad de México conozcan las tareas de la Procuraduría para responder, en su ámbito de competencia, a la problemática surgida de la procuración de justicia y seguridad pública, y de esta manera, al proyectar una positiva y real función propia, se redundará en la reconquista de la confianza de la ciudadanía en las instituciones.

Por lo anterior, fue creada un área de *Comunicación Social* que, entre otras cosas, difunde las acciones de la PGJDF que son susceptibles de ser comunicadas a la sociedad en su conjunto. De esta manera, a través de la *Unidad de Comunicación Social*, la PGJDF habrá de manifestarse ante la opinión pública como el instrumento del Estado que garantiza un sistema de justicia y seguridad pública en el DF.

3.2 UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PGJDF

La PGJDF, como toda dependencia del gobierno federal, cuenta con una unidad administrativa denominada Unidad de Comunicación Social, a efecto de fortalecer la imagen de la institución; mantener oportuna y permanentemente informada a la población sobre el desarrollo de los programas de trabajo más relevantes que ha desarrollado la institución, y de esta forma, contribuir a la difusión homogénea de las actividades que en materia de procuración de justicia efectúa.

Esta Unidad de Comunicación Social tiene conferidas las atribuciones de planear, organizar, coordinar, ejecutar y evaluar los programas y acciones de comunicación social que se deriven del desarrollo de las funciones que tiene encomendada la institución, así como de las que disponga el Procurador, con base en los lineamientos y normatividad que establezca la Secretaría de Gobernación, conforme a su competencia.

3.2.1 ANTECEDENTES

El primero de enero de 1972, siendo Procurador el doctor Sergio García Ramírez, entró en vigor la Ley Orgánica de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal y Territorios Federales. Esta Ley es la primera que hace referencia en su denominación a la Procuraduría y no a la Institución del Ministerio Público, toda vez que el contenido de la Ley no sólo es la organización y funcionamiento del Ministerio Público, sino de todas las actividades relativas a la procuración de justicia. En ella se establece por primera vez que dentro de las unidades administrativas de la Procuraduría se considera una Dirección General de Relaciones Públicas.

Esta dirección General tuvo por objeto reunir y difundir información sobre las actividades propias de la Procuraduría, editar y distribuir publicaciones informativas que realizará la institución y, en general, orientar al público sobre las tareas de procuración de justicia y sobre los derechos y obligaciones de los particulares frente a la misma.

La Ley Orgánica de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 15 de diciembre de 1977 y se estableció que dentro de la organización de la Procuraduría se contemplara un Director y Subdirector General de Relaciones Públicas y Difusión, y un Subdirector de Difusión. Para el ejercicio de sus atribuciones, funciones y despacho de los asuntos de su competencia, la Procuraduría, conforme a este Reglamento constaría, además de los servidores públicos señalados, de una Dirección General de Prensa y Difusión.

En 1982 se contaba con dos áreas: una a nivel de asesoría, denominada Dirección General de Relaciones Públicas y Difusión, dependiente del titular de la institución, y la otra, Área de Comunicación, dependiente de la Coordinación General de Apoyo Científico y Técnico, que contaba con dos subdirecciones y dos departamentos.

Un año después, en 1983, estas dos áreas, la de Relaciones Públicas y Difusión y la de Comunicación, se fusionaron dando entrada a la creación de la Dirección de Prensa y Difusión, la cual contaba con una Subdirección de Prensa y Difusión y dos Unidades Departamentales: la de Promoción y la de Redacción y Difusión. Esta estructura estuvo vigente hasta finales de 1988.

Más tarde, el 12 de enero de 1989 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación un nuevo Reglamento de la Ley Orgánica de la PGJDF y una de las reformas en este nuevo ordenamiento es la transformación de la Dirección General de Prensa por la Unidad de Comunicación Social. Así, la Unidad de Comunicación Social se estructura con nivel de Dirección General y cuenta con dos direcciones de área, tres subdirecciones y ocho unidades departamentales.

Para el 17 de julio de 1996 se publica el Reglamento de la Ley Orgánica de la Procuraduría del Distrito Federal, que plasma el ámbito de competencia de la Unidad de Comunicación Social y las atribuciones que le han sido encomendadas.

3.2.2 MARCO JURÍDICO

Como toda área de Comunicación Social del Estado mexicano, esta Unidad se deriva del artículo 6° Constitucional, cuya modificación para establecer el derecho a la información fue publicada el 5 de febrero de 1976, en el Diario Oficial de la Federación. Excepto este mandato constitucional y un acuerdo de la Secretaría de Gobernación sobre el manejo de los recursos en las Unidades de Comunicación Social, publicado el 22 de diciembre de 1992 en el Diario Oficial de la Federación, el marco jurídico de la UCS de la PGJDF se remite a la propia Ley Orgánica de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, específicamente a los artículos primero, segundo y trigésimo séptimo.

De estos ordenamientos, es el artículo 37° el que establece las atribuciones de la Unidad de Comunicación Social.

3.3 OBJETIVOS Y FUNCIONES

El objetivo general de esta unidad de Comunicación Social, de acuerdo con el más reciente *Manual de Organización*⁴³ es difundir las políticas, programas, actividades y resultados obtenidos referentes a la procuración de justicia, con el propósito de propiciar el fortalecimiento y consolidación de la imagen pública institucional. Para estos fines, la institución debe cumplir con las siguientes funciones:

a) Instrumentar mecanismos y políticas que permitan el fortalecimiento y consolidación de la imagen pública de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, así como difundir a través de los medios de comunicación los programas, actividades y resultados obtenidos en materia de procuración de justicia.

b) Establecer, difundir y vigilar las normas y políticas en materia editorial, producción audiovisual, información, campañas y estrategias de comunicación social, a efecto de consolidar la imagen institucional.

⁴³Manual de Organización Específico de la Unidad de Comunicación Social de la PGJDF, de 1997.

c) Coordinar, apoyar y asesorar a las unidades administrativas y órganos desconcentrados en la organización de eventos que requieran el protocolo y relaciones públicas.

d) Dirigir y coordinar la elaboración, reproducción y distribución de las publicaciones oficiales y síntesis periodísticas de la Procuraduría.

e) Mantener una estrecha coordinación y comunicación con las diferentes unidades administrativas, a efecto de recabar e integrar la información relativa a las acciones, eventos y programas de procuración de justicia y elaborar los boletines y documentos informativos.

f) Dirigir y coordinar la elaboración, actualización y edición de materiales fílmicos, radiofónicos, impresos y otros documentos escritos relativos a las diversas acciones de la Procuraduría o en los demás asuntos en que ella interviene, así como la elaboración de los informes sobre los hechos más relevantes y proporcionarlos oportunamente a los medios de comunicación.

g) Concertar y gestionar la obtención de tiempos oficiales e inserciones en los medios masivos de comunicación, para difundir los programas y acciones relacionadas con las actividades propias de la Institución y monitorear y evaluar el impacto de la información difundida.

h) Organizar y mantener actualizado el Banco de Información de las difusiones masivas que emite la Procuraduría, así como de las recopilaciones de notas periodísticas radiofónicas y televisivas relacionadas con el quehacer institucional.

i) Establecer mecanismos de permanente enlace con los medios de comunicación nacionales y organismos representativos de los sectores público y privado relacionados con esta actividad.

j) Participar en la elaboración, ejecución y supervisión de los programas de comunicación social de la Institución en coordinación con la Secretaría de Gobernación.

k) Determinar y coordinar la elaboración de los informes sobre las actividades más relevantes del Procurador, a través de publicaciones.

l) Realizar estudios y encuestas de opinión pública que permitan estructurar o modificar el programa de comunicación social de la Institución y tener elementos de juicio para conocer su impacto en la sociedad.

m) Coordinar y dirigir los programas de comunicación social y de relaciones públicas conforme a la normatividad establecida por la Secretaría de Gobernación que emita el Procurador.

n) Analizar la información que deba proporcionarse a los medios de comunicación sobre los programas y actividades a difundirse, así como los servicios que proporciona la Institución.

Para cumplir con las funciones antes mencionadas, la Unidad de Comunicación Social cuenta con diferentes áreas: Dirección General; Dirección de Difusión y Relaciones Públicas; Dirección de Radio, Televisión y Ediciones; Dirección de Información y Análisis y una Coordinación Administrativa. Veamos cuáles son sus funciones.

3.3.1 DIRECCIÓN GENERAL

Al frente de la Unidad de Comunicación Social, habrá un Director General quien tendrá las siguientes atribuciones:

a) Planear, organizar, coordinar y ejecutar los programas de comunicación social con sujeción a las disposiciones legales aplicables y a los lineamientos que establezca el Procurador.

b) Recabar de las distintas áreas de la Procuraduría informes y documentos necesarios para la elaboración de los proyectos de boletines informativos.

c) Elaborar los boletines y documentos informativos especiales y distribuirlos entre los medios de comunicación.

d) Elaborar los materiales audiovisuales y publicaciones oficiales de la Procuraduría para su difusión entre la comunidad, con base en los proyectos recabados de las distintas unidades administrativas y supervisar su impresión y distribución.

e) Recopilar las informaciones relativas a las actividades de la Procuraduría y otras que resulten de interés para la misma y hacerlas llegar a las unidades técnicas administrativas que la requieran.

f) Mantener un archivo de las informaciones emitidas, así como de las recopilaciones de notas periodísticas, radiofónicas, televisivas, carteles, materiales audiovisuales y otras publicaciones oficiales de la Procuraduría para su consulta por las áreas interesadas.

g) Elaborar y editar los análisis, resúmenes, compilaciones y demás documentos, notas audiovisuales o gráficos relativos a las diversas acciones de la Procuraduría o a los asuntos en que interviene, así como los que específicamente ordene el procurador.

h) Atender a los representantes de los medios de comunicación con sujeción a los lineamientos que establezca el Procurador.

i) Mantener informada a la población sobre el desarrollo de los programas de la Procuraduría y contribuir a la difusión homogénea de las actividades de procuración de justicia de acuerdo con la normatividad en la materia.

j) Realizar estudios y encuestas de opinión pública que permitan estructurar o modificar el Programa de Comunicación Social de la Procuraduría para tener elementos de juicio y conocer su impacto en la sociedad.

k) Desarrollar mecanismos y estrategias que permitan obtener y coordinar la información generada por las diversas áreas de la Procuraduría, a fin de darle el seguimiento que corresponda.

3.3.2 SECRETARÍA PARTICULAR

Este departamento tiene como objetivo atender los asuntos oficiales, institucionales y confidenciales que le solicite el titular de la Unidad de Comunicación Social; asimismo, establecer comunicación permanente con las unidades administrativas de la Procuraduría, así como con las dependencias y

entidades del Gobierno Federal, con el fin de apoyar el desarrollo de las funciones encomendadas a la Unidad de Comunicación Social.

3.3.3 COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA

El objetivo de la Coordinación es proporcionar los servicios administrativos con la oportunidad requerida por las áreas administrativas que integran la Unidad de Comunicación Social, con el propósito de satisfacer sus necesidades de recursos financieros, humanos, materiales y de informática a través del manejo de los recursos asignados.

3.3.4 DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

En esta Dirección se difunden los programas, objetivos y actividades de la PGJDF, a través de los medios de comunicación con el propósito de informar a la población capitalina sobre el desarrollo de la procuración e impartición de justicia en la ciudad de México, y se realizan actividades como:

- a) Organizar, programar, coordinar y dirigir los programas de comunicación social, difusión y de relaciones públicas, de conformidad con los lineamientos generales que para tal efecto emita la UCS.
- b) Proponer al titular de la UCS, las políticas de difusión y de relaciones públicas, así como los programas de ejecución de las mismas.
- c) Establecer la coordinación necesaria con los representantes de los medios de comunicación con el fin de fijar las estrategias de difusión de las acciones y actividades de la Procuraduría.
- d) Coordinar, dirigir y supervisar la elaboración del material informativo que será transmitido por cine, radio, televisión y medios impresos, así como la realización de material audiovisual para uso interno.
- e) Coordinar y dirigir los programas y campañas de procuración e impartición de justicia, así como aquellas diseñadas para la prevención de los delitos en el Distrito Federal que difunda la institución.

f) Gestionar ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación el uso de tiempos oficiales en los medios masivos de comunicación para difundir las acciones y actividades que lleva a cabo la Procuraduría.

g) Establecer, promover y coordinar las relaciones públicas de la Procuraduría capitalina con los representantes de las dependencias, instituciones, entidades y organismos de los sectores público, social y privado, así como los de los medios de comunicación.

h) Promover, organizar y dirigir la relación de eventos culturales y sociales, mediante el desarrollo de conferencias, seminarios, congresos y mesas redondas sobre temas relacionados con el quehacer institucional o de interés para la Procuraduría.

i) Coordinar y dirigir el protocolo de atención que deba darse a los representantes de los medios de comunicación y a los funcionarios de instituciones y visitantes distinguidos.

3.3.4.1 SUBDIRECCIÓN DE DIFUSIÓN

Aquí, se desarrollan campañas y estrategias relacionadas con la procuración e impartición de justicia que lleva a cabo la PGJDF, para su transmisión a través de los medios masivos de comunicación. Las actividades realizadas son:

a) Organizar y desarrollar conjuntamente con las diversas unidades administrativas de la Procuraduría, campañas de difusión relativas a las acciones y actividades institucionales para ser transmitidas por los diversos medios de comunicación.

b) Coordinar acciones con la Subdirección de Análisis, a efecto de preparar el material informativo que deba darse a los medios de comunicación.

c) Coordinar y supervisar la participación de los representantes de los medios de comunicación en los eventos realizados por la institución.

d) Coordinar y supervisar el diseño de estrategias creativas de difusión y proponerlas a la Dirección de Difusión y Relaciones Públicas.

e) Supervisar la realización de las campañas de difusión y aplicar mecanismos para evaluar el impacto social de la información difundida, así como el grado de aceptación de los medios de comunicación utilizados.

f) Supervisar y controlar que el material de difusión y diseño gráfico se elabore conforme a las normas y criterios establecidos por la UCS.

g) Coordinar y supervisar la atención que se brinda a los representantes de los medios de comunicación, proporcionándoles las facilidades y los materiales informativos que requieran.

h) Gestionar la obtención de tiempos oficiales ante la Secretaría de Gobernación y tramitar las órdenes de inserción ante representantes de los medios de comunicación, para difundir las actividades de la Procuraduría.

i) Coordinar y supervisar la producción, reproducción y distribución del material informativo relativo al actuar para ser difundido por los medios masivos de comunicación.

j) Coordinar y supervisar al Líder Coordinador de Proyectos adscrito a la Subdirección de Difusión, vigilando que realice su función conforme a los sistemas y procedimientos establecidos para el manejo de la información generada en la Procuraduría.

3.3.4.2 SUBDIRECCIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS

Este departamento es el encargado de diseñar e instrumentar estrategias y campañas publicitarias y de comunicación que permitan informar a la población capitalina sobre las acciones y programas que lleva a cabo la Procuraduría, a efecto de propiciar una mejor imagen institucional. Dicho de otra forma, se encarga de:

a) Programar y dirigir la elaboración de las campañas de información ciudadana, programas de relaciones públicas de conformidad con los lineamientos establecidos por las autoridades superiores.

b) Coordinar y llevar a cabo las campañas publicitarias y de orientación enfocadas a informar a la población capitalina sobre el desarrollo de los programas que lleva a cabo la Procuraduría.

c) Organizar y supervisar la distribución de los materiales publicitarios, impresos audiovisuales para su presentación en las diversas instituciones y dependencias de los sectores público, privado y social.

d) Coordinar y supervisar la producción y reproducción del material informativo para ser difundido por los diversos medios de comunicación.

e) Promover y fomentar las relaciones públicas de la Procuraduría con las dependencias, entidades, organismos institucionales y representantes de los sectores público, privado y social, así como con los diversos medios de comunicación.

f) Coordinar y ejecutar los programas y campañas informativas de seguridad ciudadana y de prevención del delito, entre los diferentes sectores de la sociedad capitalina utilizando para ello todos los medios de difusión a su alcance.

g) Establecer, colaborar y promover el intercambio de experiencias con las organizaciones vinculadas con la seguridad pública y procuración de justicia interesadas en la materia.

h) Promover y organizar eventos que contribuyan a establecer vínculos con otras instituciones y a difundir los programas y las actividades que realiza la Procuraduría.

