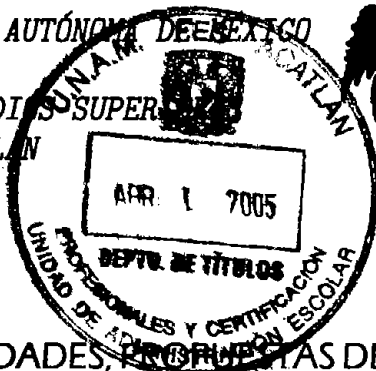




UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN



ANÁLISIS DE LAS ACTIVIDADES, PROGRAMAS DE
PLANEACIÓN Y OPERACIÓN DE LA DIRECCIÓN
DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL DIF NACIONAL

MEMORIA DE DESEMPEÑO PROFESIONAL
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LIC. EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA
P R E S E N T A :
MIGUEL BALÁN MORALES ESTRADA

ASESORA:
MTRA. LETICIA URBINA ORDUÑA

MÉXICO, D.F.

MARZO 2005

m 342534



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Miguel Balan Morales
Estroza

FECHA: 4 abril 2005

FIRMA: [Firma]

ÍNDICE

Introducción.....	4
Capítulo uno	
1.- Antecedentes y origen histórico del DIF Nacional.....	8
1.1.- ¿Qué es el DIF?.....	9
1.2.- La familia y el DIF.....	10
1.3.- Asistencia e integración social.....	12
1.4.- Modelos de atención.....	14
1.5.- Acciones impulsadas por el DIF Nacional para atender a la infancia y adolescencia en México.....	15
1.6.- Presencia internacional.....	17
1.7.- Atención a población vulnerable.....	19
1.8.- DIF Nacional, razón de ser.....	20
1.8.1.- Misión del DIF Nacional.....	20
1.8.2.- Visión del DIF Nacional.....	20
1.8.3.- Objetivos del DIF Nacional.....	20
1.9.- Actividades que llevan a cabo las diferentes áreas que conforman el DIF Nacional.....	21
Capítulo dos	
2.- Dirección de Comunicación Social.....	25
2.1.- La comunicación pública e institucional.....	26
2.2.- Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional.....	27
2.2.1.- Misión de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional....	27
2.2.2.- Visión de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional....	27
2.2.3.- Objetivo de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional.	27
2.2.4.- Responsabilidades de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional.....	27
2.2.5.- Funciones de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional.....	28
2.3.- Departamento de Enlaces Interinstitucionales.....	29
2.3.1.- Objetivo del Departamento de Enlaces Interinstitucionales.....	29
2.3.2.- Funciones del Departamento de Enlaces Interinstitucionales.....	29
2.4.- Planteamiento del problema.....	30
2.5.- Actividades realizadas durante abril de 2002 y 2003.....	32

Capítulo tres

3.- Metodología de investigación, propuestas de planeación y operación.....	35
3.1.- Comunicación externa.....	36
3.2.- Metodología.....	37
3.3.- La muestra.....	38
3.4.- Propuestas.....	40
3.4.1.- Propuestas a las acciones comunicativas internas.....	40
3.4.2.- Propuestas a la difusión externa.....	43
6.- Conclusiones.....	49
7.- Bibliografía.....	55
8.- Hemerografía.....	58

INTRODUCCIÓN

Para empezar quiero comentar sobre cómo es que llegue a pensar, planear y por fin realizar la presente memoria de desempeño profesional. En un principio fui a preguntar por el servicio social en el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), ya en sus instalaciones me comentaron que no había vacantes para el área de publicidad, pues como tal no existía.

En donde sí tenían vacantes era en el área de prensa (Departamento de Enlaces Interinstitucionales), ahí tuve yo la tarea de cubrir eventos y redactar notas informativas para la página de Internet de la institución, realizar reportajes para estructurar boletines de prensa que serían entregados a los representantes de los diversos medios de comunicación (en este caso, es la fuente médico asistencial), entonces, por mi formación académica tenía yo las armas para poder enfrentar este reto que se me presentaba.

Posteriormente realicé nueve meses de prácticas profesionales en el área de prensa de la Subdirección de Comunicación Social del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM), antes Instituto Nacional de la Senectud (INSEN), ahí mi trabajo era redactar notas para la revista *Experiencia*, cuya difusión era interna.

A los nueve meses me hablaron de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional, para saber si me interesaba trabajar en el Departamento de Enlaces Interinstitucionales (prensa), ahí, actualmente desempeño diversas actividades relacionadas con la atención a los representantes de los medios de comunicación, tales como la realización de notas informativas para la página web del DIF Nacional y/o comunicados de prensa, entre otras.

Para rematar, quiero comentar que se debe tener en cuenta que el servicio social juega un papel muy importante en el desempeño profesional, pues al generar una vinculación entre la escuela, que es la formadora del individuo y las instituciones que serán las que reciban al mismo, se puede lograr la integración del estudiante de manera casi automática al sector laboral.

También creo conveniente el que actualmente existan diversas formas de titulación y pues lo cierto es que, aún y cuando no lo parezca, desarrollar un trabajo de memoria de desempeño profesional tiene muchas ventajas. Una de ellas es que dicha investigación puede ser de gran ayuda al servir como referente de la experiencia adquirida en el mundo laboral.

Una de las mejores maneras de realizar una memoria de desempeño profesional consiste en unirse a una investigación que se encuentra ya en proceso, pues generalmente los temas tienen miles de vertientes que aún no han sido estudiadas por lo complejo y en ocasiones, lo caro que resultaría llevar a cabo tan completa investigación.

Por ejemplo, en mi caso el tema de la investigación partió de una de las vertientes que encontré después de haber leído varias tesis sobre la dirección de comunicación social (prensa), que abarcan desde sus inicios hasta la actualidad, otras tantas explican su organización y el funcionamiento, pero muy pocas aterrizan de manera precisa el beneficio que tiene el contar con un área de este tipo al interior de una institución en especial y en un período bien delimitado, pero sobre todo en cuanto a actividades y repercusiones de la misma en medios impresos.

Otro de los beneficios es el que en dicha investigación apliqué los conocimientos obtenidos durante mis estudios profesionales y al mismo tiempo los que he adquirido durante mi desempeño profesional, plasmando de esta manera un trabajo más explícito, que al leerlo puede orillarnos a reconocer el amplio campo de trabajo que es desaprovechado en muchas de las ocasiones por las falsas creencias de que solamente se puede ejercer en los medios impresos y/o electrónicos, olvidando de manera tajante la investigación, la docencia y el periodismo institucional, entre muchas otras aplicaciones que tiene la carrera de periodismo y comunicación colectiva.

Con la finalidad de poder visualizar el desarrollo de la presente investigación, comento que Mario Revilla Basurto, autor del libro *Introducción a la teoría de la comunicación*, reconoce que la comunicación es una estrategia que posibilita el logro de fines o la satisfacción de necesidades, no sólo en el ámbito individual, sino también a escala grupal y/o social.

El autor también menciona en su libro que la comunicación se puede dar en el ámbito privado, organizacional o público. En el ámbito privado, no trasciende a la sociedad, ni a un grupo, pues la interacción que se realiza cara a cara para tomar una u otra decisión afecta solamente a los sujetos directamente involucrados, por lo que su efecto queda restringido a un espacio meramente personal, por ejemplo, el matrimonio; la comunicación en el ámbito organizacional afecta a un grupo distinguible, sin perjudicar a la sociedad, porque el intercambio de temas trasciende el espacio particular, pero su importancia no es tan relevante que pueda afectar a toda la sociedad en general, por ejemplo, la quiebra de una empresa.

En el ámbito público e institucional se afecta a la población en conjunto mediante la generación de fenómenos de concepción, distribución y consumo de la información necesaria para la realización de los procesos de producción y reproducción social. Pues los datos que por ella circulan interesan a la sociedad en conjunto porque reconstruyen la realidad compartida por la comunidad y tiene por lo tanto la capacidad de afectar a la población en general, por ejemplo, la sucesión presidencial.

El propósito de la presente memoria de desempeño profesional, es comparar las acciones comunicativas realizadas por el Departamento de Enlaces Interinstitucionales (prensa), tales como:

- A) La elaboración de comunicados de prensa.
- B) La contratación de inserciones en medios impresos.
- C) La realización de eventos con asistencia de la prensa.
- D) La gestión de entrevistas con funcionarios del DIF Nacional.