3.3.5 DIRECCIÓN DE RADIO, TELEVISIÓN Y EDICIONES

Esta dirección emite y establece las normas y lineamientos para la elaboración de material y programas de radio y televisión inherentes a la

procuración e impartición de justicia, y los distribuye entre los medios de comunicación para su difusión a la comunidad capitalina con el fin de fomentar y consolidar la imagen institucional. Estas son sus funciones:

a) Dirige y supervisa la elaboración de programas y noticieros de radio y televisión que se generen en la Procuraduría, observando que éstos se realicen de conformidad con los lineamientos y políticas emitidas por la UCS.

b) Establecer mecanismos y programas de trabajo que permitan cubrir con toda oportunidad las actividades del titular de la Procuraduría y de los demás servidores públicos que lo requieran en el desempeño de sus funciones.

c) Dirigir, coordinar y supervisar la cobertura de ceremonias, conferencias de prensa y entrevistas que lleve a cabo el Procurador y demás funcionarios de la institución, con el objeto de respaldar con imagen y sonido el evento y remitirlos a los medios electrónicos de comunicación para complementar la edición de boletines informativos.

d) Organizar y supervisar la edición del boletín radiofónico relativo a las acciones y actividades que realiza la Procuraduría con el propósito de que los reporteros de radio que cubren la fuente informativa, cuenten con la información necesaria y oportuna para la elaboración de los reportes informativos que transmiten en sus respectivas estaciones y frecuencias de radio.

e) Establecer los mecanismos de comunicación con los coordinadores de los programas radiofónicos y televisivos, con el propósito de sugerir temas informativos relevantes sobre la procuración de justicia en el Distrito Federal.

f) Coordinar y supervisar la recopilación de imágenes y sonido de las actividades que se desarrollan en la Procuraduría con el objeto de indicar a los medios de comunicación sobre la proyección de temas que se relacionen con la institución.

g) Implementar mecanismos de coordinación permanente con la Dirección de Relaciones Públicas con el propósito de ampliar los enlaces radiofónicos y televisivos al mayor número de medios de comunicación para impulsar la imagen de la institución entre la ciudadanía.

h) Desarrollar e implantar programas de registro y control de la imagen y sonido de los eventos que se realicen en la PGJDF, así como el mantenimiento de los equipos de video y grabación de la UCS.

3.3.6 DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS

El objetivo de esta coordinación es captar y analizar la información referente al quehacer institucional, así como elaborar y editar los análisis, resúmenes, compilaciones y demás escritos, audiovisuales o gráficos relativos a las diversas acciones de la Procuraduría, con el propósito de difundirlos entre la población capitalina a través de los medios de comunicación. Las funciones que debe cumplir son:

a) Emitir y establecer las normas, políticas y lineamientos para la recopilación, análisis y proceso de la información generada por los distintos medios de comunicación relacionada con la procuración de justicia que realiza la institución.

b) Implementar, organizar y desarrollar los programas de comunicación social de conformidad con los lineamientos y la normatividad establecida para el manejo de la información en la institución.

c) Dirigir y supervisar las acciones para captar a través de los diferentes medios de comunicación la información generada por el titular y demás funcionarios de la Procuraduría para ser difundida a los diferentes segmentos de opinión, acerca de los programas y actividades de la institución.

d) Dirigir y supervisar la elaboración de los boletines y comunicados de prensa, documentos informativos especiales y materiales audiovisuales de la Procuraduría para su distribución a los medios de comunicación.

e) Coordinar y supervisar la elaboración y edición de análisis, materiales filmicos, radiofónicos, audiovisuales o gráficos, compilaciones y demás documentos escritos relativos a las diversas acciones de la Procuraduría o a los demás asuntos en que ella interviene.

f) Organizar y supervisar la elaboración, reproducción y distribución de las publicaciones oficiales, así como de las síntesis periodísticas e informaciones de la Procuraduría.

g) Coordinar y dirigir el diseño e implantación de mecanismos y estrategias que permitan la obtención y control de la información generada por las diversas áreas de la Procuraduría y evaluar los resultados obtenidos.

h) Organizar, controlar y mantener actualizado el Banco de Información y el archivo documental de las informaciones relacionadas con el quehacer institucional.

i) Organizar, coordinar y supervisar las conferencias de prensa y entrevistas que lleve a cabo el Procurador y demás funcionarios de la institución ante los medios de comunicación.

3.3.6.1 SUBDIRECCIÓN DE INFORMACIÓN

El objetivo de esta subdirección es recopilar la información relacionada con el quehacer institucional, elaborar los boletines y comunicados de prensa, así como todo tipo de materiales escritos, gráficos y audiovisuales para difundir a través de los medios de comunicación, las acciones en materia de procuración e impartición de justicia y demás actividades que lleva a cabo la Procuraduría. A esta área han sido encomendadas funciones como:

a) Organizar y supervisar la recopilación y clasificación de la información generada por el Procurador y demás funcionarios de la Procuraduría y difundirla a través de los medios de comunicación.

b) Supervisar y vigilar que la recopilación y proceso de la información relacionada con el actuar de la institución se lleve a cabo conforme a las políticas y lineamientos establecidos por el Procurador.

c) Coordinar y supervisar la elaboración de los boletines y comunicados de prensa, documentos informativos especiales y materiales audiovisuales de la Procuraduría para su distribución a los medios de comunicación.

d) Coordinar y supervisar la elaboración y reproducción de las publicaciones oficiales y síntesis periodísticas e informativas que emita la Procuraduría para su distribución interna.

e) Coordinar y supervisar la producción de mensajes de la Procuraduría para ser transmitidos por radio, cine y televisión, así como los audiovisuales para su uso interno.

f) Implementar mecanismos de coordinación permanente con la Subdirección de Difusión con el propósito de reportar y difundir oportunamente los actos y eventos de carácter institucional.

g) Implementar y organizar estudios de opinión y evaluación de las informaciones relativas a la Procuraduría, difundidas por los medios de comunicación, a fin de contar con los elementos de impacto y estructurar futuros programas de comunicación.

h) Realizar, previa autorización de la UCS, la distribución de los boletines y comunicados de prensa a los diferentes diarios, estaciones de radio, televisión y otros medios de comunicación, de acuerdo con la autorización de inserciones y tiempos oficiales.

i) Implementar mecanismos de integración y control del archivo de información con la finalidad de mantener actualizada la hemeroteca de la institución.

j) Coordinar y supervisar a los líderes Coordinadores de Proyectos adscritos a la Subdirección de Información, vigilando que realicen sus funciones conforme a los sistemas y procedimientos establecidos en lo que respecta al manejo de la información generada en la Procuraduría.

3.3.6.2 SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS

En este departamento se elaborará la síntesis de la información relativa a las actividades de la PGJDF y toda la que sea de interés para la misma; la cual se distribuirá a las unidades administrativas; y se conformará el Banco de Información con las recopilaciones y de información emitida por la

dependencia, con el objeto de ponerla a disposición de las áreas que la requieran. Las principales actividades de la Subdirección de Análisis son diez:

a) Coordinar y supervisar la clasificación y análisis de la información recopilada para la elaboración de la síntesis periodística, conforme a las políticas y lineamientos establecidos.

b) Proponer, implementar y evaluar mecanismos para el análisis sistematizado de la información recopilada, relativa a las actividades de la Procuraduría.

c) Organizar y supervisar el análisis e integración de las síntesis informativas diarias, emitidas por los diversos medios impresos nacionales y extranjeros, que sean de interés para la institución.

d) Supervisar y vigilar que la distribución de las síntesis periodísticas e informativas se realicen correcta, oportuna y eficazmente a las unidades administrativas de la Procuraduría.

f) Coordinar y supervisar la integración y actualización de la audioteca y videoteca por medio de la redacción de la información, en los medios disponibles de comunicación.

g) Coordinar y supervisar las actividades de monitoreo de la información que se difunde en los medios de comunicación y que es de interés para la Procuraduría.

h) Supervisar y vigilar que la información gráfica y audiovisual captada diariamente sea entregada al Banco de Información de la UCS, para su clasificación, catalogación y resguardo.

i) Proporcionar, conforme a los criterios y lineamientos establecidos, los servicios de préstamo y consulta del material informativo disponible en el Banco de Información y archivo documental de la institución.

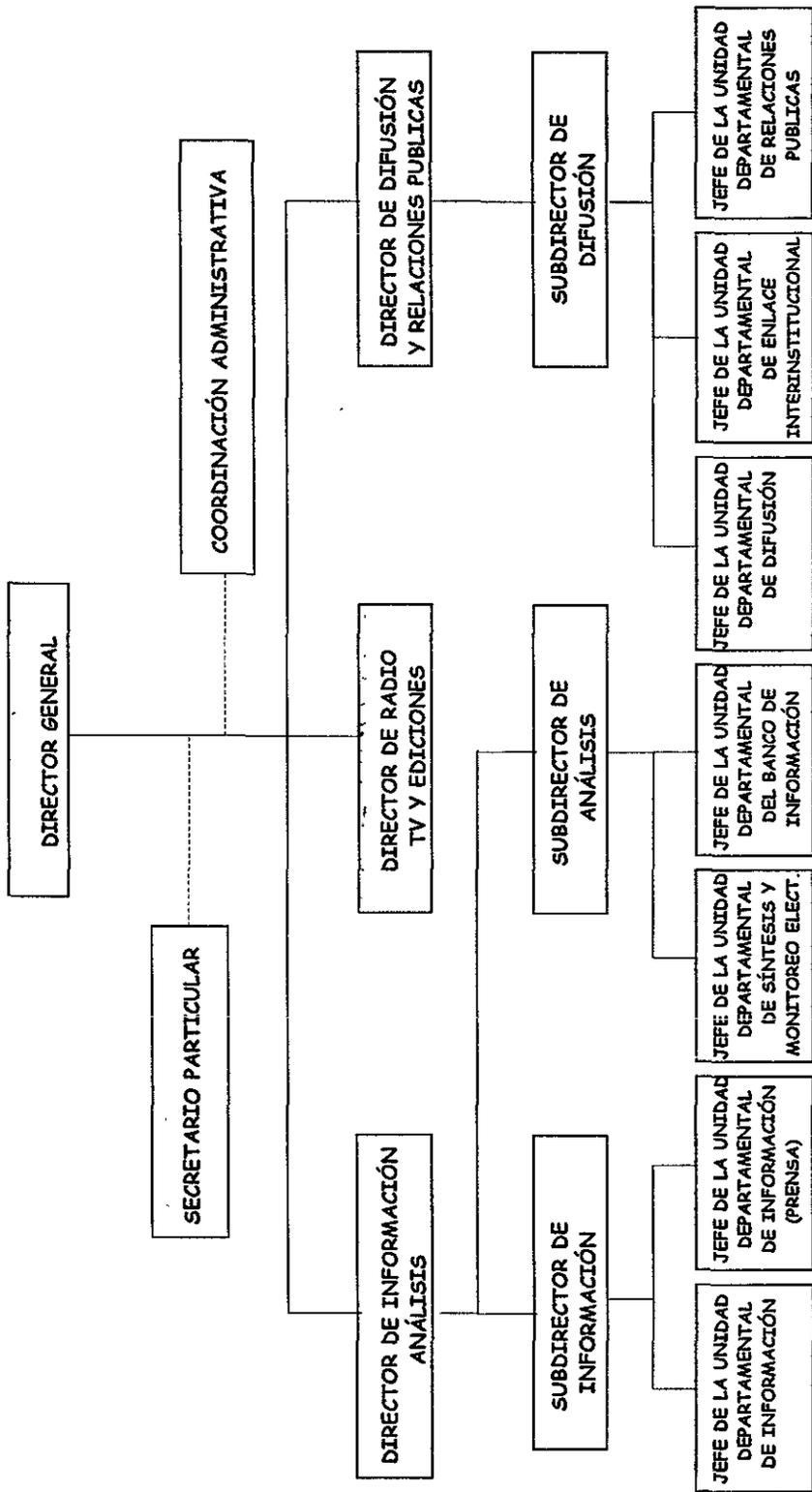
j) Coordinar y supervisar a los dos Líderes de Proyectos adscritos a la Subdirección de Análisis con el objetivo de que realicen sus funciones

conforme a los sistemas y procedimientos establecidos para el manejo de la información que se genere en la PGJDF.

k) Implementar mecanismos de coordinación permanente con las Subdirecciones de Información, Difusión y Relaciones Públicas y unificar los criterios para la integración, manejo y difusión de la información.

Pero, en esta investigación no solamente buscamos la descripción de lo que se hace, la función o la estructura de esta Unidad de Comunicación Social, y en específico del departamento de Síntesis y Monitoreo Electrónico, sino, ante todo, descubrir si realmente está cumpliendo con sus funciones y si no es así, cómo se podría realizar el trabajo para que se logre cumplir cabalmente con los objetivos del área.

ORGANIGRAMA GENERAL



_____ Autoridad lineal
 - - - - - Autoridad staff

IV. ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE SÍNTESIS Y MONITOREO ELECTRÓNICO

"La frase ritual de *estar al día* cederá su sitio a la de *estar al minuto*. Así de intenso y rápido es el cambio de la realidad circundante..."

Eulalio Ferrer

4.1 DEPARTAMENTO DE SÍNTESIS Y MONITOREO ELECTRÓNICO

Como ya hemos mencionado, la Procuraduría General de Justicia del DF en su afán de servicio se vale de medios diversos para captar la información que se transmite en los medios de comunicación, para, entre otras cosas, mantener informada a la propia dependencia y tomar decisiones que no perjudiquen y afecten a los grupos sociales, pues el objetivo de ser servidor público, es buscar garantizar una mejor convivencia social. Aunque cabe señalar que esta información no es la que determina totalmente las acciones a tomar.

Pero, dado que los funcionarios no pueden estar al frente escuchando los noticieros de la radio y la televisión, o leyendo los periódicos y revistas, se crean mecanismos de captación de información que les facilite esta tarea. Para este fin, se creó el área de Síntesis y Monitoreo Electrónico, la cual forma parte de un sistema interno de información y es una fuente que contribuye a la toma de decisiones o para evaluar las ya tomadas.

De esta manera, el medio interno de la PGJDF para mantener informados a los funcionarios es una carpeta llamada *Síntesis Informativa*, la cual resulta un material muy importante y su objetivo final es dar a conocer a los funcionarios las noticias de interés más relevantes de un tema en particular o relacionado con la institución, publicados en todos los medios de comunicación, ya sean impresos o electrónicos. Así, la síntesis informativa permite mantener al día a los diversos funcionarios, sin distraerlos mayormente de sus funciones básicas.

4.1.1 OBJETIVOS

Esta área de Síntesis y Monitoreo Electrónico es un mecanismo propio e interno para mantenerse informado de forma sistemática de lo que se dice en la prensa, radio y televisión de los acontecimientos de la ciudad, el país, y hasta del mundo, captados en programas noticiosos permitiendo a los funcionarios tener una visión más amplia sobre la ciudad y el balance de las acciones tomadas o a tomarse. Asimismo, sirve para aclarar ciertos puntos o agregar y desmentir la información vertida por terceras personas.

Antes de tomar una posición o resolución a ejecutar, el funcionario debe contar con información que permita analizar una situación, sea para evitar que se profundice o bien para buscar una solución, ya que sus acciones repercuten

en la población, pues recordemos que información también es poder de acción. Asimismo, el trabajo de monitoreo es un termómetro del sentir de la población, ya que ésta expresa su conformidad o disgusto a través de los medios de comunicación.

4.1.2 FUNCIONES

A grandes rasgos, éstos son los objetivos del área de Síntesis y Monitoreo Electrónico, ahora mencionaremos las funciones que debe realizar el área de acuerdo con la propia dependencia. Según el *Manual Específico de Organización de la UCS de la PGJDF*,⁴⁴ que es el único documento en donde se detalla esta información, el área de Síntesis y Monitoreo tiene las siguientes funciones:

a) Diseñar y proponer los lineamientos y metodología para analizar la información de la prensa local, regional y extranjera, sobre eventos y actividades de la PGJDF, o que tengan relación con ella.

b) Supervisar el cumplimiento de los lineamientos establecidos para seleccionar y sintetizar las notas informativas editoriales, reportajes, entrevistas publicadas o transmitidas por los medios de comunicación.

c) Coordinar la redacción, orden y jerarquización, reproducción y distribución de las síntesis informativas diarias.

d) Supervisar el área de monitoreo, a fin de que la captura de información acerca de la PGJDF sea adecuada y oportuna.

e) Diseñar y proponer los mecanismos de evaluación de la información publicada sobre la Procuraduría, la impartición de justicia y su ámbito de acción.

f) Proponer y coordinar, en su caso, la formulación de información estadística que permita evaluar la influencia de opinión de los medios; así como la opinión pública sobre las acciones de la institución.

⁴⁴Información recaba del documento titulado: *Propuesta de Manual Específico de Organización de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del DF*, publicado en 1993, p.21.

4.2. SÍNTESIS INFORMATIVA

La Síntesis Informativa es un compendio de las noticias relacionadas con la Procuraduría General de Justicia del DF, así como aquellas de seguimiento de algún tema en especial, recabadas tanto en los medios impresos (periódicos y revistas), como electrónicos (radio y televisión), con el objetivo de responder a los intereses informativos de las autoridades de esta institución.

4.2.1 ELABORACIÓN

Esta Síntesis Informativa se realiza en dos ediciones de lunes a sábado, y una los domingos; correspondientes a la publicación de periódicos locales matutinos, meridianos y vespertinos. Así como de una serie de noticieros radiofónicos y televisivos. Para su elaboración, se divide en dos partes: los medios impresos y los electrónicos, es decir, la carpeta informativa y el monitoreo electrónico, más adelante analizaremos cada uno de estos aspectos por separado.

En la carpeta informativa se incluyen 18 periódicos matutinos junto con el Diario Oficial de la Federación. Cabe señalar que como *El Sol del Mediodía* es el único diario meridiano, no se hace carpeta, sólo se recorta para su análisis. En cuanto a la carpeta vespertina, tenemos el recorte de cuatro diarios locales.