Así como, analizar de manera cuantitativa las notas publicadas por los periódicos: Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Heraldo de México, Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa, El Día, Novedades, El Sol de mediodía, 2a. de Ovaciones, Últimas Noticias de Excélsior y el Universal Gráfico; durante el mes de abril de 2002 y 2003, en torno al DIF, para generar sobre la base de mi experiencia profesional propuestas de planeación y operación aplicables a las acciones de difusión que realiza el Departamento de Enlaces Interinstitucionales de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional.

La investigación que se realizó en este caso fue principalmente de campo, pues los elementos más que en bibliotecas, se encontraron al interior de la institución. Por consiguiente el ámbito de estudio fue la institución, sus acciones comunicativas y la repercusión de las mismas en los medios de comunicación.

Actualmente me desempeño como reportero en el departamento de Enlaces Interinstitucionales, por lo que pude darme cuenta de la mala fama que tienen las áreas de comunicación social ante los medios de comunicación, del auge de la prensa escrita, de la aparición de nuevas formas de difusión de información, como lo es el internet. Por estas, entre otras razones, me pareció interesante el poder proponer estrategias de difusión de las acciones que realiza el DIF Nacional, a fin de poder cambiar la percepción que tienen los reporteros de la fuente médico asistencial sobre la actuación de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional.

A continuación se dan de manera general comentarios sobre cada uno de los capítulos que conforman la presente memoria de desempeño profesional:

En el primer capítulo, *Antecedentes y origen histórico*, se muestra lo que es el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), la relación que tiene con la población vulnerable, algunos de sus programas, su misión, visión y objetivos generales.

En el segundo capítulo, *Dirección de Comunicación Social*, se mencionan la misión, visión, objetivo, responsabilidades y funciones de la Dirección de Comunicación Social, así como se enumeran las actividades de difusión que realizó el Departamento de Enlaces Interinstitucionales (prensa), durante el mes de abril de 2002 y 2003.

En el tercer capítulo, *Diseño de la metodología de la investigación, propuestas de planeación y operación*, se clasifican de manera cuantitativa las notas del DIF, generadas por la prensa escrita durante el mes de abril del 2002 y 2003. Dentro del mismo apartado se encuentran comentarios de planeación y operación aplicables a las acciones de difusión que realiza el Departamento de Enlaces Interinstitucionales, de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional.

En el último apartado, *Conclusiones*, se dan a conocer de manera precisa diversos puntos que se deben de tomar en cuenta durante la realización del proceso de comunicación pública e institucional.

CAPÍTULO UNO

ANTECEDENTES Y ORIGEN HISTÓRICO DEL DIF NACIONAL

1.- ANTECEDENTES Y ORIGEN HISTÓRICO DEL DIF NACIONAL

El Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), fue creado en 1977 para auxiliar a quienes no contaban con asistencia social y requerían de ayuda para mejorar su condición de vida.

Su primer antecedente lo constituye el programa *La gota de leche*, que en 1929 reunía a un grupo de mujeres mexicanas quienes proporcionaban alimento a las niñas y a los niños de la periferia de la ciudad de México, ello dio origen a la Asociación Nacional de Protección a la Infancia, que reorganizó la Lotería Nacional, precisamente para apoyar a la beneficencia pública, encargada desde entonces de sustentar acciones de este tipo para con los niños, adolescentes, mujeres, discapacitados y adultos mayores¹.

En los años cuarenta, el gobierno mexicano creó la Subsecretaría Especializada en la Asistencia Pública, la cual compartía con la de Salubridad, las funciones de atención a los grupos sociales que viven en mayor desventaja, en los años sesenta y bajo la divisa de los desayunos escolares se crea el Instituto Nacional de Protección a la Infancia (INPI).

Ya a finales de los sesenta aparece el Instituto Mexicano de Asistencia a la Niñez (IMAN), para atender a niñas y niños huérfanos, desvalidos, discapacitados o con determinadas enfermedades, en 1977 el IMAN y el entonces renovado Instituto Mexicano de Protección a la Infancia y la Familia IMPI (antes INPI), se fusionan y dan origen al Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), que principalmente enfoca su atención a las niñas y los niños que viven con mayores desventajas sociales y económicas y que por ello se consideran sujetos de asistencia social.

Actualmente el DIF cuenta con oficinas en cada uno de los estados de la república, en el Distrito Federal y en más de dos mil municipios donde brinda atención integral a niñas, niños, mujeres, adolescentes, adultos mayores y personas con discapacidad.

1.1.- ¿QUÉ ES EL DIF?

El DIF, es entonces un organismo descentralizado del gobierno federal con patrimonio y personalidad jurídica propia, que se encarga de desarrollar e impulsar políticas públicas en el campo de la asistencia social.

1. Coordinación de Asesores del DIF, Una propuesta para continuar el cambio, México D.F., 1998, página 3.

1.2.- LA FAMILIA Y EL DIF

La globalización ha impreso sobre las familias mexicanas, situaciones tales como la acentuación de las diferencias en los ingresos, la amenaza de deserción escolar, la creciente presencia de riesgos para la niñez y la juventud y el abandono de las personas adultas mayores.

Por lo que hoy ya no se puede hablar sólo de las familias tradicionales, sino también de aquellas monoparentales y extensas, que conforman distintos tipos como la indígena, la campesina, la urbana y la jornalera.

En este contexto, el DIF apoya de manera transitoria a las familias que propician la salida prematura de sus miembros, ya sea porque no pueden mantenerlos durante un periodo necesario o bien, porque los maltratan y los han orillado a buscar espacios como la calle para sobrevivir².

Por ello actúa permanentemente a través de diversos programas y proyectos. Así, el año 2003.³

A) Mediante el programa de *Desayunos escolares*, distribuyó 4.6 millones de raciones alimenticias diarias.

B) Entregó 21.8 millones de despensas a familias vulnerables de dos mil 76 municipios del país.

C) Promovió el desarrollo comunitario en dos mil 880 localidades de alta y muy alta marginación.

D) Fortaleció la economía familiar a través de la distribución de paquetes de semillas para conformar huertos.

E) Brindó asesoría a 636 grupos familiares y comunitarios para establecer granjas avícolas, proyectos de apicultura, criaderos acuícolas, talleres de artesanías, de tecnología doméstica y maquila familiar.

F) Instrumentó el programa *De la calle a la vida* para atender a niñas, niños y jóvenes en situación de calle.

G) Promovió la campaña *Abre los ojos*, para atender el problema de la pornografía y la prostitución infantil.

2. Versión estenográfica de las palabras pronunciadas por la señora Ana Teresa Aranda Orozco, directora general del DIF, durante la 1ª conferencia magistral *Políticas públicas con perspectiva familiar y comunitaria*, durante el Congreso Internacional sobre la Familia, realizado el 6 de noviembre de 2003 en el Centro de Negocios y Comercio de la Ciudad de México (CENEYCO).

3 Los datos duros manejados fueron obtenidos de la publicación: 2º Informe de actividades de la señora Ana Teresa Aranda Orozco, 2002 -2003 (libro blanco, versión amplia).

H) Brindó atención integral a 132 mil 300 niñas y niños hijos de madres trabajadoras.

I) Atendió a 14 mil 142 madres adolescentes.

J) Asistió a nueve mil menores fronterizos en 18 albergues de tránsito ubicados en la frontera norte de México.

K) El 70 por ciento de los requerimientos de atención de la discapacidad fue atendido en los Centros de Rehabilitación y Educación Especial (CREE), Centros de Rehabilitación Integral (CRI) y Unidades Básicas de Rehabilitación (UBR).

L) Brindó atención a población en desamparo a través de 22 casas cuna, 554 casas hogar para niñas y niños y 40 casas hogar para ancianos.

1.3.- ASISTENCIA E INTEGRACIÓN SOCIAL

Dada su naturaleza, le corresponde al DIF Nacional coadyuvar para que las familias no se desintegren y, por el contrario, fortalezcan sus lazos de unión para tener un mejor desarrollo.

En este sentido, la institución trabaja para proporcionar a la población herramientas que le ayuden para vivir mejor, así como para prevenir situaciones de riesgo que pongan en peligro su unidad y atender a cada uno de los integrantes de la familia de forma integral, en caso de que se encuentren inmersos en circunstancias difíciles.

A través de la asistencia e integración social, el DIF:

A) Coordina y colabora con instancias públicas, privadas y sociales para ejecutar programas de atención a personas en situación vulnerable.

B) Proporciona servicios legales y psicosociales encaminados a restablecer el equilibrio social en situaciones como el abandono o la violencia intrafamiliar⁴.

C) Promociona las adopciones nacionales e internacionales.

D) Regulariza situaciones jurídicas de la población con mayores desventajas sociales como matrimonios civiles, expide actas de nacimiento y gestiona ante las instancias correspondientes, la modificación de las mismas en caso de ser erróneas.

E) Previene el maltrato del menor y de la mujer, así como la violencia intrafamiliar.

F) Ayuda a grupos vulnerables con apoyo económico, albergue, bolsa de trabajo y campamentos recreativos. Estos últimos, para favorecer su esparcimiento y recreación.

G) Atiende y protege a la población en desamparo como niñas, niños, adolescentes y personas de la tercera edad, a través de centros asistenciales.

H) Instrumenta acciones para detectar enfermedades, prevenir y atender la discapacidad promoviendo la rehabilitación⁵.

I) Proporciona ayudas funcionales como órtesis (aparato correctivo, para que el paciente de manera paulatina logre realizar con su miembro afectado el movimiento adecuado), prótesis (es un sustituto de aquel miembro que se haya perdido por algún accidente), aparatos auditivos, sillas de ruedas, bastones y andaderas a los individuos que lo necesiten.

4. Carpeta misión, visión y funciones de la Dirección de Asistencia Jurídica del Sistema Nacional DIF.

5. Carpeta misión, visión y funciones de la Dirección de Rehabilitación y Asistencia Social del Sistema Nacional DIF.

J) Desarrolla estrategias nacionales que coadyuvan a mejorar la condición de vida de esta población, en todos los ámbitos.

1.4.- MODELOS DE ATENCIÓN⁶

La parte fundamental del DIF Nacional es el desarrollo e instrumentación de modelos de atención, que con base en experiencias nacionales e internacionales se conforman para ampliar y mejorar tanto los servicios, como la capacitación de sus recursos humanos y la atención hacia la población más vulnerable.

De aquí la importancia de que enfoque sus tareas para:

A) Desarrollar modelos de atención en materia de asistencia social, con una rigurosa metodología.

B) Generar instrumentos normativos y de certificación que regulen la operación de los servicios asistenciales, con el fin de unificar criterios, elevar la calidad y efectividad de dichos servicios, así como profesionalizar al personal que los otorga.

C) Promover e impulsar la formulación de normas oficiales mexicanas y normas técnicas de competencia laboral en el rubro de asistencia social de manera condensada, a través de comités de normalización.

D) Impulsar la normalización de modelos de intervención y atención en asistencia social brindando asesoría y apoyo técnico a los sistemas estatales y municipales DIF, así como a instancias públicas, privadas y sociales que así lo soliciten.

E) Promover y facilitar la certificación de la calidad de los servicios asistenciales con base en las normas mexicanas y estándares de calidad internacional ISO 9001-2000, así como la certificación de las competencias laborales en materia de asistencia social, ambas acciones, mediante un tercer órgano para tal fin.

F) Promueve la evaluación de impacto y desempeño de los modelos y programas asistenciales, con el fin de mejorar la presentación de los servicios que en este rubro se otorgan a la población más vulnerable.

G) Capacita a recursos humanos sobre el uso y aplicación de metodología para el desarrollo de modelos de intervención, a través de cursos y talleres. Asimismo, fortalece el proceso de enseñanza-aprendizaje a través de pláticas de apoyo.

H) Promueve la integración de redes para el fortalecimiento de la asistencia social para ampliar la vinculación entre los sistemas estatales y municipales DIF y entre organismos de la sociedad civil dedicada a la asistencia social buscando diversificar y conjuntar alternativas de intervención en la materia.

I) Impulsa el desarrollo de una cultura de la asistencia social basada en el avance científico, así como en la búsqueda, recopilación y difusión de información que apoye todas las actividades de la asistencia social.

6. Comentarios obtenidos de la Carpeta misión, visión y funciones de la Dirección de Modelos de Atención del Sistema Nacional DIF.

1.5.- ACCIONES IMPULSADAS POR EL DIF NACIONAL PARA ATENDER A LA INFANCIA Y A LA ADOLESCENCIA EN MÉXICO⁷

Según una estimación elaborada a partir de casos reportados por la prensa en el ámbito nacional, durante el periodo comprendido entre enero de 1998 a junio del 2000, se reveló que en México por lo menos, 16 mil menores son víctimas de prostitución y pornografía infantil, por ello, el DIF Nacional para prevenir, atender y erradicar esas prácticas lanzó sus campañas de sensibilización y fomento a la cultura de la denuncia, denominadas *Abre los ojos* y *Abre los ojos, pero no cierras la boca*.

Para atender a niñas, niños y adolescentes de entre cero y 18 años de edad en situación vulnerable, la Institución opera casas cuna y casas hogar en todo el país donde alberga por lo menos a cinco mil menores, a quienes les brinda atención integral para su desarrollo.

El DIF Nacional opera el programa preventivo Chimalli para prevenir adicciones, mediante el cual en el año 2003, atendió por lo menos a 60 mil infantes y adolescentes de población cautiva y población abierta.

En México, el DIF Nacional distribuye 963 millones de desayunos escolares al año para contribuir a que niñas y niños en situación vulnerable no abandonen el ámbito escolar y cuenten, por lo menos, con el 30% de los requerimientos nutricionales que requiere un menor al día.

Asimismo, para fortalecer la alimentación distribuye 22 millones de despensas a familias de escasos recursos y por medio de las Cocinas Populares y Unidades de Servicios Integrales (COPUSI), distribuidas en el país.

Actualmente atiende a 63 mil 267 menores de cero a cinco años de edad, en mil 914 Centros de Asistencia Infantil Comunitarios (CAIC), de 20 estados de la república y a 32 mil 534 pequeños de la misma edad en 323 Centros Asistenciales de Desarrollo Infantil (CADI), en 27 entidades.

Para fomentar el ejercicio de los derechos de la infancia, el DIF realiza anualmente el concurso nacional sobre este tema, en el que incluso, han participado estudiantes latinoamericanos.

Opera el Programa de Atención a Menores Fronterizos, con el que atiende el DIF Nacional, en promedio anual a nueve mil menores, en 18 albergues temporales, hasta reintegrarlos a su familia en su lugar de origen.

Instrumenta el Programa para la Prevención y Atención Integral del Embarazo en Adolescentes (PPAIDEA), dirigido a población abierta y escolarizada.

7. Los datos manejados fueron obtenidos del 2º Informe de actividades de la señora Ana Teresa Aranda Orozco, 2002 – 2003 (libro rojo, versión resumida).

Para atender a menores de y en la calle opera el programa *De la calle a la vida*, con el fin de propiciar una mejor calidad de vida a los menores brindándoles diversas opciones para su desarrollo integral, toda vez que, de acuerdo con diversos estudios del DIF Nacional y UNICEF, se han detectado en México por lo menos 114 mil infantes en esa situación.

Para atender a menores con discapacidad y prevenir esta situación, el organismo opera 975 Unidades Básicas de Rehabilitación y 63 centros de rehabilitación en el país.

Con el fin de evitar que los menores pasen mucho tiempo en las casas cuna y casas hogar del DIF Nacional, se impulsó la homologación de los criterios de adopción para brindarles la oportunidad de reintegrarse con una familia.

Opera más de 800 instancias jurídicas en todo el país, como las procuradurías de la Defensa del Menor y la Familia. Asimismo, el DIF Nacional instrumenta el Programa de Prevención de Maltrato del Menor, entre otros.



1.6.- PRESENCIA INTERNACIONAL

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, "la diplomacia mexicana del nuevo milenio ya no debe ser sólo un instrumento central en la preservación de la soberanía y de la seguridad nacional, sino que debe convertirse además en una palanca para promover y apuntalar el desarrollo socioeconómico de México"⁸.

Por ello, con el fin de estrechar la colaboración internacional, el DIF Nacional fortalece su presencia en el ámbito mundial, así como la coordinación con otras instancias gubernamentales, embajadas y consulados mexicanos.

Asimismo, a través de la Dirección General y de las subdirecciones de Atención a Población Vulnerable y de Asistencia e Integración Social, se reciben pasantías y visitas para difundir los programas del DIF Nacional y fortalecerlos con base en la experiencia internacional.

En este contexto, se han realizado sesiones de trabajo con representantes del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), de la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO), de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Temas en torno a la niñez, la mujer, la familia, la adopción internacional, el tráfico de personas, la migración, la alimentación, los derechos humanos, la discriminación, la discapacidad, la pornografía y la prostitución infantil, son algunos de los que se han analizado con el fin de generar nuevas políticas públicas que coadyuven a mejorar la atención de las personas en situación de vulnerabilidad, para lograr disminuir y erradicar acciones que transgreden los derechos fundamentales del hombre y laceran a las familias.