Respecto a los medios electrónicos, se realiza una síntesis de las noticias relativas a la PGJDF transmitidas en televisión y radio durante el transcurso del día. En la actualidad se monitorean cuatro grupos televisivos y ocho grupos radiofónicos.

La Síntesis Informativa cuenta con cinco apartados:

1) Información de la PGJDF: En este apartado se encuentran todas las notas informativas relativas sobre la Procuraduría, Ministerio Público y Policía Judicial o algún caso que tenga seguimiento para la dependencia, como hechos políticos relacionados con actos ilícitos, delitos de cuello blanco, etcétera.

2) Información de radio y televisión: Esta es una síntesis de las informaciones sobre la PGJDF que se han transmitido en radio y televisión. Más adelante, en la sección "Monitoreo Electrónico", detallaremos cómo se realiza.

3) Noticias relativas a otras corporaciones: Aquí se incluye la información de otras instituciones policiacas, como la Procuraduría General de la República (PGR), la Secretaría de Seguridad Pública (SSP), la Policía Nacional Preventiva, la Auxiliar Bancaria, etcétera.

4) Géneros de Opinión: Dentro de este apartado se insertan las columnas, artículos, editoriales, entrevistas, cartones, excepto los relativos a la PGJDF, que se incluyen en el apartado correspondiente.

5) Información General: Esta sección está formada por las noticias relacionadas con el Presidente de la República, los estados, los partidos políticos, la Cámara de Diputados y Senadores, el Gobierno del DF, la ALDF, entre otras notas.

El número de carpetas elaboradas depende de varios factores: De las instrucciones del Procurador, de las del Director de la UCS y de los funcionarios que soliciten el servicio de esta síntesis informativa. Así que la cantidad de síntesis variará dependiendo de la administración que esté al frente. Pero, cabe señalar, las síntesis informativas básicas son las del Procurador, los subprocuradores y directores generales.

4.2.2 RECURSOS HUMANOS

En la actualidad, para la realización de esta Síntesis Informativa se cuenta con 37 personas que laboran en turnos matutinos, meridianos, vespertinos, nocturnos y de fines de semana y días festivos.

Para la elaboración de la carpeta matutina de lunes a viernes, se cuenta con nueve personas, quienes bajo el mando de dos jefes de área, también colaboran en el monitoreo de radio. Estas personas realizan el recorte, pegado y síntesis de los periódicos desde las cuatro de la mañana, para que la síntesis esté lista a más tardar a las siete. En cuanto a la carpeta vespertina, ésta la realizan ocho personas bajo el mando de un jefe de área, aproximadamente desde las tres de la tarde. Cabe señalar que estas personas también participan en el monitoreo electrónico.

Por último, para la Síntesis Informativa de los fines de semana y días festivos, se cuenta con dos turnos. Uno de las 4 a 10 de la mañana, en donde se realiza la carpeta matutina y el monitoreo electrónico. Y otro de las 10 a las 22

horas, en donde sólo dos personas, durante el transcurso del día, realizan el monitoreo de radio y televisión de los noticieros más importantes.

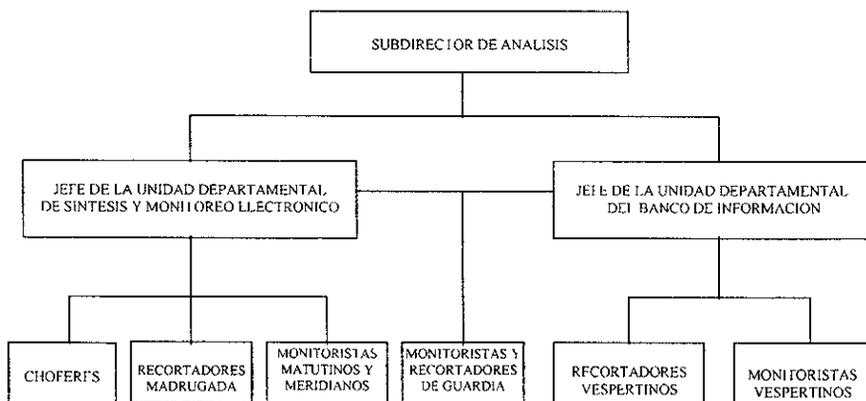
Es relevante resaltar que este departamento regularmente está sujeto a cambios de horarios, siempre de acuerdo con las necesidades del área o con las instrucciones del jefe superior. Por lo cual, no podemos delimitar tajantemente horarios y actividades, pero sí dar un panorama general. De esta manera, respecto al monitoreo de radio y televisión, las actividades del personal oscilan de acuerdo con el número de programas, la cantidad de información para transcribir o actividades extras, como apoyo en versiones estenográficas o análisis de contenido.

Ahora bien, en general hay cuatro horarios: Madrugada (4-8), matutino (6 a 12 ó 7 a 13), vespertino (13 a 19) y nocturno (17 a 23). Aunque debemos recordar que hay personal que tiene horarios especiales por las necesidades del área.

Asimismo, para la distribución de la Síntesis Informativa se cuenta con cuatro choferes, quienes la entregan en la casa del Procurador y en varias instalaciones de la PGJDF.

A continuación mostramos un organigrama de la Subdirección de Análisis y Síntesis.

ORGANIGRAMA ESPECÍFICO



4.2.3 RECURSOS MATERIALES

En cuanto a los recursos materiales, esta área trabaja con cinco computadoras y una sola impresora, como complemento también hay algunas máquinas de escribir. Asimismo, la Unidad de Comunicación Social cuenta con tres fotocopadoras.

Para el departamento de Monitoreo Electrónico, el área de radio cuenta con cinco radiograbadoras⁴⁵ y un número variable de audiocasetes por cada programa monitoreado. Respecto al área de televisión, hay cinco televisores de 20 pulgadas, siete videograbadoras en formato VHS, una de formato Beta y videocasetes para la grabación de los programas monitoreados. Para sacar las versiones de las noticias, el área cuenta además con cinco dictáfonos (reproductores de audiocasetes con pedal). Ahora bien, detellemos el trabajo que se realiza para la carpeta informativa y el monitoreo electrónico, los cuales conforman la Síntesis Informativa.

4.3 CARPETA INFORMATIVA

La carpeta informativa es el recorte de las noticias de los periódicos matutinos, meridianos y vespertinos, junto con las revistas más importantes y el Diario Oficial de la Federación. Esta compilación incluye información sobre la PGJDF, de seguimiento y de relevancia o de interés para los funcionarios.

4.3.1 ELABORACIÓN

Para realizar estas carpetas, se incluyen 23 diarios⁴⁶, divididos en tres turnos:

MATUTINO	MERIDIANO	VESPERTINO
El Universal	El Sol de Mediodía	El Universal Gráfico
Excelsior		Ultimas Noticias
La Jornada		Ovaciones (2ª edición)

⁴⁵ Cabe señalar que este número varía dependiendo de las condiciones de las grabadoras, ya que el área ha llegado a tener hasta 15 grabadoras que, por el uso constante y la falta de mantenimiento, se han descompuesto.

⁴⁶ Asimismo, se incluye el Diario Oficial de la Federación.

Reforma	Cuestión
Unomásuno	
El Financiero	
El Economista	
La Crónica de Hoy	
El Día	
Novedades	
Ovaciones	
El Sol de México	
El Diario de México	
El Heraldó	
La Prensa	
El Metro	
El Valle	
La Afición	

Cuadro 1. Listado de diarios incluidos en la carpeta matutina

Tenemos que aclarar que *El Sol de Mediodía* solamente se recorta para después realizar el análisis cuantitativo y cualitativo de la información, sin que se le haga síntesis. Respecto a las revistas, tenemos las siguientes:

- Milenio
- Impacto
- Época
- Siempre
- Nexos
- Letras Libres
- Este País

Por otro lado, generalmente, el recorte del periódico está estructurado de varias formas, dependiendo de las instrucciones de la Dirección General, pero actualmente se conforma de la siguiente manera:

- Información relativa al Procurador
- PGJDF
- Otras Corporaciones
- Columnas y Artículos Políticos
- Información General
- Cartones

4.4 MONITOREO ELECTRÓNICO

Para empezar hablar sobre el monitoreo electrónico, debemos resaltar que la palabra monitorista se deriva de *monitor*, palabra de origen latín, que significa "el que avisa al otro". Ahora bien, de acuerdo con nuestra experiencia como monitoristas podemos decir que el monitoreo de los medios de comunicación es un seguimiento y captura de la información dada a conocer en los noticieros que durante todos los días del año se transmiten en los diferentes canales de televisión y estaciones radiofónicas, para después transmitirla a las personas interesadas.

El trabajo de monitoreo permite a los funcionarios enterarse de los acontecimientos más importantes de la capital y la sociedad en su conjunto de manera más rápida. Con el monitoreo se conocen las opiniones y reacciones de la población, así como de los líderes de opinión, por lo cual, la UCS de la PGJDF realiza permanentemente el monitoreo de programas de radio y televisión, que por su extensión, influencia y temática representan una fuente emisora de noticias de la Procuraduría capitalina. Este monitoreo se realiza durante todo el día y se divide en cinco turnos: matutino, meridiano, vespertino, nocturno y fines de semana y días festivos.

4.4.1 TELEVISIÓN

Por lo que respecta a televisión, el monitoreo cotidiano incluye 34 programas que se derivan de cuatro cadenas de televisión: Televisa, TV Azteca, Multivisión y Canal 11. Actualmente, se monitorean los siguientes programas⁴⁷:

MATUTINO	VESPERTINO	NOCTURNO	FIN DE SEMANA
Hoy	Noticiero (1ª emisión)	Noticiero (2ª emisión)	Hoy (S)
Hechos AM	Hechos (1ª emisión)	Noticiero (3ª emisión)	Tempranito 2000 (S y D)

⁴⁷ Cabe aclarar que esta lista no es definitiva, ya que se va adecuando según los cambios en la programación o las necesidades informativas. Asimismo, se incluyen algunos programas que no son necesariamente noticieros, pero que dada su difusión e influencia en la población, pueden ser importantes. Estos programas, así como los de radio, corresponden a la programación de diciembre de 1999.

Noticias (1ª emisión)	Ocurrió Así	Hechos (2ª emisión)	Mujer. Casos de la Vida Real (S)
Tempranito 2000	A Quien Corresponda	En Blanco y Negro	Zona Abierta (S)
Primera Noticias		Todo se Vale	Hechos (1ª y 2ª emisión) (S y D)
Con Sello de Mujer		Hechos del Siete	Hablemos Claro (S)
Diálogos en Confianza		La Entrevista con Sarmiento	Perspectiva Semanal (D)
		Nexos	Entre/Vistas (D)
		México Siglo XX	Punta de Partida (S)
		Conversando con Cristina Pacheco	Aquí nos tocó vivir (S)
		Derbez en Cuando	La Hora H (D)
		Noticias (2ª emisión)	

Cuadro 2 Programas que actualmente son monitoreados

4.4.2 RADIO

Respecto al monitoreo de radio, en la actualidad se da el seguimiento a 51 programas de ocho grupos radiofónicos (Radio Red, Radio Fórmula, Radio Acir, Radiópolis, Radio 13, Radio Mil, Imer y ABC Radio). A continuación, los programas de acuerdo con el turno:

MATUTINO MERIDIANO	VESPERTINO	NOCTURNO	FIN DE SEMANA
Monitor (1ª emisión)	Monitor (2ª emisión)	¿Y Usted Qué Opina?	Monitor (1ª emisión - S)
Para Empezar (1ª emisión)	Panorama (2ª emisión)	El Valedor	Al Momento (1ª emisión - S)
Enfoque (1ª emisión)	Para Empezar (2ª emisión)	Archivos Secretos de la Policía	Panorama (1ª emisión - S)

Al Momento (1ª emisión)	Enfoque (2ª emisión)	Panorama Informativo Detrás de la Noticia	Antena Radio (1ª emisión) (S Y D)
En Directo	López Dóriga	Desde el Centro de la Noticia	Monitor (2ª emisión - S)
Fórmula 2000	Índice Político	Para Empezar (3ª emisión)	En la Mira (S)
En la Mira	Hoy por Hoy	José Cárdenas Informa	Antena Radio (2ª emisión) (S Y D)
	Llámas en la Radio	Al Momento (3ª emisión)	Al Momento (2ª emisión) (S Y D)
	Monitor (3ª emisión)	En la Radio (3ª emisión)	José Cárdenas Informa (S)
	Radio ABC Noticias	Monitor (4ª emisión)	Monitor (3ª emisión - S)
	Café de Grillos		Antena Radio (3ª emisión) (S Y D)
	La Noticia y Usted (3ª emisión)		Al Momento (3ª emisión) (S Y D)
	Ruiz Healy dice		Red Acción Dominical (1ª emisión - D)
	Al Momento (2ª emisión)		Red Acción Dominical (2ª emisión - D)
			Red Acción Dominical (3ª emisión - D)

Cuadro 3. Programas de radio que actualmente son monitoreados

Ahora bien, el monitorista escucha y ve los programas ya mencionados para después realizar un resumen o una versión completa de aquella información sobre la PGJDF o de seguimiento. Después, una persona realiza la síntesis de todas las notas que se hayan registrado.

Esta síntesis se hace en tres ediciones: meridiana, vespertina y nocturna. La primera es el resumen de las notas transmitidas en los noticieros matutinos; la vespertina también es una síntesis que se incluye en la carpeta de ese mismo turno; y finalmente, la nocturna, que forma parte de la síntesis matutina del día siguiente. Esta síntesis de los noticieros electrónicos regularmente inicia con la información del procurador, de los casos más relevantes, luego información sobre seguridad pública y finalmente la miscelánea, que son las notas sobre homicidios, asaltos y accidentes.

Cabe señalar que el monitorista también informará sobre los asuntos de gran relevancia, como nombramientos de secretarios de Estado u otros funcionarios, decesos, homicidios o accidentes de personalidades, marchas, etcétera.

Dentro de esta área, tanto en radio y televisión, también se encuentra la función de realizar la edición (copia) de las notas más importantes, para que se resguarden en el Banco de Información. Asimismo, se realizan las grabaciones de programas especiales en donde intervenga el presidente de la República o algún otro acto político relevante.

4.4.3 BITÁCORA

Para llevar a cabo el monitoreo electrónico, se utiliza una bitácora, la cual es un formato en el que se anotan ciertos datos que nos ayudarán para localizar determinada información en algún programa.

Para su llenado, en primer lugar, debe anotarse la fecha, el número de hoja, el turno, el nombre del programa monitoreado y el de su conductor. Asimismo, debe anotarse el número del videocasete o audiocasete en el que se está grabando. En el caso de televisión, este número se asigna por medio de la primera letra del turno al que corresponde el programa (M-matutino; V-vespertino; N-nocturno, S-sábado; D-domingo); un número de tres dígitos en forma progresiva y por último las dos primeras letras del día que va a utilizarse dicho casete. Por ejemplo, si se quiere grabar el programa *Hechos AM* del viernes, el videocasete tendrá la siguiente etiqueta: M203VI HECHOS AM.

En el caso de la bitácora para radio, debe anotarse el número de casete que se está utilizando, por ejemplo, si se trata de un programa que tenga una duración de tres horas, deben estar preparados tres casetes de 60 minutos cada uno y al primer casete se le asignará el número uno, y así sucesivamente.

Posteriormente, en el caso de la bitácora de televisión, se anota el número de vueltas que aparece en la pantalla del televisor o en la videocasetera (según el equipo con el que se trabaje), y en el caso de radio, sólo se anota el lado del casete en el que se está grabando, es decir, el lado A o B. Por último, se anota la hora en que salió la información, el nombre de quien emitió la información, ya sea conductor, comentarista o reportero y se hace una breve descripción de la información a manera de título. Veamos un ejemplo de una bitácora para radio y otra para televisión. (Ver anexo 1)

4.4.4 FORMATO PARA LA INFORMACIÓN

Para que el monitorista transcriba sus notas, hay un formato especial en el que se anotan datos que nos ayudan a la identificación del programa: Fecha, canal de televisión o estación de radio, nombre del programa, horario, autor de la información (conductor, comentarista o reportero), el género (boletín, nota informativa, editorial, comentario, entrevista, mesa redonda, anuncio o reportaje), y finalmente la duración y la hora en que se transmitió la información.

Posteriormente, se hace un resumen de la información o una versión textual de ésta y finalmente se escribe el nombre del monitorista que redactó la información. Cabe señalar que cuando la información que se transmitió es referente al Procurador o algún funcionario de la dependencia, ésta debe redactarse de manera textual.

Asimismo, en este formato se deben anotar algunos datos que ya no le corresponden al monitorista, sino al analista de información: tema, caso, folio, tendencia (positiva, negativa o neutral) y el sujeto (Procurador, Procuraduría o PJ). (Ver anexo 2)

4.5 BANCO DE INFORMACIÓN

El Banco de Información es el lugar en donde se resguarda toda información relevante para consulta de los funcionarios de la dependencia, así como de usuarios externos, como reporteros de la fuentes, investigadores o estudiantes. Veamos cuáles son sus funciones.