La presencia internacional del DIF le ha permitido participar y colaborar en la realización de eventos como la Conferencia Mundial contra el Racismo, la Discriminación, la Xenofobia y Formas Conexas de Intolerancia, el Año Internacional del Voluntariado, el Periodo Extraordinario de Sesiones de la Asamblea de las Naciones Unidas para la Infancia, en seguimiento a la Cumbre Mundial de la Infancia.

⁸. Versión estenográfica de las palabras pronunciadas por la señora Ana Teresa Aranda Orozco, directora general del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), durante la conferencia de prensa realizada en la sala Juárez del DIF Nacional, el 29 de octubre del 2003.

Asimismo, ha estado presente en los trabajos del Plan de Acción de la Cumbre Mundial de la Alimentación, del Proyecto de Cooperación Técnica entre el Gobierno de México y las oficinas de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, en la Comisión Mixta de Cooperación Técnica y Científica entre México y Guatemala, en el Programa para las Comunidades Mexicanas en el Extranjero, de la Secretaría de Relaciones Exteriores y en el seguimiento a los compromisos de México en materia de derechos humanos.

Por otra parte, al considerar que la migración seguirá siendo para México un tema prioritario, es interés del DIF Nacional coadyuvar para garantizar que todo ciudadano mexicano en el extranjero reciba el apoyo que requiera, con atención de la más alta calidad. Para este efecto, mantiene comunicación permanente con las secretarías de Relaciones Exteriores y de Gobernación, particularmente con el Instituto Nacional de Migración.

Cabe mencionar que con la Coordinación Nacional del Programa Paisano se realizan acciones para mejorar la educación de los migrantes mexicanos en los Estados Unidos.

El DIF Nacional mantiene presencia internacional con el fin de⁹:

- A) Mantener un contacto permanente con organismos internacionales.
- B) Brindar apoyo a familias migrantes.
- C) Propiciar el intercambio internacional de modelos y experiencias de desarrollo.
- D) Representar al migrante ante la Secretaría de Relaciones Exteriores, embajadas, consulados mexicanos, organismos e instituciones internacionales vinculadas con la asistencia social y temas a fines.
- E) Promover, coordinar y concertar convenios de colaboración, proyectos y programas con sectores y representantes del ámbito social, público y privado en materia de asistencia social y temas a fines, dentro y fuera del país.
- F) Importar y exportar metodologías, programas y experiencias en materia de asistencia social.
- G) Gestionar ante organismos financieros internacionales y gobiernos extranjeros apoyos diversos para los programas y proyectos.
- H) Coordinar acciones de atención a las familias migrantes mexicanas.

9. Datos obtenidos de la Carpeta misión, visión y funciones de la Dirección de Asuntos Internacionales del Sistema Nacional DIF.

1.7.- ATENCIÓN A POBLACIÓN VULNERABLE

El DIF Nacional impulsa acciones para garantizar la asistencia social de acuerdo a las posibilidades de cada estado, municipio y comunidad. De aquí que a través de las direcciones de Alimentación y Desarrollo Comunitario, Protección a la Infancia y Modelos de Atención, vislumbre una mejor forma de vida para las familias con mayores carencias.

Por ello el DIF actúa en los rubros de¹⁰:

- A) Alimentación, fortalecimiento de la economía y desarrollo familiar y comunitario.
- B) Atención a población en condiciones de emergencia en zonas urbanas, rurales e indígenas marginadas.
- C) Protección y atención a la infancia y a la adolescencia en situación vulnerable, coadyuvando en la prevención y erradicación de riesgos, como la situación de las niñas y los niños de y en la calle, la incorporación temprana al trabajo, el embarazo en adolescentes, la explotación sexual comercial infantil, las adicciones o cualquier otra forma de abuso hacia estos sectores de la población.
- D) Promoción de los derechos de la infancia a través de la cultura de respeto, el ejercicio, la tolerancia y la protección de los mismos.
- E) Prevención y atención de menores migrantes, fronterizos y repatriados, con acciones integrales.
- F) Atención integral a niñas y niños hijos de madres trabajadoras.
- G) Atención a la salud infantil en coordinación con los sistemas estatales y municipales DIF.
- H) Apoyo a la población en situaciones de emergencia, afectadas en caso de desastre.
- I) Promoción e impulso de actividades educativas, culturales y deportivas entre menores y adolescentes en riesgo de caer en situaciones que afecten su desarrollo.

10. Información recabada de la Carpeta misión, visión y funciones de la Dirección de Modelos de Atención del Sistema Nacional DIF.

1.8.- DIF NACIONAL, RAZÓN DE SER¹¹

1.8.1- MISIÓN DEL DIF NACIONAL

Ser la Institución rectora de la asistencia social pública y privada, que promueva la integración y llevar a cabo la implementación del desarrollo humano, tanto de manera individual, como familiar y comunitaria, con base en estrategias y modelos de atención que privilegien la prevención de factores de riesgo y la vulnerabilidad social, así como la profesionalización y la calidad de los servicios.

1.8.2- VISIÓN DEL DIF NACIONAL

Promover y reorientar los recursos públicos y coadyuvar a coordinar y a fortalecer el trabajo de organismos públicos, privados y sociales, para generar con ellos un cambio cultural centrado en los valores familiares, la solidaridad y la equidad.

1.8.3- OBJETIVOS DEL DIF NACIONAL

Proporcionar los apoyos necesarios a las niñas y a los niños, a las y los adolescentes, a las mujeres, a las personas con discapacidad y a los adultos mayores, que viven con un mayor número de desventajas o que están en riesgo de tenerlas, así como para mejorar su calidad de vida a través de la asistencia social, la protección, la asesoría y la capacitación.

Propiciar bienestar a las familias mexicanas más vulnerables mediante acciones gubernamentales que fortalezcan sus capacidades de desarrollo, tanto en lo individual como en la comunidad.

11. Información recabada de la Carpeta misión, visión y funciones del Sistema Nacional DIF.

1.9- ACTIVIDADES QUE LLEVAN A CABO LAS DIFERENTES ÁREAS QUE CONFORMAN EL DIF NACIONAL¹²

La Dirección General del DIF Nacional, entre otras tareas se encarga de:

- A) Planear, controlar, ejecutar y dirigir las acciones del Sistema Nacional DIF.
- B) Desarrollar e impulsar políticas públicas en el campo de la asistencia social.
- C) Impulsar, desarrollar y fortalecer acciones de asistencia social.
- D) Representar a México en eventos nacionales e internacionales relacionados con la asistencia social.
- E) Celebrar convenios de colaboración con organismos públicos, privados y sociales que redunden en la ampliación y mejoramiento de servicios.
- F) Representar al Sistema Nacional DIF ante el sector salud.
- G) Elaborar y desarrollar, en coordinación con sus dos subdirecciones generales y sus direcciones de área, el programa anual institucional de actividades.

La Subdirección General de Atención a Población Vulnerable, conformada por:

- A) La Dirección de Alimentación y Desarrollo Comunitario.
- B) La Dirección de Protección a la Infancia.
- C) La Dirección de Modelos de Atención.

A través de esta subdirección se impulsan acciones de:

- A) Alimentación, fortalecimiento de la economía y del desarrollo familiar y comunitario, así como atención a población en condiciones de emergencia en zonas urbanas, rurales e indígenas marginadas.
- B) Protección y atención a la infancia y a la adolescencia en situación vulnerable, coadyuvando para prever y erradicar riesgos como el de las niñas y los niños de y en la calle, la incorporación temprana al trabajo, el embarazo en adolescentes, la explotación sexual comercial infantil, las adicciones o cualquier otra forma de abuso hacia estos sectores de la población.
- C) Promoción de los derechos de la infancia a través de la cultura de respeto, el ejercicio, la tolerancia y la protección de los mismos.

12. Organigrama y carpeta de actividades de las áreas que conforman el Sistema Nacional DIF, realizado por la Dirección de Coordinación de Asesores, enero de 2003.

D) Prevención y atención del fenómeno de menores repatriados y fronterizos con acciones integrales.

E) Apoyar a la población en situaciones de emergencia, afectadas en caso de desastre.

F) Promover e impulsar actividades educativas, recreativas, culturales y deportivas entre menores y adolescentes en riesgo de caer en situaciones que afecten su desarrollo.

G) Generar modelos de atención con base en estudios, evaluaciones, proyectos y experiencias exitosas en materia de asistencia social, para responder oportunamente a las necesidades de la población vulnerable o en riesgo.

La Subdirección General de Asistencia e Integración Social, está conforma por:

A) La Dirección de Rehabilitación y Asistencia Social

B) La Dirección de Asistencia Jurídica

De las actividades más relevantes que realiza esta subdirección se encuentran:

A) El desarrollo de estrategias nacionales que coadyuven a mejorar la condición de vida de las personas con discapacidad en todos los ámbitos del desarrollo nacional.

B) La prevención de discapacidad y la rehabilitación de personas que la padecen.

C) La coordinación y colaboración con instancias públicas, privadas y sociales para ejecutar programas de atención a personas en situación vulnerable.

D) La formación de médicos especialistas en rehabilitación, técnicos ortesistas y protesistas.

E) La atención y protección de población en desamparo como niñas, niños, adolescentes y personas de la tercera edad.

F) La promoción de adopciones nacionales e internacionales.

G) La regulación de situaciones jurídicas de la población con mayores desventajas sociales.

H) La prevención del maltrato del menor y de la mujer, así como de la violencia intrafamiliar.

La Oficialía Mayor está integrada por:

- A) La Dirección de Recursos Humanos.
- B) La Dirección de Recursos Materiales y Servicios Generales.
- C) La Dirección de Programación, Organización y Presupuesto.

Entre otras actividades, esta área se encarga de:

- A) Elaborar normas y sistemas para la administración y optimización de recursos humanos, materiales y financieros.
- B) Conformar programas.
- C) Operar el Sistema institucional de contabilidad y la formulación de los estados financieros de la institución.
- D) Apoyar servicios técnico-administrativos y de equipamiento en materia de sistemas, informática y comunicaciones de los sistemas estatales y municipales DIF.
- E) Conducir los planes y programas de modernización, desconcentración y desarrollo administrativo.
- F) Adquirir suministros y arrendamiento de bienes y servicios.

La Dirección de Comunicación Social, está integrada por el departamento de Análisis y Evaluación Informativa (área que se encarga de la realización de la carpeta informativa, conformada por notas generadas en los medios impresos de comunicación), y por el departamento de Enlaces Interinstitucionales, que entre otras actividades se encarga de:

- A) Desarrollar acciones que contribuyan a posicionar a la institución ante la opinión pública.
- B) Instrumentar campañas de difusión para fortalecer los programas y acciones institucionales.
- C) Organizar eventos y conferencias de prensa alusivos a los programas y acciones institucionales, de manera individual o en coordinación con organismos públicos, privados y sociales.
- D) Producir y conformar la memoria editorial del Sistema.
- E) Atender a representantes de los medios de comunicación nacional e internacional.
- F) Elaborar productos como documentos informativos, comunicados de prensa, kits de prensa, resúmenes ejecutivos, folletos, trípticos y carteles.

G) Gestionar y cubrir entrevistas para la Directora General y/o para algún otro funcionario.

H) Atender los requerimientos informativos de la población en general.

La Dirección de Asuntos Internacionales se encarga de:

A) Representar al DIF ante la Secretaría de Relaciones Exteriores, embajadas, consulados mexicanos, organismos e instituciones internacionales vinculadas con la asistencia social y temas a fines.

B) Promover, coordinar y concertar convenios de colaboración, proyectos y programas con sectores y representantes del ámbito social, público y privado en materia de asistencia social y temas afines, dentro y fuera del país.

C) Importar y exportar metodologías, programas y experiencias en materia de asistencia social.

D) Gestionar ante organismos financieros internacionales y gobiernos extranjeros apoyos diversos para los programas y proyectos.

E) Coordinar acciones de atención a las familias migrantes mexicanas.

En el capítulo siguiente, los comentarios van de lo general a lo particular, pues se dan a conocer conceptos que describen lo que es el área de Comunicación Social del DIF Nacional y el Departamento de Enlaces Interinstitucionales, llegando al punto de plantear el problema sobre la base de las actividades realizadas durante el mes de abril de 2002 y abril de 2003, para de esta forma posteriormente proponer acciones que ayuden en la difusión de los actos que efectúa la institución en beneficio de la población vulnerable de México.

CAPÍTULO DOS

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2.- DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En el presente capítulo se dan a conocer las actividades que el departamento de Enlaces Interinstitucionales realiza para lograr la adecuada difusión de los programas del DIF Nacional en los medios de comunicación. Su importancia radica en hacer cada vez más competitivas (atractivas), las acciones del DIF Nacional en su ámbito (sector salud), buscando de esta manera incrementar el valor que para los reporteros de la fuente médico asistencial, tiene el producto del trabajo que realiza el DIF Nacional en materia de asistencia social.

2.1.- LA COMUNICACIÓN PÚBLICA E INSTITUCIONAL

La comunicación pública e institucional, para Mario Revilla Basurto, autor del libro *Introducción a la teoría de la comunicación*, es aquella que afecta a toda una comunidad, por lo que al mismo tiempo tiene un carácter público. Los datos que por ella circulan, esto es, sus temas interesan a la sociedad en conjunto porque reconstruyen y afectan la realidad compartida por la comunidad.

En este tipo de comunicación interviene de manera importante en la producción y reproducción social, pues está presente en las acciones de organización y coordinación de la producción de los procesos de circulación de ideas que propician la identidad y cohesión de las sociedades.

Además de que sus temas intervienen en la producción y reproducción social, este tipo de comunicación se caracteriza porque están prescritos con cierta claridad sus elementos:

Tienen establecido quiénes pueden participar como productores de la comunicación, con qué atributos y con qué tareas.

Quiénes participan como consumidores y también, más o menos, con qué características (segmentos de públicos).

También se establece de qué temas comunicar (los de interés público), y el tratamiento que cabe darles, lo cual, les confiere confiabilidad y autoridad.

Se prescribe el lugar y el momento en que se realiza la comunicación.

Cuenta con recursos financieros, tecnológicos y profesionales para su operación.

2.2.- DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL DIF NACIONAL

A través de la Dirección de Comunicación Social, se plantea la posibilidad de posicionar mediante el apoyo de los medios masivos de comunicación, la imagen del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), ante la sociedad, difundir entre la población el alcance de los programas operativos e informar sobre el avance de las acciones asistenciales que realiza la institución.

2.2.1.- MISIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL DIF NACIONAL

Difundir las actividades del DIF Nacional, como institución rectora del Sistema Nacional de Asistencia Social, que promueve la integración y desarrollo humano de las familias y mexicanos vulnerables y en riesgo, mediante servicios integrales de manera corresponsable con la sociedad.

2.2.2.- VISIÓN DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL DIF NACIONAL

Contribuir mediante la información, la difusión y el posicionamiento del DIF Nacional a incorporar a la población vulnerable y en riesgo al desarrollo humano, en un marco sustentado en los valores de la dignidad, equidad y corresponsabilidad social encausados al bien común.

2.2.3.- OBJETIVO DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL DIF NACIONAL

Garantizar un óptimo posicionamiento del DIF Nacional, ante la opinión pública, fortaleciendo de esta manera la adecuada difusión de sus acciones y programas asistenciales en beneficio de la población vulnerable del país.

2.2.4.- RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL DIF NACIONAL

Formular los planes y programas de trabajo en materia de comunicación social del organismo y someterlos a consideración de la Dirección General del Sistema Nacional DIF para su aprobación.

Planear, normar, dirigir y controlar las acciones institucionales de difusión, editoriales, audiovisuales y de información a los representantes de los medios de comunicación, así como la atención que se brinde a las solicitudes de apoyo de las diversas áreas de la institución en cuanto a difusión.

Así como, definir la línea informativa de la institución hacia los medios de comunicación (prensa, radio y televisión); proponer el contenido de las campañas institucionales y supervisar la información publicada en la página WEB del DIF.

2.2.5.- FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL DIF NACIONAL

La Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional, establece, promueve y vigila la aplicación de políticas de comunicación social y de relaciones públicas del organismo.

Elabora, difunde y mantiene actualizadas las normas y lineamientos internos en materia de comunicación social, que deben observar las áreas del organismo.

Implementa las ediciones, campañas y eventos de difusión, boletines de prensa, entrevistas y conferencias de prensa en que participen autoridades del organismo.

Promueve y coordina las relaciones de organismos con los medios de comunicación y con los diferentes sectores y representantes de los ámbitos público, social y privado.

Analiza y sanciona los contenidos de las acciones de comunicación e información que realicen las áreas que integran el organismo y coordina su desarrollo.