4.5.1 FUNCIONES

Entre las funciones del Banco de Información se encuentran: archivar los boletines emitidos por la Dirección de Información (informativos Meridiano y Vespertino, y Comunicados de Prensa); almacenar y controlar periódicos, revistas, carpetas informativas y otros documentos especiales emitidos por la UCS a través de la Dirección de Información. El Banco de Información realiza también los análisis cuantitativos de la información publicada en los medios impresos y la difundida en los medios electrónicos concernientes a la Procuraduría. Así como un análisis cualitativo de boletines en cuanto a espacio

en medios impresos y electrónicos. Dentro de este análisis se califica si la información es sobre el Procurador, la Procuraduría o la Policía Judicial; si es positiva, neutral o negativo y, finalmente, se cataloga por tema y caso.

De igual manera, se viene realizando una dosificación de noticias, en la que mediante carpetas se compila la información publicada sobre casos policíacos o relevantes para la PGJDF. Asimismo, a cargo del Banco de Información están el archivo del Diario Oficial de la Federación; el de las versiones de conferencias, palabras o discursos pronunciados por el procurador u otros funcionarios de la institución; el de los acuerdos, circulares y bases emitidas por la PGJDF que han sido publicadas en el Diario Oficial; así como el resguardo de videocasetes y audiocasetes con entrevistas y programas especiales.

Ahora bien, hasta aquí hemos descrito el trabajo que se viene realizando en el área, específicamente en el departamento de Monitoreo Electrónico, pero, cabe resaltar, la presente investigación no sólo parte de la versión oficial de lo que debe ser el monitoreo, pues como ya mencionamos en el anterior capítulo, lo que queremos es analizar, detectar fallas y proponer una reestructuración del área. Ahora, veamos las deficiencias detectadas y las propuestas a seguir.

CAPITULO V. DEFICIENCIAS Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

*"El hombre que habla convoca al hombre
que escucha y al hombre que replica..."*
Octavio Paz

5.1 ASPECTOS GENERALES

Para que un área logre sus objetivos, se requiere de una serie de recursos; éstos son elementos que, administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán alcanzar sus metas: los recursos materiales, los recursos humanos y las políticas a seguir. Por esta razón, consideramos que generalmente el área de Monitoreo Electrónico de la UCS de la PGJDF no funciona adecuadamente debido a que carece de los elementos básicos para lograr sus objetivos, provocando limitaciones en la capacidad de captura y distribución de información; lentitud por lo obsoleto de los sistemas para procesar la información; además de que el personal carece del perfil para realizar su trabajo. A continuación explicaremos las razones de esta aseveración y las propuestas a seguir.

5.1.1 SITUACIÓN ACTUAL

Para empezar, el equipo de cómputo es mínimo y obsoleto, ya que para toda el área sólo se cuenta con cuatro computadoras y una sola impresora. Estas computadoras sólo tienen un procesador de palabras y no están conectadas en red; además, los teclados se encuentran en pésimas condiciones. Como complemento de las computadoras, el área cuenta con cuatro máquinas de escribir, las cuales también se encuentran en mal estado.

Por otro lado, tanto el área de televisión como de radio presentan serias deficiencias debido a que se carece de los instrumentos de trabajo básicos, como televisores, radiograbadoras y dictáfonos. Respecto al personal, se observan varias fallas, además de que no se cuenta con una política general.

5.1.2 PROPUESTAS

Ante esta situación y conscientes de que el monitoreo busca complementar el flujo de información de manera rápida y clasificada, lo que procede entonces es modernizar y aplicar las nuevas tecnologías, por lo cual, proponemos que cada monitorista cuente con una computadora, la cual deberá estar conectada en red, así como una impresora por cada tres computadoras, para evitar el congestionamiento de impresiones. De esta manera, se logrará que la información se pueda realizar con mayor prontitud y con una mejor presentación.

Ahora bien, respecto al monitoreo de televisión y radio, éste deberá ampliar su gama de noticiarios y programas, para responder eficientemente a las expectativas del área, considerando la importancia que los medios electrónicos tienen por los tamaños de audiencia y penetración en los mismos.

En cuanto a la circulación del monitoreo⁴⁸, el área deberá tener contacto con los funcionarios y otras áreas por medio de la vía telefónica, radio localizador, fax y correo electrónico, con el fin de hacer más rápida y eficiente la comunicación. Esto implicará acortar canales de comunicación para que la información llegue con prontitud a su destino, ya que ésta, entre otras cosas, repercute en la toma de decisiones. Cabe resaltar que una relación más directa con los altos mandos agilizará la circulación de la información y evitará la imposibilidad de diálogo.

El uso del radio localizador servirá para informar de una manera rápida y concreta a los funcionarios sobre algún suceso relevante, como nombramientos, decesos, detenciones y homicidios. Por su parte, el teléfono, el fax y el correo electrónico serán utilizados para enviar la información en forma amplia y detallada. Asimismo, con el fin de ahorrar tiempo y recursos, tanto económicos como humanos, a través del fax y del correo electrónico se enviará la síntesis informativa, de esta manera, por ejemplo, el funcionario tendrá acceso a la información de la carpeta matutina desde las 7 de la mañana y no a las 8:30 como sucede en la actualidad. Respecto a los beneficios económicos, ya no se fotocopiarán las carpetas para su distribución, originándose un ahorro tanto en el servicio y mantenimiento de las fotocopadoras como en la adquisición de hojas. En consecuencia, también se ahorrará el empleo de un chofer y lo que éste implica, como su sueldo, automóvil y gasolina.

Ahora bien, veamos específicamente las carencias y problemas de cada área y las propuestas a seguir.

5.2 TELEVISIÓN

Respecto al área de televisión, el espacio destinado para ésta no es el adecuado debido a que es muy reducido. Aquí se encuentran cuatro televisores y seis videograbadoras, pero, debido a lo estrecho del lugar, éstos están muy cerca uno del otro provocando que el monitorista no tenga la suficiente

⁴⁸Llamaremos *Monitoreo* a la información transmitida en los medios electrónicos ya transcrita en su formato correspondiente.

aplicación en cada programa. A su vez, no se cuenta con audífonos que permitan aislar el audio de cuatro televisores, ocasionando que algunas veces sea inaudible algún programa.

Asimismo, las videocaseteras utilizadas no son las adecuadas, lo que provoca que las grabaciones y ediciones no tengan calidad suficiente; también, éstas no soportan el uso constante debido a que no se les da mantenimiento preventivo. También, los videocasetes no son reemplazados periódicamente, y en ocasiones se utilizan hasta que dejan totalmente de servir, lo que provoca que la imagen se distorsione o se pierda. Cabe señalar que esta área no cuenta con un equipo destinado exclusivamente para realizar las ediciones, por lo tanto hay que esperar a que se desocupe uno de éstos (televisión con dos videos) para iniciarlas, perdiéndose así la prontitud. A su vez, no existe equipo extra para revisar información atrasada o simplemente para poder transcribir las notas.

5.2.1 PROPUESTAS

Para evitar las deficiencias antes mencionadas, primeramente proponemos que el área tenga una adecuación del espacio físico para que se pueda realizar eficazmente su objetivo. En la actualidad, el área de Televisión tiene un espacio de 3.50 x 2.50 metros, en donde se albergan cuatro televisores y seis videograbadoras. Ante esto, proponemos que el área se amplíe a 12.5 x 6 metros que sean distribuidos en siete cubículos, cada uno de 2.5 metros de ancho por 2.5 de largo. Con esto, los monitoristas trabajarán en un espacio individual y amplio.

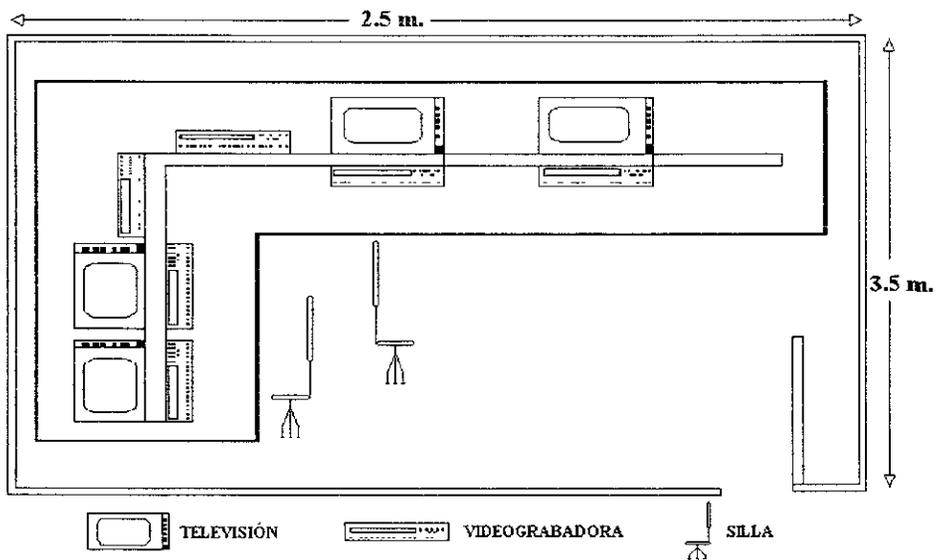


Figura 1. Distribución del área de televisión en la actualidad (Dic. - 99)

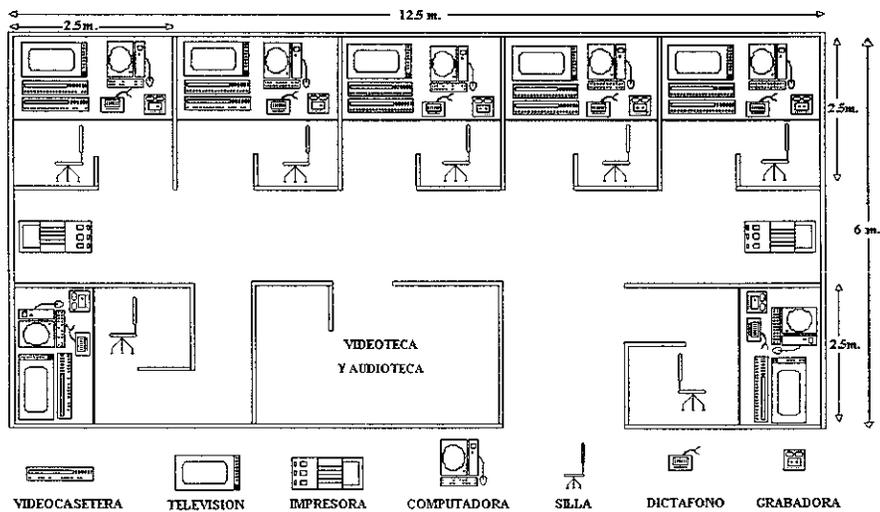


Figura 2. Propuesta de distribución del área de televisión

Asimismo, la administración correspondiente deberá adquirir tres televisores más y seis videograbadoras para poder contar con el equipo en el momento en que se necesite y no tener que esperar a que se desocupe para iniciar el trabajo. Con esta medida, se podrán ampliar las posibilidades de monitoreo de los canales 2, 4, 5 y 9 de Televisa; 7, 13 y 40 de TV Azteca; 3, 21 y 23 de Multivisión, así como el 11 y el 22. Es de resaltar que las videograbadoras deben ser preferentemente de formato *Betacam*, ya que es el indicado para este tipo de trabajo, por ser un formato resistente y que proporciona excelente calidad de imagen. Cabe resaltar que es necesario que los aparatos tengan mantenimiento constante y buen uso. También, se deben adquirir un par de audífonos para cada televisión, de esta manera se evitará el ruido excesivo en el área.

Otro de los elementos del que carece el área y que origina que no haya oportunidad en la transcripción de la información, es la falta de una grabadora especial que va conectada a la televisión para poder grabar sólo el audio de los programas. Con la adquisición de este aparato, una nota informativa de dos minutos de duración, que tarda en transcribirse generalmente hasta 10 minutos, se terminará sólo en cuatro. Respecto a los cambios de videocasetes, consideramos que éstos deben ser reemplazados cada 48 horas de grabación, es decir, cada seis meses para prevenir el uso de videocasetes desgastados. Asimismo, éstos deben tener una duración de dos horas, para evitar grabar en la velocidad LP (cuatro horas de grabación) o EP (seis horas de grabación) y que se distorsione la imagen.

Ahora bien, aplicando estas medidas lograremos que el monitoreo televisivo aumente tanto en calidad como en cantidad, ya que la gama de programas se ampliará en forma significativa cumpliendo con las expectativas del área, como se puede observar en el siguiente cuadro. Para comparar los resultados, ver cuadro 2.⁴⁹

MATUTINO	VESPERTINO	NOCTURNO	FIN DE SEMANA
Eco (Todo el día)	Eco	Eco	Eco (S y D)
Primera Noticias	A Quien Corresponsal	Noticiero (3.ª emisión)	Hoy (S)

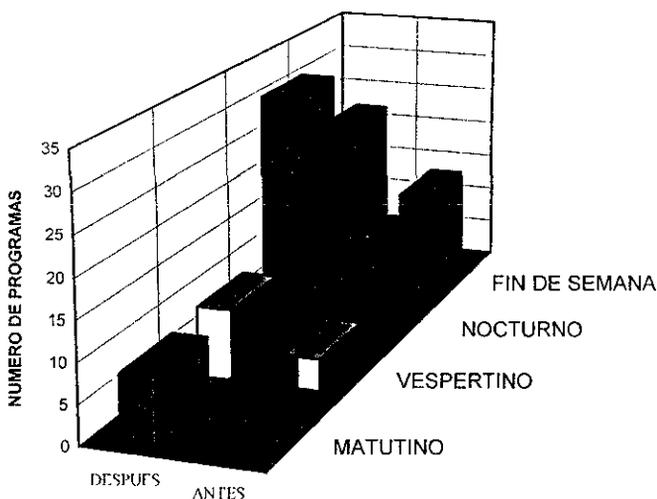
⁴⁹ En esta relación aparecen programas como *La Botana*, *Otro Rollo*, *Con Sello de Mujer* o *Derbez en Cuando*, que son monitoreados, o deberían ser monitoreados, debido a que en cierta programación de espectáculos aparece información relevante, como entrevistas a políticos o funcionarios del Gobierno, así como parodias o mofas de servidores públicos y casos policíacos, como el de *El Chucky* o *Paco Stanley*.

Hechos AM	Bien Sabroso	Hechos (2ª emisión)	Tempranito 2000 (S y D)
Noticias (1ª emisión)	Noticiero (1ª emisión)	MVS Noticias	Hechos del Sábado
Hoy	Hechos (1ª emisión)	En Blanco y Negro	Hechos (2ª emisión - S y D)
Tempranito 2000	La Botana	Noticias (2ª emisión)	Reporte Especial con Javier Alatorre (S y D)
Con Sello de Mujer	Cosas de la Vida	Todo se Vale	Mujer... Casos de la vida real (S)
Diálogos en Confianza	Ocurrió así	Hechos 40	Zona Abierta (S)
	Indice	Hechos del Siete	Hablemos Claro (S)
		Ventaneando	Perspectiva Semanal (D)
		La Entrevista con Sarmiento	Entre / Vistas (D)
		Nexos	Punto de Partida (S)
		México Siglo XX	Aquí nos tocó vivir (S)
		Conversando con Cristina Pacheco	La Hora H (D)
		Otro Rollo	Hechos 40 1ª emisión (S y D)
		Realidades	Hechos 40 2ª emisión (S y D)
		La Polaca	
		El Ángel de la Noche	
		Las Once y Sereno	
		¡Primer Impacto!	
		Nueve Treinta	
		El Candidato (Telenovela)	
		Buenas Noches con Omar Fierro	

CNI Noticias
Primer Plano
Todos Hablan
Las Noticias con Jacobó Zabłudovsky
Chiquitos pero Picosos
Noticiero (2ª emisión)
Picardía Mexicana
En la Línea de Fuego

Cuadro 5 Propuesta de monitoreo televisivo

De esta manera, podremos observar un aumento significativo en el monitoreo de televisión, sobre todo en el turno nocturno, debido a que, como todos sabemos, los programas noticiosos y de opinión se registran generalmente en este horario. Así, tenemos que el monitoreo de televisión en el turno matutino-meridiano aumentará en un programa, un 14.2 por ciento; en tanto, el vespertino aumentará en cinco programas (125 %), pero, el nocturno incrementará sus programas en poco más del 158 por ciento, o sea, 19 monitoreos más, mientras que en los fines de semana habrá un crecimiento del 57 por ciento, es decir, ocho programas más. Veámoslo gráficamente:



Gráfica 1. Monitoreo comparativo de televisión

5.3 RADIO

En cuanto al área de radio, el espacio proporcionado a cada monitorista no es el indicado porque no permite *privacidad* para que se realice el monitoreo. Asimismo, los cubículos individuales son insuficientes, debido a que hay ocasiones en que los monitoristas tienen que ir a otras áreas a realizar su trabajo. Respecto a los audiocasetes, al igual que en televisión, en esta área no se reemplazan periódicamente, por lo que la calidad de la grabación es mala. Otro aspecto relevante es que el área de radio carece de antenas para sintonizar los programas.

Como ya mencionamos, el monitoreo de radio adolece de deficiencias por cuanto los recursos materiales, principalmente. El equipo utilizado para este trabajo no es el indicado; en primer lugar, las radiograbadoras utilizadas son caseras y su uso constante provoca que se encuentren en mal estado; un segundo aspecto es que los dictáfonos, (que sirven para reproducir los audiocasetes) no son suficientes y también se encuentran en mal estado. Así, la calidad del material y la falta absoluta de mantenimiento en talleres adecuados, reduce, paulatinamente, las expectativas del área.

5.3.1 PROPUESTAS

Así bien, proponemos que cada cubículo tenga un espacio más amplio. Actualmente cada uno mide 1.20 metros de ancho y 1.15 de largo, por lo que se deben convertir en cubículos de 2 x 2 metros. Cabe señalar que cada cubículo debe tener como mínimo cuatro contactos eléctricos para poder enchufar dos grabadoras, un dictáfono y la computadora personal. Asimismo, deben incorporarse cinco cubículos más para que no se tenga que realizar el trabajo en otras oficinas del área. Respecto a las señales de radio, se debe contar con antenas para poder sintonizar las estaciones de radio sin interferencia.

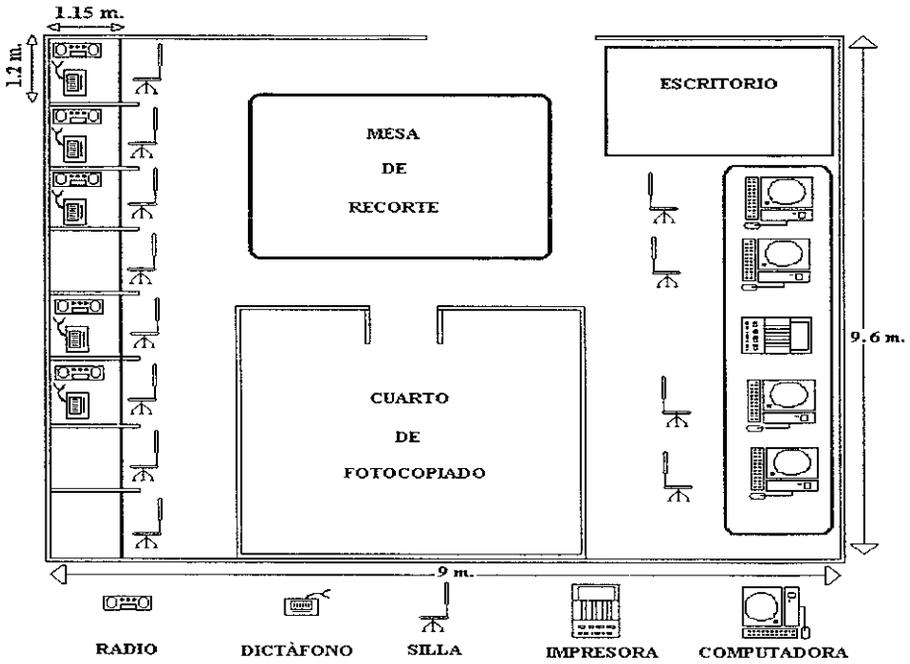


Figura 3. Distribución del área de radio actualmente (Dic. 99)

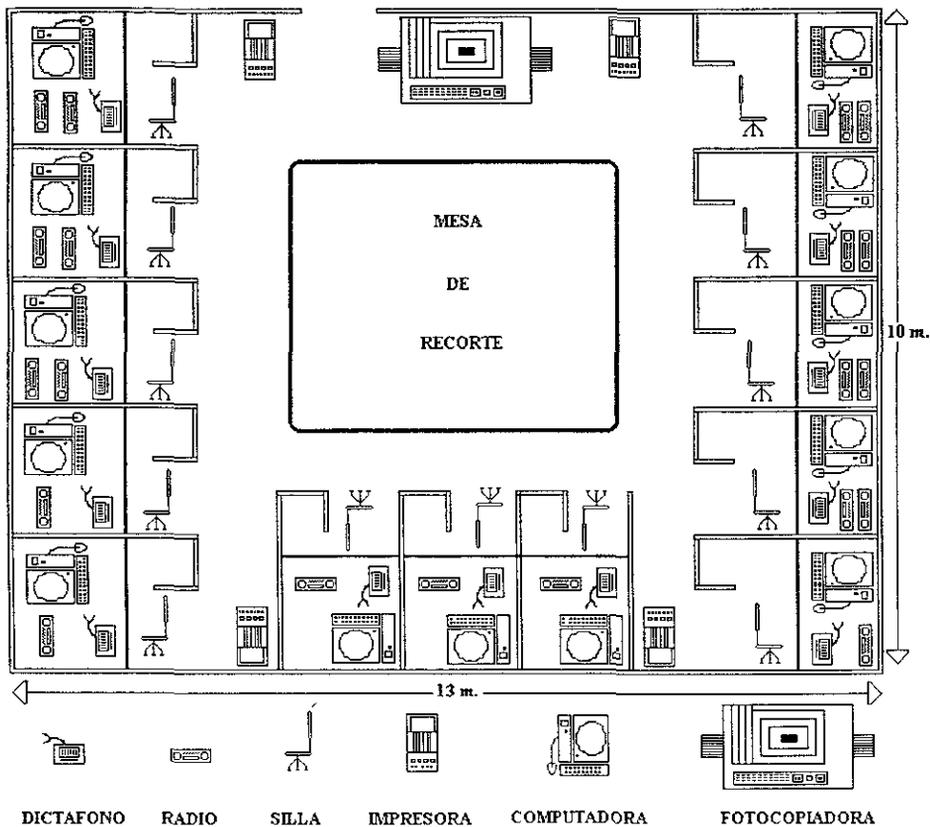


Figura 4. Propuesta de distribución del área de Radio.

De esta forma, el área integrada por radio y televisión quedaría compuesta de la siguiente manera:

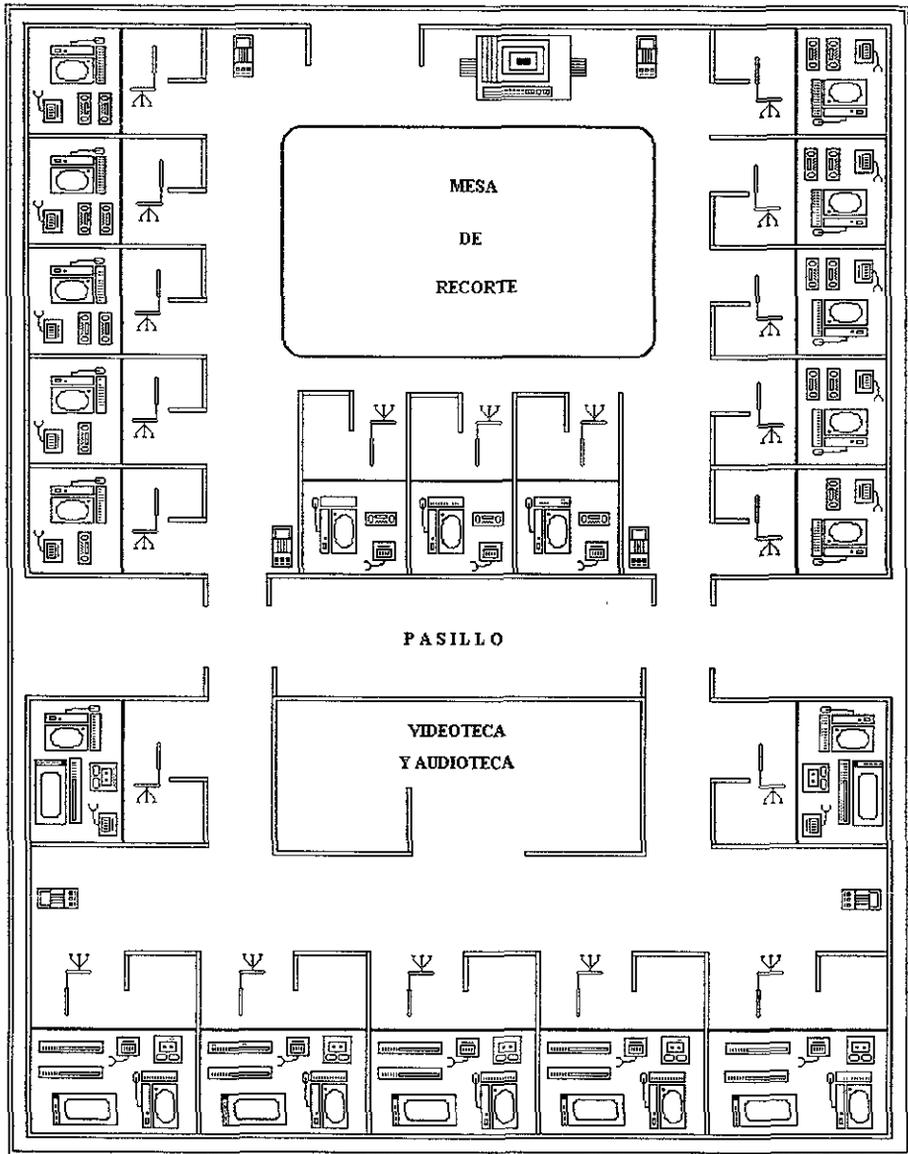


Figura 5. Propuesta de distribución para el área de Monitoreo Electrónico.

Por otro lado, para evitar que la grabación se distorsione o que los audiocasetes se rompan perdiéndose la información, éstos se deben relevar cada 24 horas de grabación, es decir cada seis meses. Y en cuanto a los aparatos, proponemos adquirir un mínimo de 15 grabadoras que resistan el uso constante del monitoreo y que se les dé mantenimiento preventivo y correctivo en talleres adecuados. Asimismo, se debe contar con un dictáfono para cada monitorista con sus respectivos audífonos para aislar el audio de esta magnitud de aparatos. La adquisición de estas grabadoras cubrirá las necesidades de monitoreo de los programas más importantes, como se observa en este cuadro, el cual se puede comparar con el cuadro número 3.

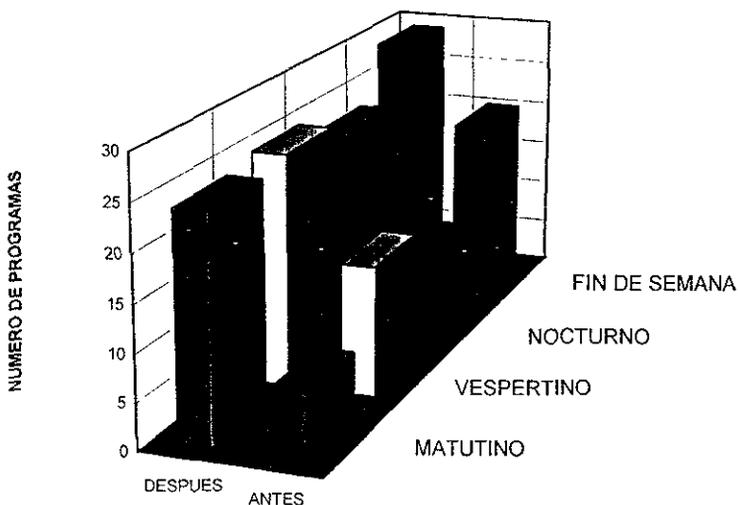
MATUTINO MERIDIANO	VESPERTINO	NOCTURNO	FIN DE SEMANA
Formato 21 (Todo el día)	Formato 21	Formato 21	Formato 21 (S y D)
Así lo dice La Mont	Hoy por Hoy	¿Y usted qué opina?	La Hora Nacional (D)
Aquí entre nos	Índice Político	El Valedor	Panorama Informativo (1ª emisión - S y D)
Panorama Informativo -Detrás de la Noticia (1ª emisión)	Radio ABC Noticias	Archivos secretos de la Policía	Panorama (2ª emisión - S)
El Mananero	Panorama (2ª emisión)	Panorama Informativo -Detrás de la noticia (2ª emisión)	Asesoría legal y jurídica de Alicia Urbano (S)
Monitor (1ª emisión)	Monitor (2ª emisión)	Detrás del 2000	Monitor (1ª emisión - S)
Parejas Disparejas ¿Y la familia?	Monitor (3ª emisión)	Desde el Centro de la Noticia	Monitor (2ª emisión - S)
Talinísima	Llamas en la Radio	Negociando	Monitor (3ª emisión - S)
La Noticia y Usted (1ª emisión)	Red Onda	Conciliador	Monitor (4ª emisión - S)
Antena Radio (1ª emisión)	La Noticia y Usted (2ª emisión)	Monitor (4ª emisión)	Red Acción Dominical (1ª emisión - D)
Para Empezar (1ª emisión)	La Noticia y Usted (3ª emisión)	Foro 1440	Red Acción Dominical (2ª emisión - D)
Enfoque (1ª emisión)	Antena Radio (2ª emisión)	Política y Sociedad	Red Acción Dominical (3ª emisión - D)

Ruiz Healy y sus 40 comentaristas	Para Empezar (2ª emisión)	Antena Radio (3ª emisión)	Antena Radio (1ª emisión - S y D)
Kelly, Lammoglia y la Familia	Enfoque (2ª emisión)	Para Empezar ((3ª emisión)	Antena Radio (2ª emisión - S y D)
Fórmula 2000	López Dóriga	José Cárdenas Informa	Antena Radio (3ª emisión - S)
Ensalada de Lechuga	Cúpula Empresarial	En Voz Alta	López Dóriga (S)
Pulso Urbano	Entre Líneas	Pensándolo bien	Café de Grillos (S)
Cúpula Empresarial	Ruiz Healy dice...	Voz Pública	José Cárdenas Informa (S)
Al Momento (1ª emisión)	Cristina Pacheco Periodismo y algo más...	Charla América	Suplemento dominical
En la Mira	Café de Grillos	Al Momento (3ª emisión)	Frente a Frente (S)
Cada Mañana	Al Momento (2ª emisión)	En Contacto (2ª emisión)	Última llamada (S)
Hora 7	Avance Informativo 6.20	Hora 17	Al Momento (1ª emisión - S y D)
En Directo	En Contacto (1ª emisión)	En la Radio (3ª emisión)	Al Momento (2ª emisión - S y D)
En la Radio (1ª emisión)	Hora 13		Al Momento (3ª emisión - S)
	En la Radio (2ª emisión)		En la Mira

Cuadro 4. Propuesta de programas radiofónicos.

Como podemos observar, en radio es donde se descuida mayormente el monitoreo, pero adquiriendo el equipo necesario, tendríamos que el monitoreo de radio en el turno matutino-meridiano aumentaría en casi 243 por ciento, es decir, 17 programas más; en el vespertino se incrementarían otros 11 monitoreos, o sea, un 78.5 por ciento; en tanto, el nocturno mostraría un grosor del 130 por ciento (13 programas), y por último, en los fines de semana se lograría un incremento del 40.9 por ciento, es decir, nueve monitoreos.

A continuación veamos estas cifras en gráficas para poder observar la diferencia.



Gráfica 2. Monitoreo comparativo de radio.

Cabe destacar que los recursos materiales aquí sugeridos deben cumplir ciertos requisitos de calidad, pero que no representen una carga onerosa para el presupuesto de la UCS. Ahora bien, veamos a continuación las deficiencias y propuestas sobre el personal.

5.4 RECURSOS HUMANOS

Hasta el momento hemos hablado de las deficiencias en cuanto a los recursos materiales, pero ahora abarcaremos los recursos humanos, los cuales pueden mejorar y perfeccionar el empleo de los recursos materiales.

Así pues, consideramos que el área debe seguir un proceso de administración de recursos humanos para buscar condicionar el alcance de los objetivos y el mejor desempeño de las funciones del personal, asimismo, éste constituirá una orientación administrativa para impedir que empleados no capacitados desempeñen funciones inadecuadas.

De esta manera, la coordinación administrativa del área de Monitoreo Electrónico debe seguir las políticas de administración de recursos humanos que a continuación explicamos: Suministro de recursos humanos (reclutamiento, selección e integración); aplicación de los recursos humanos (análisis y descripción de puestos y evaluación del desempeño); conservación de los recursos humanos (administración de sueldos y compensaciones), y desarrollo de los recursos humanos (capacitación y desarrollo del personal)⁵⁰. Ahora bien, detallemos cada una de las políticas a seguir y las deficiencias que cubrirán en el área.

5.4.1. SUMINISTRO DE RECURSOS HUMANOS

Entre el personal que labora en el área de Monitoreo, podemos encontrar en su gran mayoría personas que no son egresados de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación y Periodismo, que tienen trunca su carrera o sólo el nivel medio superior. Asimismo, esta área alberga desde abogados, doctores y personas con sólo la secundaria. Esto se debe a que la mayoría de los empleados del área han sido *recomendados* o tienen una "*palanca*"⁵¹, y no pasaron por un proceso de reclutamiento y selección.

5.4.1.2 PROPUESTAS

Ante esta situación, la coordinación administrativa debe conocer dónde reclutar, en qué condiciones y cómo recoger los recursos necesarios para el área, para que de esta manera, se logre reclutar el mejor potencial humano disponible, considerando preferencialmente personas de la misma empresa. Ahora bien, el área de Recursos Humanos debe contar con criterios de reclutamiento y selección de personal, así como patrones de calidad para su admisión, como son aptitudes físicas e intelectuales, experiencia y potencial de desarrollo, es decir, aprovechar para el desarrollo de toda o cualquier función la persona más adecuada, ya que todo empleado admitido deberá tener, en potencial, aptitudes para otros cargos, además de la función en que se inicia.