Integra, procesa y difunde internamente, la información publicada y/o transmitida por los medios de comunicación, relativa a los contenidos de interés para el organismo y realiza el respectivo análisis de contenido y orientación de la misma.

Mantiene una constante interacción con los medios de comunicación, áreas homólogas de los sistemas estatales y municipales DIF, así como con las Instituciones públicas y privadas que trabajan en el campo de la asistencia social.

2.3.- DEPARTAMENTO DE ENLACES INTERINSTITUCIONALES

Mantiene una constante relación con los representantes de los medios de comunicación masiva, para posicionar la imagen del DIF Nacional ante la sociedad en general.

2.31.- OBJETIVO DEL DEPARTAMENTO DE ENLACES INTERINSTITUCIONALES

Impulsar el posicionamiento de la imagen del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), y optimizar los esfuerzos de comunicación social de carácter interinstitucional con los medios de comunicación (prensa, radio y televisión).

2.3.2- FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE ENLACES INTERINSTITUCIONALES

Revisa y clasifica las solicitudes de apoyo informativo para las áreas de comunicación social de los DIF estatales y envía la información requerida y/o solicita en materia informativa.

Establece contacto con las áreas de comunicación social del sector salud y organismos privados asistenciales. Para lo que planea, elabora y opera acciones de difusión que le corresponden a la institución, tales como comunicados de prensa y/o producción de spot de radio y televisión.

Recibe instrucciones y sostiene reuniones periódicas con los representantes de medios de comunicación, por lo que envía información sobre temas específicos a representantes de los medios de comunicación. También contrata espacios pagados en los medios, para difundir un tema específico o campañas de asistencia social.

- Procede al análisis del requerimiento para la búsqueda de información de acuerdo a instrucciones recibidas por periodistas, concerta, en su caso, realiza citas con las áreas responsables de los programas, para atender las solicitudes de información.

Recibe de las distintas áreas del Sistema Nacional DIF, la solicitud para la cobertura de un evento, por lo que determina las necesidades y designa un reportero y fotógrafo para dar la cobertura informativa del mismo, también supervisa la redacción y distribución del boletín de prensa a los diversos medios de comunicación.

2.4.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En esta investigación se plantea directamente una observación sobre las repercusiones que tienen las actividades que realiza el departamento de Enlaces Interinstitucionales, en este caso en particular la observación y propuestas, a dichas actividades puede ayudar a mejorar la presencia en los medios de comunicación sobre lo qué es la institución, sus actividades y programas.

Por ejemplo, durante el mes de abril (mes que se toma en cuenta para realizar el análisis cuantitativo, por ser el período en el que el DIF Nacional incentiva un mayor número de apoyos en beneficio de la población infantil más vulnerable), del 2002 se registraron un mayor número de notas publicadas en los periódicos *Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Heraldo, 2a. de Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa y El Día*¹, y durante el mismo mes pero en el año 2003, se registraron un menor número de notas en los periódicos antes mencionados², habiéndose realizado un mayor número de actividades comunicativas.

Por lo que al aumentar las actividades realizadas por el departamento de Enlaces, las notas publicadas por medios impresos deberían aumentar en proporción. En este caso en particular, se abre la posibilidad de comparar las actividades realizadas durante el mes de abril del 2002, contra lo que se hizo durante el 2003, pues el punto medular fue la disminución de repercusiones en medios impresos, siendo que hubo un mayor número de actividades en el año 2003, que en el 2002.

También se cruzan otros factores que motivaron la realización de la presente memoria de desempeño profesional, por ejemplo, en el abril de 2002, el cambio de director del Área de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, antes estaba al frente de la misma la licenciada Ana Karina Sánchez Cremades, actualmente la dirige el señor Cosme Haces Sánchez³.

Se efectuó también en marzo del 2003 el cambio de jefe en el área de Enlaces Interinstitucionales (prensa), antes dirigida por la licenciada Laura Pérez González y en la cual, actualmente está al frente el licenciado Eduardo Pérez Espinosa, pudiendo ser estos, dos posibles factores en la disminución de notas publicadas por la prensa,⁴ al no conocer a los reporteros que cubren la fuente médico asistencial, iniciado a su llegada al área de comunicación social una relación tardía con los medios de comunicación, lo cual dificultó la fluidez en la producción y consumo de la información.

1. Informe de gestión mensual del departamento de Enlaces Interinstitucionales, perteneciente al Área de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, sobre el mes de abril de 2002.

2. Informe de gestión mensual del departamento de Enlaces Interinstitucionales, perteneciente al Área de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, sobre el mes de abril de 2003.

3. Acta de entrega y recepción de la Dirección de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, 2002.

4. Acta de entrega y recepción de la Dirección de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, 2003.

La pregunta más importante al haber comparado los resultados obtenidos por el departamento de Enlaces Interinstitucionales (prensa), que forma parte de la Dirección de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, sobre el mes de abril de 2002, contra abril del 2003⁵ es, cuáles serán las causas de que el DIF Nacional no logre captar la atención de los medios de comunicación impresa y por ende la población a la que debe beneficiar no se entere de los programas que pueden mejorar su calidad de vida⁶.

Por lo anterior es necesario detectar las carencias que presenta el proceso de realización de la comunicación externa que tiene el Sistema Nacional DIF, para con los medios de comunicación impresa y generar diversas propuestas para que se mejore el manejo de la información ante los representantes de los medios de comunicación masiva que cubren la fuente médico asistencial.

5. Diagnóstico organizacional de la Dirección de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, noviembre de 1995.

6. Informe de gestión del Área de Comunicación Social del Sistema Nacional DIF, 2002-2003.

2.5.- ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE ABRIL DE 2002 Y 2003

En el departamento de Enlaces Interinstitucionales (prensa), recae la responsabilidad de posicionar a la institución en los medios de comunicación mediante la realización de actividades tales como:

A) La Instrumentación de campañas de difusión para fortalecer los programas y acciones institucionales.

B) La organización de eventos y conferencias de prensa alusivos a los programas y acciones institucionales, de manera individual o en coordinación con organismos públicos, privados y sociales.

C) La atención a representantes de los medios de comunicación nacional e internacional.

D) La elaboración de productos como documentos informativos, comunicados de prensa, kits de prensa, resúmenes ejecutivos, folletos, trípticos y carteles.

E) La gestión y cobertura de entrevistas con la Directora General y/o para algún otro funcionario.

Actividades mediante las cuales la institución ha logrado mantenerse en el interés de los representantes de los medios de comunicación, sin embargo, dada la dinámica de los medios de comunicación, la aparición de nuevos periódicos, de programas de radio (Diario Monitor, Reporte 98.5, etcétera), de la habilidad con que se conducen los reporteros que cubren al DIF Nacional y de la fuerza en el ámbito político, económico y social que tienen los líderes de opinión (Joaquín López Doriga, José Gutiérrez Vivó, entre otros).

Por lo que veo conveniente analizar de manera cuantitativa las notas generadas por los medios impresos, con la finalidad de identificar las debilidades de las acciones que realiza el departamento de Enlaces y formular propuestas que contribuyan a tener un mayor posicionamiento de la institución en los medios de comunicación.

Se realizaron durante el mes de abril del año 2002 y abril del 2003, por parte del departamento de Enlaces Interinstitucionales (prensa), diversas actividades tales como: inserciones en prensa escrita, comunicados de prensa, entrevistas realizadas (por medios impresos), y eventos en los que se invitó a la prensa, las cuales se muestran en los siguientes cuadros:

Inserciones en prensa escrita

Año que se toma en consideración	Número de inserciones realizadas por el departamento de Enlaces Interinstitucionales. (Inserción: se redactan y envían documentos informativos para publicarse en medios impresos, a cambio de un pago económico).
2002	3
2003	9

Comunicados de prensa

Año que se toma en consideración	Número de comunicados realizados por el departamento de Enlaces Interinstitucionales. (Comunicado: documento mediante el cual se da a conocer a la opinión pública los diferentes programas y acciones que el DIF Nacional realiza).
2002	3
2003	4

Entrevistas realizadas

Año que se toma en consideración	Número de entrevistas gestionadas por el departamento de Enlaces Interinstitucionales para medios impresos. (Entrevista: actividad mediante la cual se atienden las necesidades informativas de los representantes de los medios de comunicación).
2002	0
2003	3

Eventos realizados por el DIF Nacional

Año que se toma en consideración	Número de eventos realizados por el DIF Nacional. (Eventos: se realiza la cobertura de eventos programados por la institución, para generar información que se envía a los medios de comunicación para su difusión).
2002	3
2003	9

Cuadro comparativo de las actividades realizadas por el Departamento de Enlaces Interinstitucionales, durante el mes de abril del 2002 y abril del 2003.