Así pues, antes de contratar a alguna persona, se deben analizar los conocimientos, habilidades y capacidades de "los solicitantes a fin de decidir, sobre bases objetivas, quiénes tienen mayor potencial para el desempeño de su

⁵⁰ Chiavenato, *Administración de recursos humanos*, p. 131

⁵¹ El ya conocido *amiguismo* e *influyentismo*.

puesto y posibilidades de un desarrollo futuro⁵². Esto debido a que quienes forman parte de las Unidades de Comunicación Social son personas que asumen responsabilidades muy serias, por lo que deben contar con una sólida preparación a fin de no ocasionar trastornos en sus intentos comunicativos.

De acuerdo con *Manpower*⁵³, una de las empresas más importantes y exitosas a nivel nacional e internacional en cuanto a reclutamiento y selección de personal, el proceso que se debe seguir para no errar en la contratación de personal es el siguiente:

El proceso de reclutamiento se lleva a cabo con base en un perfil del puesto, el cual incluye descripción del mismo, perfil del candidato y tabulador. Las principales fuentes de reclutamiento en las cuales la empresa puede publicar su vacante son: Boletines, bolsas de trabajo, anuncios en periódico y grupos de intercambio. Una vez que se les concerta cita a cada uno de los candidatos que pueden cubrir el perfil solicitado, se procede a realizar una entrevista, de la cual se obtiene información sobre aspectos de personalidad, familiares y laborales. Posteriormente se aplica una "batería psicológica", que es un conjunto de pruebas sicométricas que tienen la finalidad de evaluar el nivel intelectual, rasgos de personalidad y competencias laborales del candidato.

Después de esto, se hace una integración de cada una de las evaluaciones aplicadas y se determina si el candidato evaluado cubre el perfil requerido por el área solicitante. Por último, se piden referencias de los candidatos, tanto personales como laborales, y si el resultado es satisfactorio, se procede a la contratación.

Ahora bien, si se sigue este proceso, todos los puestos serán cubiertos por personal competente; es decir, se contratará a personas capacitadas en el monitoreo de medios de difusión, es decir, en las áreas de recopilación, jerarquización, redacción y distribución de la información. De esta manera, el personal a cargo de dichas funciones deberá estar reclutado entre egresados de las escuelas de Ciencias de la Comunicación y Periodismo, a fin de que posean sólidos conocimientos sobre redacción, ortografía, sintaxis, etcétera.

⁵² Arias Galicia, *Administración de recursos humanos*, p. 160

⁵³ Esta información fue recabada durante una entrevista con la coordinadora de Recursos Humanos de *Manpower*, Laura Rodríguez Colunga

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

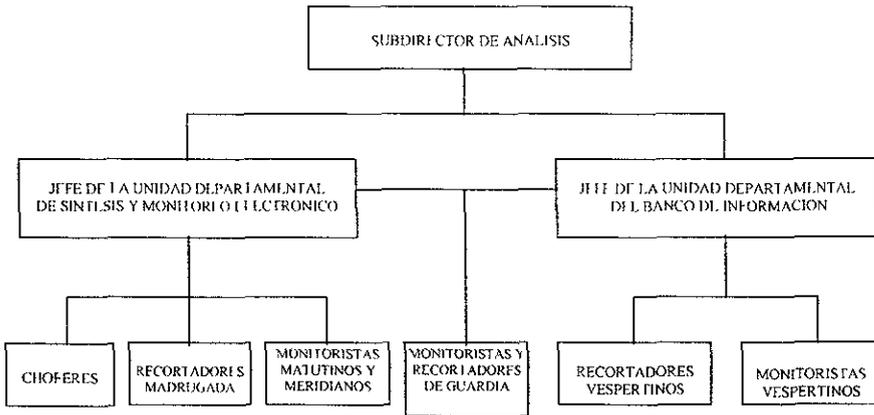
Así pues, el área contará con comunicadores eficaces que tengan conocimientos teóricos y prácticos que le permitan saber cómo comunicar bien, dónde colocar sus mensajes y en qué forma transmitirlos. Asimismo, quienes laboren en el área de Monitoreo requerirán cualidades tales como criterio, iniciativa, responsabilidad, disposición en el apoyo laboral de sus compañeros, así como dominar detalles tales como fechas, nombres, cargos, etcétera. También es necesario que el monitorista tenga sensibilidad para detectar dónde está el contenido más importante en las noticias captadas; que tenga capacidad de síntesis; que sea oportuno, es decir, que informe a tiempo, con prioridad y de manera concisa.

De esta forma, ya que hemos determinado las características que el personal debe contar para el área de Monitoreo, se debe especificar cuántas personas se necesitan para cubrir las funciones del área. Veamos:

5.4.2 APLICACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

Como ya hemos mencionado, en el área de Monitoreo trabajan 37 personas, pero dicho personal no es suficiente debido a que los programas noticiosos y de opinión han aumentado en número y tiempo de transmisión, por tal motivo, cada día existen más programas con mayor tiempo aire, pero igual número de monitoristas. Ante el aumento de programas, algunas personas se han tenido que acoplar a las necesidades del área, teniendo que realizar el monitoreo de dos o hasta tres programas al mismo tiempo. Sin embargo, debido a la situación que impera en el área, la cual ya mencionamos, hay otras personas que no tienen la capacidad de realizar el monitoreo de una manera eficaz y rápida; es decir, se tardan más tiempo o sólo pueden monitorear un programa. Por otro lado, el área sólo cuenta con dos jefaturas, las cuales no cubren las necesidades del área, lo que provoca un vacío en su conducción. Ahora veamos cómo está estructurada el área:

ORGANIGRAMA ESPECÍFICO



5.4.2.1 PROPUESTAS

Así pues, en razón de una división justa del trabajo, las necesidades básicas de recursos humanos para el área -ya sea en cantidad o calidad- son establecidas mediante un esquema de descripciones y especificaciones del puesto. "Las descripciones del puesto presentan las tareas, los deberes y las responsabilidades del puesto, mientras que las especificaciones del cargo se preocupan de los requisitos exigidos al empleado"⁵⁴. También, se debe determinar la cantidad de recursos humanos necesarios y ubicación de los mismos en función del posicionamiento en cargos dentro del área.

Con esto se logrará "habilitar al empleado para comprender mejor los deberes y las responsabilidades de su cargo y lo que se espera de él. Nada más puede ser más frustrante o desmoralizador para un empleado, que desconocer la exacta naturaleza de sus deberes y relaciones con otros"⁵⁵.

Por otro lado, ante esta situación, y considerando la adquisición del equipo necesario para cubrir el monitoreo básico en los medios electrónicos, proponemos que el área disponga de 13 personas más; dos para el turno de la madrugada; tres más para la mañana; dos para el vespertino, tres para el nocturno, y tres más para el fin de semana y días festivos. Cabe señalar que el turno de guardias se creó para evitar, primeramente, rolar al personal que

⁵⁴ Chiavenato, *op cit*, p. 301

⁵⁵ *Ibidem*.

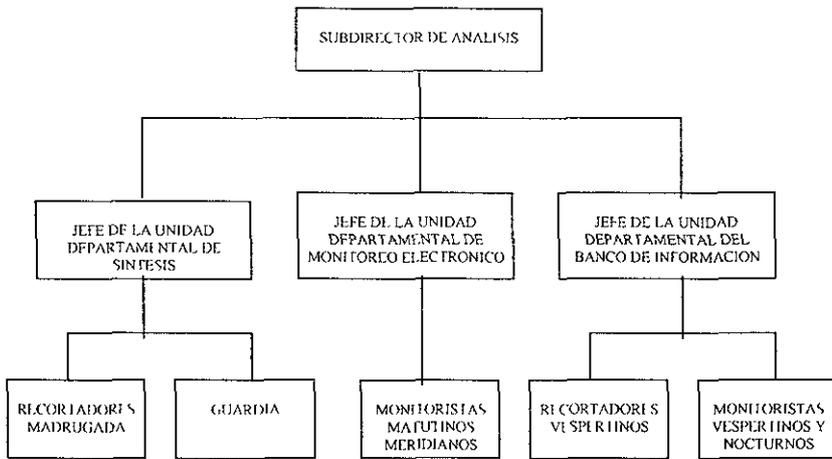
labora de lunes a viernes en días de descanso obligatorio; además de que regularmente éste faltaba los sábados o domingos por diversas razones, como compromisos sociales.

Es de destacar que el emplear a estas personas permitirá la división adecuada del trabajo, ya que debido al aumento del monitoreo, la gente mejor capacitada tiene que cubrir el trabajo de la que no reúne las características antes mencionadas. En consecuencia, con la contratación de más personal, se logrará mayor prontitud en la realización y distribución de las síntesis y carpetas. Pero si no fuera posible disponer de estas contrataciones, se podría buscar el apoyo de pasantes de la licenciatura de Comunicación y Periodismo, para la realización de su servicio social en la UCS, mediante un convenio del Instituto de Formación Profesional de la PGJDF con las escuelas y facultades que imparten dicha licenciatura.

También, consideramos que el área de Monitoreo Electrónico debe contar con tres jefaturas: una para el monitoreo matutino y otra para el vespertino, ya que en la actualidad, como se observó en el organigrama, sólo se cuenta con un jefe departamental de Síntesis y Monitoreo Electrónico, el cual supervisa la carpeta y el monitoreo de radio y televisión matutino - meridiano, mientras que el jefe de la Unidad Departamental del Banco de Información revisa la carpeta y el monitoreo electrónico vespertino y nocturno. Así pues, con una jefatura exclusiva para la carpeta matutina, otra para el monitoreo matutino y meridiano, y una más para el vespertino y nocturno, se logrará cumplir cabalmente con los objetivos del departamento y se podrá supervisar adecuadamente el trabajo descrito en capítulos pasados.

Ahora bien, estas jefaturas de área se obtendrán a través de una reestructuración de la UCS para incrementar una jefatura del área, o bien, mediante la homologación de sueldos de monitoristas, recortadores o redactores, a través de cargas de trabajo u horas extras, que se han destacado en sus labores dentro de la propia área, y que cumplan con el perfil idóneo para la jefatura. De esta manera, el organigrama del área quedaría de la siguiente forma:

PROPUESTA DE ORGANIGRAMA ESPECÍFICO



Así pues, ya que se ha seleccionado y contratado al personal con las características adecuadas para el trabajo de monitoreo, es necesario que éste reciba capacitación y motivación para que al paso del tiempo, el área continúe obteniendo los resultados deseados. A continuación abarcaremos este aspecto.

5.4.3 CONSERVACIÓN Y DESARROLLO DE LOS RECURSOS HUMANOS

Generalmente el personal de Monitoreo Electrónico carece de motivación e iniciativa para realizar su trabajo de una mejor manera; asimismo, hemos observado que un empleado permanece varios años realizando la misma actividad y difícilmente podrá escalar otros puestos. Esto se debe, frecuentemente, a que los mandos superiores en lugar de proponer al mismo personal del área que ha sobresalido en su trabajo, contrata a recomendados, el llamado *amiguismo e influyentismo*.

Por otro lado, durante el tiempo que hemos colaborado para la UCS, hemos detectado que el personal no está debidamente capacitado para cubrir otras necesidades del área. Es decir, un monitorista de radio no tiene la capacidad para realizar el trabajo de uno de televisión, porque no conoce los mecanismos de trabajo, o no todos tienen la capacidad de transcribir una entrevista en forma rápida y sin faltas de ortografía. Aunque, debemos

resaltar la importancia de asignar a los monitoristas a los puestos en que mejor utilicen sus capacidades, es decir, las personas que son más ágiles para las versiones estenográficas, deben realizar la transcripción de entrevistas y comentarios extensos; y los que no lo son, dedicarse al monitoreo o realización de ediciones.

De igual forma, a pesar de que la Procuraduría capitalina ofrece algunas oportunidades para impulsar la capacidad y desarrollo del monitorista a fin de lograr que incremente todas sus potencialidades, en bien de él mismo y del área, estos cursos no tienen la debida difusión, a parte de que los monitoristas no son motivados a tomarlos, ya que a pesar de que los cursos tienen horarios matutinos y vespertinos, la mayoría de los monitoristas no los toma debido a que no les interesa participar en un curso que está fuera de sus horas de trabajo o porque realizan otras actividades; y los jefes, por otro lado, cuestionan el hecho de que se tomen estos cursos en horas de trabajo; no le dejan al monitorista otra opción que abstenerse de éstos. Es de destacar que algunos de los cursos son muy básicos, y año tras año se abarcan los mismos temas, sin que se le dé una continuidad ascendente al conocimiento del monitorista.

5.4.3.1 PROPUESTAS

Antes que nada, el área debe tratar de mantener una fuerza de trabajo motivada, de moral elevada, participativa y productiva dentro de la organización. Una de las formas de lograrlo es que siempre que se registre una vacante, antes de recurrir a fuentes externas, el área deberá procurar cubrirla, en igualdad de circunstancias, con personas que ya estén laborando en el área y para quienes esto signifique un ascenso. Asimismo, se deben brindar oportunidades para el desarrollo integral de los monitoristas, a fin de que, primeramente, logren satisfacer sus diferentes tipos de necesidades, puedan ocupar puestos superiores. Ante la posibilidad de escalonar otros puestos, se podrá lograr que los monitoristas se sientan estimulados a realizar su trabajo eficientemente; contribuyan al mejoramiento del área y no se muestren indiferentes ante las necesidades laborales del departamento.

Cabe resaltar que el reclutamiento interno es "una fuente poderosa de motivación para los empleados, desde que éstos vislumbran la posibilidad de ascenso dentro de la organización, gracias a las oportunidades ofrecidas a

quienes presentan condiciones para una futura promoción⁵⁶. Asimismo, desarrolla un sano espíritu de competencia entre el personal, teniendo en cuenta que las oportunidades serán ofrecidas a quienes realmente demuestren condiciones de merecerlas.

También, es de destacar que se debe lograr que todos los monitoristas sean justa y equitativamente compensados mediante sistemas de remuneración del trabajo y de acuerdo con el esfuerzo, eficiencia, responsabilidades y condiciones de trabajo de cada monitorista. También deben ser estimulados con frecuencia, para que puedan obtener de su actividad el resultado esperado y evitar el ausentismo y la rotación de personal. Así pues, conscientes de que la motivación está constituida por "todos aquellos factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo⁵⁷", se debe promover la entrega de atractivos incentivos monetarios adicionales o premios para el personal, y así lograr la iniciativa de éste; asimismo, se les deben reconocer sus méritos.

Ahora bien, como ya hemos establecido a lo largo de este capítulo, si los monitoristas poseen las características antes mencionadas y si se cuenta con los recursos materiales necesarios y adecuados, se conseguirá que la unidad cumpla con sus expectativas comunicativas al 100 por ciento logrando cumplir con el objetivo final del área.

5.5. PROPUESTA DE LINEAMIENTOS

Durante el tiempo que hemos colaborado para el área, hemos detectado que ésta no cuenta con una política de comunicación, sólo establece algunos lineamientos aislados. La falta de una política general de trabajo en esta oficina de prensa, provoca desorden y descoordinación entre sus miembros, además de un ineficaz y tardío flujo informativo.

Ahora bien, a lo largo de este capítulo hemos identificado y precisado los problemas y las necesidades del área, por lo que ahora es necesario que establezcamos las políticas, esto es, los criterios, normas, reglas, pautas, preceptos y principios que regirán las actividades del Departamento de Monitoreo Electrónico. Estos lineamientos servirán a los monitoristas como manual de procedimientos, el cual les permitirá estar coordinados respecto a

⁵⁶ Chiavenato, *op. cit.*, p. 186

⁵⁷ Arias, *op. cit.*, p. 65

cómo hacer las cosas y resolver los problemas, así como cuándo y bajo qué circunstancias. Cabe señalar que una política debe ser siempre clara, bien determinada y congruente con la capacidad del monitorista y del área. A continuación, y finalmente, nuestra propuesta de manual para el departamento.

MANUAL PARA EL DEPARTAMENTO DE MONITOREO ELECTRÓNICO

1. Obligaciones para el Monitorista:

- Será responsable de los noticieros que se le designe para su monitoreo.
- Deberá escuchar con atención los programas que se le asignen y llenar una bitácora.
- Hará resumen o versión estenográfica de las notas de la PGJDF o de seguimiento.
- Prestará especial atención al contenido de la información; a la redacción y ortografía de su información.
- Será responsable de los materiales, así como del equipo que se le otorgue para el desempeño de sus actividades.
- Por ningún motivo deberán moverse o desconectarse los aparatos, así como cambiar los cables de los mismos.
- Tendrá que presentar un comportamiento moral y ético en la unidad.
- Deberá mostrar solidaridad con el trabajo de sus compañeros en el caso de que su programa no haya tenido muchos seguimientos y recibirá el mismo apoyo.
- Deberá conocer los programas y plantillas de computación que están autorizados para la elaboración de la información.
- Con la finalidad de mantener actualizado el directorio de programación, informará sobre cualquier cambio en la programación radiofónica y televisiva: Estación, canal, horario y conductor.

- Tanto los videocasetes como los audiocasetes deberán ser rebobinados antes de guardarse en su caja correspondiente.
- Los noticieros deben grabarse siempre en la velocidad SP para tener mejor calidad en audio e imagen.
- Utilizar las grabadoras únicamente para la grabación de los programas; no utilizarlas para adelantar o regresar cassetes. Para localizar notas, deberá utilizarse el dictáfono.
- Los cubículos son exclusivamente para monitorear, por lo tanto no deberá ingresar ninguna persona ajena a éste.

2. Herramientas de trabajo

- A cada monitorista del área de radio se le asigna un módulo de trabajo, el cual se compone de grabadora, audífonos, audicasetes, dictáfono y computadora.
- En el área de monitoreo de programas de televisión, los instrumentos de trabajo con que cuenta cada módulo son: un televisor, dos videograbadoras, audífonos, audiocasetes, videocasetes, dictáfono, grabadora para televisión y una computadora.

3. Proceso de trabajo

- Grabación de programas y llenado de bitácora.
- Captura de información: Versión estenográfica de noticias, evitando interpretación o análisis. Las entrevistas, mesas de debate, etcétera, se resumirán, salvo en los casos en que intervenga el procurador, los subprocuradores o el Oficial Mayor, o que previamente se solicite textual la información.
- Informar al encargado del área oportunamente cualquier información de relevancia, tales como quejas contra la PGJDF, PJDF, Ministerios Públicos o cualquier otro funcionario de la dependencia; cambios en el gabinete; decesos o accidentes de personalidades de cualquier ámbito; entrevistas o

comentarios inusuales o críticos. El encargado del área se responsabilizará de enviar dicha información por medio del correo electrónico, radiolocalizador, vía telefónica o fax, según sea el caso.

- Para procesar la información se utiliza actualmente Word para Windows y se trabaja en red. Aunque, cabe resaltar, el programa en las computadoras variará de acuerdo con las innovaciones en la materia.
- Cada monitorista trabaja en un formato de radio o de televisión, el cual se archivará de la siguiente forma:

* Para archivar la síntesis de medios electrónicos, primero se pondrá el turno abreviado (Meridiana = Mer / Vespertina = Ves / Nocturna = Noc / Sábado = Sab / Domingo = Dom); después, la fecha, la cual irá con el día, mes y año. Finalmente, un guión y las palabras *medios electrónicos*. El nombre del archivo no deberá llevar espacios.

Ejemplo: Mer08dic99-medioselectrónicos
Noc24feb99-medioselectrónicos
Sab29oct00-medioselectrónicos

* Para el monitoreo, se pondrá el nombre completo del programa monitoreado, el día, mes, año, guión y turno.

Ejemplo: MonitordeLaTarde25dic00-ves
HechosAM03ene01-mat

- Las notas se transcriben en el orden en que las transmitió el noticiero, sin embargo, hay algunas que tienen prioridad -cuando la nota es crítica para la dependencia-, y en esos casos, no se respeta el orden de transmisión.
- Imprimir las notas que tienen que ser enviadas por fax y dárselas al encargado del área para que se hagan los envíos.
- La Síntesis de Medios Electrónicos será realizada diariamente por una persona diferente. Las personas encargadas de realizar la síntesis, deberán entregarla en el turno matutino a las 10 horas y en el vespertino a las 16 horas. Respecto a la nocturna, no tiene hora de entrega debido a que se integra a la Carpeta Matutina del día siguiente.

4. La bitácora

Es un formato en el que se registra de manera específica, ordenada y completa el contenido de los programas de radio y televisión monitoreados.

	FECHA:	MONITORISTA:	HOJA:
	PROGRAMA:		
	CASSETTE:	CONDUCTOR:	TURNO:

VUELTA	HORA	EMISOR	FUNCIÓN	TEMA /CONTENIDO

4.1. Llenado

Fecha: Corresponde al día al que pertenece el programa y se debe registrar el día, mes y año.

Ejemplo: Viernes 3 de diciembre de 1999.

Casete: Anotar el número de casete correspondiente al turno y al programa monitoreado. Con anticipación, el área proporcionará el material de audio y video necesario, el cual estará ya identificado y numerado.

Para el caso de radio, se pondrá el número de casete (1,2,3,4,5...) y el lado correspondiente (A o B). En cuanto a televisión, se pondrá una **M** para el turno matutino, **V** para el vespertino, **N** para el nocturno, **S** para los sábados y **D** para domingos; después, una numeración que va en forma ascendente y finalmente las dos primeras letras del día correspondiente **LU** (Lunes), **MI** (Miércoles) y **SA** (Sábado)... Cada uno de los audiocasetes y videocasetes estarán previamente rotulados con el nombre del programa.

Ejemplo para radio: 1-A, 2-B.

Ejemplo para televisión: M202VI

Monitorista: Escribir el nombre de la persona encargada del programa.

Ejemplo: Carlos Hernández Alcázar.

Conductor: Es el titular del programa.

Ejemplo: Pedro Ferriz de Con.

Programa: Anotar el nombre completo del programa que se esté monitoreando.

Ejemplo: Monitor de la Mañana.

Hoja: Llevar una numeración progresiva por cada una de las hojas que se utilicen por programa.

Turno: Registrar el turno durante el cual se desempeña el trabajo (Matutino, Vespertino, Nocturno, Sábado o Domingo)

Vuelta: Indica en minutos y segundos el tiempo de registro de cada una de las notas en el audiocasete o videocasete. En el caso de radio, este dato se obtiene con un *contador* que tiene la grabadora; mientras que para televisión, el conteo se obtendrá en el *contador* de las videograbadoras.

Hora: Indica la hora en que fueron transmitidas cada una de las notas, comentarios y/o entrevistas, según sea el caso.

Emisor: Se escribirá el nombre de la persona que esté dando la nota.

Ejemplo: Javier Alatorre

Jorge Carbajo

Leonardo Curzio

Función: Se especificará si se trata de un colaborador, reportero o el propio conductor.

Tema / Contenido. Registrar a manera de *balazos* la información que se va transmitiendo a lo largo del programa, sin olvidar registrar los cortes que haya durante el programa.

5. Formato para redactar información.

Este es un formato diferente para radio y televisión, en donde se transcribirá la información transmitida. El monitorista tiene que llenar todos los espacios que se le piden. A continuación un ejemplo de estos formatos.

5.1. Formato para radio.



UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS

INFORMACIÓN TRANSMITIDA POR RADIO

Fecha: _____	Género	Tendencia
Estación: _____	<input type="checkbox"/> Boletín	<input type="checkbox"/> Positiva
Programa: _____	<input type="checkbox"/> Nota informativa	<input type="checkbox"/> Neutral
Horario: _____	<input type="checkbox"/> Editorial	<input type="checkbox"/> Negativa
Autor: _____	<input type="checkbox"/> Comentario	
<input type="checkbox"/> Comentarista	<input type="checkbox"/> Entrevista	Sujeto
<input type="checkbox"/> Conductor	<input type="checkbox"/> Mesa Redonda	<input type="checkbox"/> C.P.
<input type="checkbox"/> Reportero	<input type="checkbox"/> Anuncio	<input type="checkbox"/> PGJDF
Duración: _____	<input type="checkbox"/> Reportaje	<input type="checkbox"/> PJDF
Entrada: _____		
N° boletín: _____		
Tema: _____		
Caso _____		

RESUMEN

Monitorista: _____

5.2. Formato para Televisión.



PROCURADURÍA GENERAL DE JUSTICIA
DEL ESTADO DE MÉXICO

UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SUBDIRECCIÓN DE ANÁLISIS

INFORMACIÓN TRANSMITIDA POR TELEVISIÓN

Fecha: _____	Género	Tendencia
Canal: _____	<input type="checkbox"/> Boletín	<input type="checkbox"/> Positiva
Programa: _____	<input type="checkbox"/> Nota informativa	<input type="checkbox"/> Neutral
Horario: _____	<input type="checkbox"/> Editorial	<input type="checkbox"/> Negativa
Autor: _____	<input type="checkbox"/> Comentario	
<input type="checkbox"/> Comentarista	<input type="checkbox"/> Entrevista	Sujeto
<input type="checkbox"/> Conductor	<input type="checkbox"/> Mesa Redonda	<input type="checkbox"/> C P.
<input type="checkbox"/> Reportero	<input type="checkbox"/> Anuncio	<input type="checkbox"/> PGJDF
Duración: _____	<input type="checkbox"/> Reportaje	<input type="checkbox"/> PJDF
Entrada: _____		
Nº boletín: _____		
Tema: _____		
Caso: _____		
Imagen <input type="checkbox"/> sí <input type="checkbox"/> no		

RESUMEN

Monitorista: _____

5.3. Llenado

Fecha: Corresponde al día al que pertenece el programa y se debe registrar el día, mes y año.

Ejemplo: Viernes 3 de diciembre de 1999.

Estación - Canal: Especificar a qué estación (para radio) o a cuál canal (para televisión) corresponde el programa monitoreado.

Ejemplo: Radio Red, Radio 13, Radio Fórmula.
2, 13, 7, 11.

Programa: Anotar el nombre completo del programa que se esté monitoreando.

Ejemplo: Monitor de la Mañana.
Primero Noticias.

Horario: Corresponde al horario de transmisión del programa. Se escribirá de la siguiente forma:

Ejemplo: 05:55 a 10:00
06:00 a 09:00

Autor: Se escribirá el nombre de la persona que esté dando la nota. Más adelante de este apartado, se especificará con una "X" si el emisor es comentarista, conductor o reportero.

Ejemplo: Javier Alatorre
Jorge Carbajo
Leonardo Curzio

Duración: Anotar el tiempo de transmisión de la información que se transcribió.

Ejemplo: 2' 30 ".

Entrada: Se especificará a qué hora comenzó la información.

Ejemplo: 06:23 horas
19:34 horas

N° de Boletín: El llenado de esta información es exclusiva para el analista de información.

Género: Marcar con una "X" a qué género periodístico pertenece la información, o si se trata de un boletín, mesa redonda o anuncio.

Tendencia: Calificar con una "X" si la información transmitida es positiva, neutral o negativa.

Sujeto: Especificar con una "X" de qué sujeto se está hablando en la información, si se trata del Procurador, PGJDF o PJ.

Tema - Caso: El llenado de esta información es exclusiva para el analista de información.

Imagen: Esta información sólo está en el formato para televisión, y se especifica si se transmitió imagen de la PGJDF.

Resumen: Desarrollar la información de acuerdo con los lineamientos generales de transcripción.

Monitorista: Escribir el nombre de la persona quien transcribió la información.

Hoja: El llenado de esta información es exclusiva para el analista de información.

6. LINEAMIENTOS GENERALES DE TRANSCRIPCIÓN*

- Iniciar el texto de la nota con el autor, ya sea reportero, conductor o comentarista. Y si se trata de una entrevista, especificar el cargo o función del entrevistado, y cómo se realizó, en el estudio o vía telefónica.

Ejemplo: *El reportero Ariel Sosa* informó sobre las audiencias en el caso Stanley...

El conductor José Gutiérrez Vivó comentó que el nuevo Reglamento de Tránsito no es conocido ni siquiera por los mismos policías ..

El comentarista Fidel Samaniego precisó que la política económica en México va por buen rumbo.

Rosario Robles, jefa de Gobierno del DF, señaló en *entrevista realizada en el estudio* de "Hechos AM", que la línea B del Metro será inaugurada el próximo 15 de diciembre.

José Angel Gurría, secretario de Hacienda, negó en *entrevista vía telefónica* que esté recibiendo una pensión.

* El uso de **negritas** y *cursivas* en los ejemplos solamente son para resaltar el lineamiento, salvo en aquellos casos en los que el mismo lineamiento solicite el uso de negritas y cursivas.

- Cuando se trate de una llamada telefónica del público que no se pasa al aire, sino que se lee posteriormente, se aclarará que se dio lectura a la llamada.

Ejemplo: El conductor Carlos Ramos *dio lectura a la llamada telefónica* de la señora Ramírez, que dice: "En la calle Monterrey, en la colonia Roma, hay un grupo de jóvenes que se dedica a asaltar a los transeúntes. Ojalá que la autoridad pusiera más vigilancia".

- Cuando en una nota extensa se repita varias veces el nombre de la institución, la primera vez se escribirá el nombre completo seguido por sus siglas entre paréntesis y se utilizarán estas últimas cada vez que se vuelva a mencionar a dicha institución. Las siglas se escribirán sin puntos que separen las letras.

Ejemplo: La Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal (*PGJDF*) iniciará el operativo denominado "Blanca Navidad", para evitar el robo en los principales centros de comercio.

La Policía Judicial del Distrito Federal (*PJDF*) detuvo al cabecilla de una de las principales bandas de narcotraficantes de Tepito.

- Elegir el verbo correcto para cada emisor de la nota. En caso de notas informativas, se utilizará: Informar, decir, señalar, dar a conocer... En cambio, para puntos de vista personales del emisor, se pondrán los siguientes verbos: Comentar, opinar, considerar, expresar...

Ejemplo: El conductor Pablo Latapí *informó* que el presidente Ernesto Zedillo encabezó la IV Reunión Nacional de Procuración de Justicia.

El colaborador René Delgado *consideró* que tanto Vicente Fox como Cuauhtémoc Cárdenas se encuentran en una lucha constante contra el candidato del partido oficial, Francisco Labastida.

7. LINEAMIENTOS GENERALES DE ESTILO

- No se escribirán palabras extranjeras cuando exista en español el vocablo adecuado. En cambio, cuando no exista en español un equivalente, se dejará la palabra extranjera, pero en cursivas.

Ejemplo: Dumping, establishment, ombudsman.

- El prefijo latino *post* (que significa detrás o después) se utilizará sólo en caso de que preceda a una vocal.

Ejemplo: Postelectoral

- Cuando le sigue una consonante, se utilizará la forma *pos*.

Ejemplo: Posguerra, posgrado.

- El prefijo *ex*, que significa fuera o más allá, delante de nombres o adjetivos de persona, implica que ésta ha dejado de ser lo que aquéllos representan. Como prefijo se escribe unido al nombre. Igual ocurrirá con otros prefijos como *anti*, *extra*, *sobre*, *supra*, *sub*, *trans* y *ultra*. El prefijo sólo se utilizará separado con un guión en los casos que siga un nombre propio.

Ejemplo: Expresidente, exsubprocurador, exdiputado, excandidato.

Ex-Convento de Santa Teresa, ex-Yugoslavia.

- Cuando se escriba de algo originario o proveniente de Estados Unidos, siempre se preferirá el término estadounidense a norteamericano, pues este último implica a todos los países de Norteamérica (México, EU y Canadá).

Ejemplo: El *estadounidense* John Peter Zárate fue asesinado por Alfonso González, alias "El Chucky".

- Se escribirán con mayúsculas las siglas de instituciones u organismos.

Ejemplo: INI (Instituto Nacional Indigenista), IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social).

- Cuando se trate de palabras que no son siglas, sino un acrónimo (palabra formada por letras o sílabas iniciales o finales de las diversas palabras que integran un término compuesto), sólo será mayúscula la primera letra.

Ejemplo: Semarnap (Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca), Infonavit (Instituto de Fomento Nacional para la Vivienda de los Trabajadores).

- No se colocarán puntos después de cada letra que compone la sigla. Tampoco se pluralizan las siglas.

Ejemplo: No se debe poner O.N.G., ni las ONGs, sino las ONG.

- Cuando no se escribe el nombre completo de una organización o agrupación, se pondrá todo con bajas.

Ejemplo: ejército zapatista, consejo de huelga.

- Debe evitarse el uso abusivo de las siglas. En todo caso, sólo se utilizarán cuando previamente se haya escrito completo el nombre al cual corresponden.

- Todos los nombres propios se escriben con iniciales mayúsculas. En el caso de títulos de libros sólo se usa mayúscula en la primera palabra.

Ejemplo: El laberinto de la soledad - Libro

Hasta no verte Jesús mío - Libro, pero Jesús es nombre propio.

- Los nombres de los premios se escribirán con altas y bajas, y sin usar cursivas.

Ejemplo: El Oscar, el Ariel, Premio Nobel de Literatura, Premio Nacional de Periodismo, Medalla Belisario Domínguez.

- Los nombres de instituciones públicas y privadas, partidos, universidades, escuelas y en general de todo tipo de organizaciones y organismos se escribirán con mayúscula inicial.

Ejemplo: Bolsa Mexicana de Valores, Universidad Nacional Autónoma, Secretaría de Gobernación.

- En cambio, los nombres de facultades se escribirán con bajas y altas; así como las áreas de diferentes dependencias del gobierno federal.

Ejemplo: Facultad de Medicina, Facultad de Ciencias Políticas.

Subprocuraduría "A" de Procedimientos Penales, Subprocuraduría Especial, Subdirección de Finanzas.

- Cuando se hace referencia a una determinada carrera universitaria, el nombre de ésta será en minúsculas.

Ejemplo: La carrera de economía, licenciado en derecho, doctorado en ciencias.

- Los cargos deberán escribirse con minúsculas.

Ejemplo: papa, abad, presidente, rey, príncipe, agente del Ministerio Público, secretario de estado, subprocurador de la República, director de Homicidios.

- Los nombres genéricos se escriben con minúsculas, con excepción de aquéllos que así sea su nombre.

Ejemplo: golfo, océano, río, avenida, carretera México Pachuca, avenida Paseo de la Reforma.

Calle 10, Avenida 8 (Así se llaman, por eso se escriben con mayúsculas)

- Acontecimientos históricos de importancia para el país y sucesos internacionales relevantes se utilizarán con bajas y altas.