Comparación de actividades	2002	2003
Número de inserciones realizadas por el departamento de Enlaces Interinstitucionales.	3	9
Número de comunicados realizados por el departamento de Enlaces Interinstitucionales.	3	4
Número de entrevistas gestionadas por el departamento de Enlaces Interinstitucionales.	0	3
Número de eventos realizados por el DIF Nacional, en donde asistió prensa.	3	9
Total	9	25

Mediante el registro y análisis cuantitativo de las actividades realizadas por el departamento de Enlaces Interinstitucionales, podemos darnos cuenta de que en el mes de abril del año 2002, el Departamento de Enlaces Interinstitucionales realizó un total de nueve de actividades informativas, consistentes en inserciones en prensa escrita, comunicados de prensa, entrevistas realizadas y eventos en los que se invitó a la prensa; mientras que en el mismo mes, del año 2003, se realizaron 25, ello, nos indica que en el año 2003 se registró un número casi tres veces mayor de actividades informativas.

Los datos obtenidos del conteo de las actividades realizadas por parte del Departamento de Enlaces Interinstitucionales (prensa), servirán de herramienta de análisis y de comparación al contabilizar las notas generadas por los medios impresos de comunicación (*Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Heraldó, 2a. de Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa y El Día*), a fin de generar en el siguiente capítulo propuestas de acción en beneficio de lograr una mayor difusión de las actividades que el DIF Nacional realiza en beneficio de la población más vulnerable.

CAPÍTULO TRES

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN, PROPUESTAS DE PLANEACIÓN Y OPERACIÓN

3.- METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN, PROPUESTAS DE PLANEACIÓN Y OPERACIÓN

En este capítulo, se encuentran clasificadas de manera cuantitativa las notas que mencionan al DIF y/o su directora general, generadas por la prensa escrita durante el mes de abril del 2002 y 2003, para identificar mediante este cruce de datos, razones sobre el por qué disminuyó en el año 2003 el número de repercusiones, mientras aumentaron las acciones de difusión por parte del departamento de Enlaces Interinstitucionales.

3.1.- COMUNICACIÓN EXTERNA

El Departamento de Enlaces Interinstitucionales, al dar a conocer información de los programas y avances del DIF Nacional, busca garantizar el posicionamiento de la institución ante los medios de comunicación masiva, como institución rectora en materia de asistencia social.

Para el logro de dicho objetivo, el Departamento de Enlaces Interinstitucionales y los medios de comunicación utilizaron las siguientes herramientas, que coadyuvan en la elaboración de notas informativas tanto en medios impresos, como electrónicos:

- A) Reportajes especiales.
- B) Comunicados de prensa.
- C) Conferencias de prensa.
- D) Entrevistas individuales de periodistas con funcionarios de la institución.
- E) Giras de trabajo.
- F) Información personalizada.
- G) Participación de funcionarios del DIF en programas periodísticos y de orientación social en medios electrónicos.
- H) Desplegados en prensa (inserciones).
- I) Campañas de publicidad.
- J) Comunicación cara a cara.

3.2.- METODOLOGÍA

Habiendo identificado en el capítulo anterior las actividades que realizó el Departamento de Enlaces Interinstitucionales, en un proceso de comunicación interna (información que genera el DIF), a externa (información que consumen los medios de comunicación), ahora nos vamos a ubicar en el análisis cuantitativo de las notas generadas por los medios de comunicación impresa, en respuesta a las acciones informativas generadas por el departamento de Enlaces Interinstitucionales.

En el primer paso se recabaron las notas generadas durante el mes de abril de 2002 y 2003, por medios impresos de comunicación (*Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Herald de México, Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa, El Día, Novedades, El Sol de Mediodía, 2a. de Ovaciones, Últimas Noticias de Excélsior y el Universal Gráfico,*).

En el segundo paso se separaron las notas del año 2002 y las del 2003.

En el tercer paso se apartaron las notas que hablan sobre la directora general del DIF, de las que mencionan algo sobre la institución.

En el cuarto paso se fue sumando las notas conforme a los diferentes géneros periodísticos identificados.

En el quinto paso, se vació en cuadros la información recabada de la recolección y clasificación de las notas generados por los diversos medios impresos, para conforme a esta contabilización se pudieran hacer propuestas a las actividades comunicativas que realiza el Departamento de Enlaces Interinstitucionales.

3.3.- LA MUESTRA

En la presente investigación se tomaron en cuenta las notas publicadas por los periódicos: *Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Heraldo de México, Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa, El Día, Novedades, El Sol de Mediodía, 2a. de Ovaciones, Últimas Noticias de Excélsior y el Universal Gráfico*, durante el mes de abril de 2002 y abril del 2003, en torno al DIF Nacional y a su directora general.

MUESTRA CUANTITATIVA

Conforme a las actividades realizadas durante el mes de abril del año 2002, se obtuvo un total de 80 menciones registradas en los periódicos *Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Heraldo de México, Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa, El Día, Novedades, El Sol de Mediodía, 2a. de Ovaciones, Últimas Noticias de Excélsior y el Universal Gráfico*; siendo esta cifra más alta que la registrada al año siguiente con un total de 74 notas, en las cuales se comenta sobre las acciones del DIF Nacional y su directora general.

Cuadro donde se muestra la suma total de notas publicadas por medios impresos, donde se menciona al DIF Nacional o a su directora general.

Periódico	Notas generadas por medios impresos		
	2002	2003	Total
Reforma	12	10	22
El Universal	14	12	26
La Jornada	5	11	16
Milenio	5	2	7
El Financiero	3	2	5
Excélsior	7	12	19
La Crónica	0	3	3
Unomásuno	2	2	4
El Heraldo de México	3	5	8
Ovaciones	4	4	8
El Sol de México	5	5	10
El Economista	1	0	1
La Prensa	4	4	8
El Día	2	0	2
Novedades	6	1	7
El Sol de Mediodía	1	0	1
2a. de Ovaciones	2	0	2
Últimas Noticias de Excélsior	2	0	2
Universal Gráfico	1	1	2
Totales	80	74	154

Mismas que fueron clasificadas en notas informativas, primeras planas, entrevistas, columnas, inserciones, fotos, artículos y reportajes realizados tanto de la señora Ana Teresa Aranda, como a funcionarios, y del DIF Nacional, por ser la institución encargada de dar la atención necesaria a niños, niñas, adolescentes, mujeres, personas con capacidades diferentes y adultos mayores, quienes necesitan por parte del Estado una atención especial.

Cuadro con números totales de notas publicadas por medios impresos durante el mes de abril de 2002 y 2003, clasificadas en los diferentes géneros periodísticos.

Clasificación	2002	2003	Total
Notas donde se menciona a la directora general del DIF Nacional.	22	17	39
Primera plana generada por información de la directora general del DIF Nacional.	0	1	1
Entrevistas realizadas a la directora general publicadas en medios impresos.	0	1	1
Columnas donde se menciona a la directora general del DIF Nacional.	1	7	8
Inserciones donde se menciona a la directora general del DIF Nacional.	0	3	3
Fotos donde aparece la directora general del DIF Nacional.	4	3	7
Notas donde se menciona al DIF Nacional.	43	24	67
Primeras planas generadas por el DIF Nacional.	2	1	3
Contraportadas generadas por el DIF Nacional.	0	1	1
Entrevistas realizadas a funcionarios del DIF Nacional.	0	2	2
Artículos donde se menciona al DIF Nacional.	2	2	4
Reportajes donde se menciona al DIF Nacional.	3	6	9
Inserciones del DIF Nacional.	3	6	9
Totales.	80	74	154

3.4.- PROPUESTAS

En esta parte del presente apartado, encontraremos propuestas, así como comentarios realizados con base en mi experiencia profesional como reportero institucional, tomando en cuenta los resultados obtenidos de la suma de actividades comunicativas realizadas de manera interna (acciones comunicativas tales como conferencias de prensa, boletines de prensa, entre otras) y externa (menciones de las actividades realizadas por el DIF Nacional, publicadas en medios impresos), con lo que se logró conformar un texto que cubre las principales cuestiones a tener en cuenta en un área de comunicación social, tales como sus funciones, público objetivo y el rediseño de políticas de comunicación organizacional.

Las propuestas se separaron en dos vertientes, la primera, difusión interna, donde se proponen acciones conforme a los actos comunicativos realizados en el Departamento de Enlaces Interinstitucionales y la segunda, difusión externa, donde se proponen acciones conforme a las menciones registradas en la prensa escrita.