Ejemplo: Independencia, Revolución Mexicana, Segunda Guerra Mundial, Revolución Cubana.

- Los informes de los gobiernos federal y estatal se escribirán con altas y bajas.

Ejemplo: Primer Informe de Gobierno.

- Los alias o apodosos deberán ir entre comillas y en altas y bajas.

Ejemplo: Francisca Zetina, "La Paca". Alfonso González, "El Chucky".

- Respecto a los números y las cifras, salvo en el caso de las fechas y los porcentajes, (7 de enero, 5 por ciento), los números del uno al nueve se escribirán con letra; y con número del 11 en adelante.

Ejemplo: Son cinco los policías arrestados. Son 150 los traficantes de droga que fueron capturados en Tepito.

- Con letra también se dejará diez, cien, mil, un millón, millones, billones, etcétera.

Ejemplo: Mil uno, mil 157, dos mil 765, tres millones...

- Los artículos constitucionales del primero al décimo se escribirán con letra, y con número a partir del 11.

Ejemplo: Artículo sexto constitucional, artículo 27 constitucional.

- Se utilizarán números romanos en los siguientes casos:

a) En legislaturas del Congreso de la Unión, Congresos estatales y Asamblea Legislativa del DF.

Ejemplo: II Legislatura de la ALDF, LVII Legislatura del Congreso de la Unión.

b) Cuando se utilicen siglos.

Ejemplo: Siglo XXI, siglo IV

c) Para indicar números ordinales de reyes, papas, etcétera.

Ejemplo: Juan Pablo II, Carlos III.

d) Para censos, distritos electorales, zonas militares, tomos, capítulos y fracciones de la Constitución.

Ejemplos: XI distrito electoral, XX zona militar, tomo III, capítulo X, fracción IX.

Ahora bien, a lo largo de este capítulo hemos expuesto las alternativas de solución a los problemas que hemos detectado durante nuestra investigación. Estas propuestas, en general, se refieren a la reestructuración del departamento de Monitoreo Electrónico en tres niveles: recursos humanos idóneos, recursos materiales adecuados y suficientes, así como la elaboración y distribución de un manual de procedimientos para el personal del área.

CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación hemos evidenciado la gran importancia que representa la comunicación para todo individuo, grupo o sociedad. El hombre, a través del tiempo, se ha avalado del proceso de la comunicación para realizar infinidad de cosas, y lo más importante, ha logrado su desarrollo y subsistencia en la sociedad.

Ahora bien, hablando específicamente de un gobierno, de una institución pública, la comunicación también resulta de suma importancia, por lo cual, como se ha observado en el paso de la historia, los Gobiernos han contado con sistemas y dispositivos adecuados para la recolección de información externa e interna, la cual se transmite a los puntos donde se toman las decisiones. Asimismo, éstos cuentan con un sistema de monitoreo de la información periodística, para conocer lo que se dice en los medios a propósito del Estado o institución. Dicha necesidad originó el surgimiento de las oficinas de prensa, ahora llamadas Unidades de Comunicación Social.

Así bien, conscientes de la importancia y poder de la comunicación, en la actualidad no hay organismo de Gobierno que no tenga una oficina de prensa o Unidad de Comunicación Social, y la PGJDF no es la excepción. Esta dependencia cuenta con una unidad de este tipo, la cual tiene como función general el mantener y mantenerse informada sobre los sucesos que de una u otra manera le afecten. Para este último fin, el de mantenerse informada, la dependencia cuenta con el área de Síntesis y Monitoreo Electrónico.

Empero, de acuerdo con nuestro análisis, actualmente esta área presenta algunas fallas, tanto en sus recursos humanos y materiales, como en su política a seguir. Estas carencias e irregularidades se reflejan en el deficiente cumplimiento de algunos de sus objetivos. Asimismo, demuestran la necesidad de adoptar algunas medidas para mejorar el funcionamiento del área, ya que la comunicación social del Estado es un asunto profesional.

De esta manera, las fallas mostradas durante el capítulo cinco, como la estancia de personal no apto para realizar las funciones del área; el bajo nivel de programas monitoreados; el obsoleto proceso para el flujo de información, así como la falta de un manual de procedimientos, entre otros aspectos, son

claros indicadores de que algo funciona mal y de que es necesario un cambio en la estructura y organización del área analizada.

Por ello, consideramos que es procedente una reestructuración en tres niveles: Primero, la contratación de personal con el perfil idóneo y la constante capacitación del actual; segundo, disponibilidad suficiente de recursos materiales para cubrir las necesidades del área y, finalmente, la realización y distribución de manuales de procedimientos para el personal. Aunque, debe resaltarse, para que esta propuesta logre cumplir con los objetivos fijados, se deben obtener conjuntamente estos tres factores, ya que con la ausencia de alguno de éstos, no se podrán lograr los resultados requeridos.

Asimismo, es importante subrayar que este proyecto de trabajo no implica de ninguna manera actitudes rígidas, ni las propuestas que se presentan son fórmulas mágicas que garanticen al 100 por ciento el mejor funcionamiento del área de Monitoreo Electrónico, pues para poder aseverar que así es, se tendría que poner en práctica y a través de sistemas de control determinar si la propuesta cumple o no eficientemente con sus objetivos.

APÉNDICE

A continuación presentamos un comentario realizado el 13 de julio del 99, por el conductor del programa *Al Momento*, Carlos Ramos Padilla, respecto a una denuncia ciudadana. Asimismo, transcribimos un extracto de la entrevista realizada a Pablo Taboada, director de Radio y Televisión de la UCS de la PGJDF, en dicho programa, un día después.

13 de julio de 1999- Carlos Ramos: "Fíjese lo que son las cosas, nos tienen perfectamente bien monitoreados en la Procuraduría capitalina, eso lo sé porque me enseñaron los documentos. Yo quisiera preguntar a la Procuraduría capitalina porqué desde hace casi ocho días, sino es que más, no hemos recibido respuesta de estos Judiciales que estaban dormidos frente a un parque público, allá por Calzada de las Bombas; por más de dos horas dormidos, así totalmente perdidos dos judiciales de la patrulla 0333..."

Todavía estamos esperando, ya que son muy duchos en las respuestas en la Procuraduría capitalina, estamos esperando el porqué estos judiciales estaban dormidos en un parque... Queremos todavía la respuesta, vamos a ver si sirve su sistema de monitoreo, pero vamos a calificar mejor si sirve su sistema de respuestas".

14 de julio de 1999 - Pablo Taboada: "Muchas gracias por abrirnos este espacio para hacer algunas precisiones a los comentarios que estás haciendo. Efectivamente, nosotros estuvimos atentos a esta denuncia ciudadana que se hizo a través de *Radio 13*... sobre las denuncias que habían hecho las personas en torno a estos dos elementos de la policía, que según denunciaban se encontraban dormidos por más de dos horas en un parque público en la Calzada de las Bombas..."

Ya lo comentabas tú, mientras la ciudadanía está siendo víctima de ilícitos, pues los elementos de la policía no pueden incurrir en esas actitudes, inclusive, por su propia seguridad... Así que la Procuraduría está tomando medidas, está poniendo atención a las denuncias ciudadanas que se hacen a través de los medios. Y esto me lleva a otro tema, porque justamente el hecho de monitorear a los medios electrónicos, en la radio, en la televisión, quiero decir, los medios electrónicos, que son la radio y la televisión, a nosotros nos permite estar de alguna manera informados de lo que se está manejando, lo que

las personas están denunciando, de lo que están quejándose, de las actuaciones de los funcionarios, de los elementos de la Policía Judicial capitalina. Quiero decirte que el asunto del monitoreo, si me permites, lo traigo a colación, porque tú justamente comentabas ayer que al parecer la Procuraduría capitalina los tiene bien monitoreados, en el programa *Al Momento*, de *Radio 13*.

Y bueno, tú sabes muy bien que este tipo de monitoreo no solamente lo hace la Procuraduría capitalina, sino la mayoría de las dependencias, no solamente del Gobierno capitalino, sino del Gobierno federal. Esto por supuesto no se trata de actitudes inquisitorias, no se trata de buscar en los medios cosas que se estén diciendo mal de la dependencia en este caso para hacer correcciones y mucho menos, la Procuraduría capitalina es absolutamente respetuosa de la libertad de expresión, respetuosa absoluta de la opinión de los profesionales de la comunicación. Más bien, el monitoreo que nosotros llevamos a cabo es precisamente para conocer la imagen que está teniendo afuera la Procuraduría. Y esto resulta importante, porque de alguna manera los medios son para nosotros el termómetro de la actuación que se está teniendo y es por eso que tomamos las quejas, en particular ésta que nos ocupaba hace unos momentos, es por eso que nos es factible enterarnos de ese tipo de quejas y tomar las medidas necesarias...

Incluso, ha habido mayor acercamiento y esto beneficia en tres rubros a la ciudadanía, bueno, beneficia a los medios porque tienen posibilidad de tener la información, de una manera más expedita, de una manera más rápida y de una manera más objetiva. Beneficia a la Procuraduría porque están los medios más cercanos a los funcionarios, los obliga a tener una actuación más transparente, una actuación más acuciosa, más escrupulosa y esto viene a redundar en un beneficio para la ciudadanía, porque en la medida en que se vayan corrigiendo vicios de los funcionarios, en la medida en que los medios nos vayan señalando algunas irregularidades, en esta medida se irán corrigiendo y, bueno, se irá mejorando la procuración de justicia...".



PROCURADURIA GENERAL DE JUSTICIA
DEL DISTRITO FEDERAL

UNIDAD DE COMUNICACION SOCIAL
SUBDIRECCION DE ANALISIS

INFORMACION TRANSMITIDA POR **TELEVISION**

FECHA: _____

CANAL: _____

PROGRAMA: _____

HORARIO: _____

AUTOR: _____

CONDUCTOR () COMENTARISTA ()

REPORTERO ()

TEMA: _____

CASO: _____

IMAGEN () SI () NO

GENERO

- () Boletín
- () Nota Informativa
- () Editorial
- () Comentario
- () Entrevista.
- () Mesa Redonda
- () Anuncio
- () Reportaje

TENDENCIA

- () Positiva
- () Neutral
- () Negativa

DURACION: _____

ENTRADA: _____

FOLIO: _____

SUJETO

- () C.P.
- () PGJDF
- () PJDF

Resumen

MONITORISTA: _____

HOJA: _____

BIBLIOGRAFÍA

Arias Galicia, Fernando. Administración de recursos humanos, 4ª edición, México, 1989, Ed. Trillas, 535 pp.

Baldivia, José y Mario Arrieta. Apuntes sobre información y comunicación, México, Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, 1979, 105 pp. (Serie Trabajos)

Berlo, David. El Proceso de la comunicación. México, Ed. El Ateneo, 1989, 239 pp

Berrigan, Frances J. Manual sobre los medios de comunicación social en relación con la población y el desarrollo, Francia, UNESCO, Marcel, Bon, 1978, 115 pp

Böckelmann, F. Formación y funciones sociales de la opinión pública, España, Ed. Gustavo Gili, 1983, 304 pp.

Bohmann, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México, México, Ed. Alianza, 1989, 397 pp.

Chiavenato, Idalberto. Administración de recursos humanos, Traduc. María Isabel Fittipaldi de Ruiz. México, Mc Graw Hill, 1983. 578 pp.

De la Mota, Ignacio H. Función social de la información, España, Ed. Paraninfo, 1988, 324 pp.

Escarpit, Robert. Teoría general de la información y de la comunicación, España, Ed. Icaria, 1977, 318 pp.

Fernández Christlieb, Fatima. Los medios de difusión masiva en México, 10a. edición, México, Juan Pablos, 1993, 330 pp.

Ferrer, Eulalio. Información y comunicación, México, Ed. Tezontle, 1997, 317 pp.

Galeano, Ernesto César. Modelos de comunicación, 2a. edición, Argentina, Ed. Macchi, s/año, 146 pp.

Goded, Jaime. Cien puntos sobre la comunicación de masas en México, México, Universidad Autónoma de Sinaloa, 1979, 179 pp.

Goded, Jaime. Los medios de comunicación colectiva, México, 1967, 302 pp (Serie Lecturas 1)

Granados Chapa, Miguel Angel. Examen de la comunicación en México, México, Ed. El Caballito, 1981, 224 pp.

Guajardo, Horacio. Teoría de la comunicación social, México, Ed. Gernika, 1986, 162 pp.

Lloyd Sommerlad. Políticas y sistemas nacionales de comunicación social. Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, México, 1981, 143 pp.

Menéndez, Antonio. Comunicación social y desarrollo, 2a edición México, UNAM, 1977, 210 pp. (Series Estudios, número 24)

Pinto Mazal, Jorge. Régimen legal de los medios de comunicación Colectiva; Lecturas Básicas, México, UNAM Facultad de Ciencias Políticas, 1977, 405 pp (Serie Lecturas)

Piñuel Raigada, José Luis y Juan Antonio Gaitán Moya. Metodología general: Conocimiento científico e investigación en la comunicación social, España, Síntesis, 1995, 639 pp.

Romero Rubio, Andrés. Teoría general de la información y de la comunicación, España, Ed. Pirámide, 1974, 334 pp.

Sotillo, María (coordinadora). Sistemas alternativos de comunicación, España, Trotta, 1993, 200 pp.

Terron, Fernand. La información, Venezuela, Ed. Monte Avila, 1969, 170 pp.

TESIS

Infante García, Carolina. Importancia de una oficina de monitoreo de programas noticiosos en la radio y la televisión para una institución gubernamental, Tesis de licenciatura, México, UNAM, ENEP Aragón, 1996, 175 pp.

Lázaro Padilla, Alma Rosa. Oficinas de Prensa: Necesidad o imposición, Tesis de licenciatura, México, UNAM, ENEP Aragón, 1994, 192 pp.

Munguía Quiñonez Ricardo Herón, Propuesta para la reestructuración organizacional de la Unidad de Comunicación Social de la Secretaría de Marina - Armada de México, Tesis de licenciatura, México, UNAM, ENEP Aragón, 1998, 110 pp.

Ríos Alvarado, Ramón. Las Oficinas de Prensa como alternativa para el periodista, Tesis de licenciatura. México, Carlos Septién García, 1988, 185 pp.

Sánchez González, Elia. Las Oficinas de Comunicación Social gubernamentales y el control de la información. Tesis de licenciatura, México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1997, 93 pp.

OTROS DOCUMENTOS

"¿Carrera del Porvenir, La?", Monsiváis, Carlos. (Versión fotostática), s/d.

Comunicación Social - PGJDF. Lineamientos generales de acción para 1994. México, 9 pp.

Diagnóstico y Proyecto de Trabajo de la Subdirección de Análisis y Síntesis, realizado por Raúl Peña López, jefe departamental del Banco de Información y Análisis de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del DF, en enero de 1995.

Diario Oficial de la Federación. Reglamento de la Ley Orgánica de la Procuraduría General de Justicia del DF. 17 de julio de 1996, 32 pp.

TESIS

Infante García, Carolina. Importancia de una oficina de monitoreo de programas noticiosos en la radio y la televisión para una institución gubernamental, Tesis de licenciatura, México, UNAM, ENEP Aragón, 1996, 175 pp.

Lázaro Padilla, Alma Rosa. Oficinas de Prensa: Necesidad o imposición, Tesis de licenciatura, México, UNAM, ENEP Aragón, 1994, 192 pp.

Munguía Quiñonez Ricardo Herón, Propuesta para la reestructuración organizacional de la Unidad de Comunicación Social de la Secretaría de Marina - Armada de México, Tesis de licenciatura, México, UNAM, ENEP Aragón, 1998, 110 pp.

Ríos Alvarado, Ramón. Las Oficinas de Prensa como alternativa para el periodista, Tesis de licenciatura. México, Carlos Septién García, 1988, 185 pp.

Sánchez González, Elia. Las Oficinas de Comunicación Social gubernamentales y el control de la información. Tesis de licenciatura, México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1997, 93 pp.

OTROS DOCUMENTOS

"¿Carrera del Porvenir, La?", Monsiváis, Carlos. (Versión fotostática), s/d.

Comunicación Social - PGJDF. Lineamientos generales de acción para 1994. México, 9 pp.

Diagnóstico y Proyecto de Trabajo de la Subdirección de Análisis y Síntesis, realizado por Raúl Peña López, jefe departamental del Banco de Información y Análisis de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del DF, en enero de 1995.

Diario Oficial de la Federación. Reglamento de la Ley Orgánica de la Procuraduría General de Justicia del DF. 17 de julio de 1996, 32 pp.

Directorio de Comunicación Social 1998 de la Presidencia de la República. Dirección General de Comunicación Social. 303 pp.

Manual de Organización Específico de la Unidad de Comunicación Social, México, julio 1997, 40 pp.

Manual Operativo de la empresa *Especialistas en Medios*. S/D

Palabras pronunciadas por el jefe departamental del Banco de Información y Análisis de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del DF, Raúl Peña López, en las instalaciones de la ENEP Aragón, en noviembre de 1994.

Propuesta de Manual Específico de Organización de la PGJDF-UCS, México, 1993, 39 pp.

Unidad de Comunicación Social. Manual de Organización. México, S/año. 32 pp.