3.4.1- PROPUESTAS A LAS ACCIONES COMUNICATIVAS INTERNAS

En el departamento de Enlaces Interinstitucionales se realizaron durante el mes de abril del 2002 y 2003 diversas acciones tales como inserciones en prensa escrita, comunicados, entrevistas y eventos donde asistió la prensa, a las que se propone lo siguiente:

Durante el mes de abril del 2002, se realizaron 3 inserciones de prensa, durante el mismo mes del siguiente año, se realizaron 9, incrementándose en un 200 por ciento, este tipo de acciones. Por ello propongo la elaboración de notas informativas generadas de la instauración de programas, firmas de convenio con otras instituciones, para destacar la información relativa a las tareas fundamentales de la institución.

Es decir, difundir toda aquella información que destaque la esencia de sus labores sustantivas, las cuales puedan ser utilizadas como comunicados de prensa, en la página web del DIF Nacional y no en inserciones en medios impresos tales como revistas políticas o periódicos, ya que las inserciones pagadas no tienen la misma credibilidad ante los lectores que las notas firmadas.

Durante el mes de abril del 2002, se realizaron 3 comunicados de prensa, durante el mismo mes del siguiente año, se realizaron 4, incrementándose de esta manera en un 33 por ciento este tipo de acciones. Por lo que sugiero la elaboración de por lo menos, un mínimo de dos comunicados a la semana, con la finalidad de informar a la opinión pública sobre el quehacer de la institución.

Durante el mes de abril del 2002, no se realizó ninguna entrevista solicitada por la prensa escrita, durante el mismo mes del siguiente año, se realizaron 3, incrementándose de esta manera en un 300 por ciento este tipo de acciones.

Optaría por la elaboración y actualización de un directorio de reporteros que cubren la fuente médico asistencial, con la finalidad de poderles mandar a su correo electrónico o a su oficina, un listado de los programas que ha implementado últimamente el DIF Nacional y datos estadísticos que maneja la directora general, así como funcionarios, para generar en los medios de comunicación la intención de continuar la búsqueda de información.

Durante el mes de abril del 2002, se realizaron un total de 3 eventos con presencia de la prensa, durante el mismo mes del siguiente año, se realizaron 9, incrementándose de esta manera en un 200 por ciento este tipo de acciones.

Por ello, creo conveniente el organizar al menos 10 acciones, tales como firmas de convenio, donaciones, instauración de programas en coordinación con organismos públicos, privados y sociales, encaminadas a sensibilizar de manera permanente a la fuente informativa del sector salud, fomentando y apoyando su especialización.

En otro orden de hechos, es necesario señalar que la coordinación con las áreas de comunicación social de los DIF estatales anteriormente era constante, ya que se enviaba información para que se realizaran comunicados de prensa. En la actualidad esta relación está muy desarticulada, por lo cual es conveniente realizar una evaluación mensual de los instrumentos de comunicación, tales como los comunicados o boletines de prensa, o bien, las campañas de difusión en radio y televisión, así como materiales informativos, lo que nos permitirá tener una visión más precisa del quehacer comunicacional en el DIF Nacional.

En la actualidad el medio periodístico registra una gran competencia en cuanto investigación sobre un tema o un hecho en particular, entonces en este marco, el boletín de prensa es un medio de información muy desdeñado por los reporteros. Ellos prefieren la relación directa con los funcionarios al cubrir personalmente los eventos, en mi experiencia profesional he visto que cuando hay una cobertura directa de los reporteros, el impacto en los medios de comunicación es mayor.

Para efectos de una mejor planeación de las actividades de comunicación social, es imprescindible conocer con suficiente antelación la agenda de actividades de la directora general del DIF Nacional, así como aquellas necesidades de servicios especializados tales como cobertura de eventos internos que las distintas áreas requieran, para de esta manera coordinar una adecuada cobertura y difusión en los medios de comunicación de la información generada por la institución y/o su directora general.

Se requiere consolidar de nueva cuenta la relación con los representantes de los medios de comunicación masiva. Es importante por ello contar con líneas de acción claras al respecto, que eviten caer en un esquema de arranque y freno, como ha sucedido en la Dirección de Comunicación Social, al registrarse seis cambios de director de la misma desde el año 2000 a la fecha.

Es también necesario revisar los contenidos de la página del DIF en internet para mantener vigentes los datos y estadísticas que allí aparecen. Al respecto se sugiere que sea la Dirección de Comunicación Social el filtro de toda la información que se incluya en la página, con el propósito de tener una visión en conjunto y evitar la duplicidad de los datos aportados a periodistas.

Para revitalizar la relación con los representantes de los medios de comunicación masiva, propongo la organización de un seminario de actualización sobre la asistencia social, dirigido principalmente a los reporteros de la fuente médico asistencial.

Con el propósito de enviar a reporteros y a articulistas material informativo de interés periodístico sobre la Institución, se deben elaborar documentos informativos y carpetas de prensa sobre distintos temas asistenciales, con los que tenga que ver directamente el DIF Nacional.

Se recomienda la elaboración de paquetes con las publicaciones más recientes y significativas del DIF, para que se envíen a reporteros, con una tarjeta firmada por la directora general de la institución.

Invitar a reporteros de la fuente médico asistencial para que realicen reportajes sobre los diferentes modelos asistenciales desarrollados por el DIF Nacional, así como de los programas más representativos de los DIF estatales.

Actualizar, reimprimir y/o diseñar folletos sobre el DIF y los principales programas de la institución para hacer más fácil el manejo de la información que se entrega a los representantes de los medios de comunicación (reporteros).

3.4.2- PROPUESTAS A LA DIFUSIÓN EXTERNA

La difusión externa en la presente memoria de desempeño profesional, la defino como las repercusiones registradas en los medios impresos de comunicación, generadas por las acciones llevadas a cabo por el Departamento de Enlaces Interinstitucionales de la Dirección de Comunicación social del DIF Nacional.

En la presente investigación se tomaron en cuenta las notas publicadas por los periódicos: *Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Heraldo de México, Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa, El Día, Novedades, El Sol de Mediodía, 2a. de Ovaciones, Últimas Noticias de Excélsior y el Universal Gráfico*, durante el mes de abril de 2002 y abril del 2003, en torno al DIF Nacional y a su directora general.

Mismas que fueron clasificadas en notas informativas, primeras planas, entrevistas, columnas, inserciones, fotos, artículos y reportajes realizados tanto de la señora Ana Teresa Aranda, directora general del DIF Nacional, como de la institución, de las cuales se tomaron cinco clasificaciones que se destacaron entre las demás, por su incremento o disminución y a ellas se aplicaron propuestas de planeación y operación.

Durante el mes de abril del 2002, se registraron un total de 22 notas informativas donde se menciona a la directora general del DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 17, disminuyéndose de esta manera en un 22 por ciento este tipo de repercusiones. Por lo que creo que será útil tomar en cuenta varios factores, en primer lugar, el ubicar al tipo de consumidor y/o receptor (reporteros que cubren la fuente médico asistencial), también es conveniente conocer el comportamiento del receptor, saber qué le motiva, conocer sus actitudes, el contexto de comportamiento de consumo para formar e identificar grupos homogéneos entre sí mismos.

Logrando de esta manera una segmentación y tipología adecuada a nuestras necesidades comunicativas y al impacto que queramos lograr, por ejemplo entregar comunicados de prensa a medios boletínicos (Excélsior), buscar la concertación de entrevistas con funcionarios y población beneficiada por algún programa a medios que realizan investigación (Reforma), etcétera.

Durante el mes de abril del 2002, se registraron sólo una columna donde se menciona a la directora general del DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 7, aumentando de esta manera en un 600 por ciento este tipo de repercusiones. Por ello creo que debe estar atento el director del departamento de Enlaces Interinstitucionales al ambiente gubernamental y la publicación de información contraria a los intereses institucionales, ya que en ocasiones la carga de trabajo le impide ver que los medios de comunicación colectiva sólo transmiten la información que otros generan (fuente generadora de información, en este caso es el DIF Nacional y sus funcionarios).

En este caso en particular se pensaría que el director del área en cuestión, si estuvo atento al contexto social y político, por lo que se registró un incremento en este género periodístico, al guiar a la directora general del DIF Nacional, en declaraciones y acciones, que son una fuente inevitable de temas a considerar por los columnistas y analistas políticos.

Durante el mes de abril del 2002, se registraron un total de 43 notas informativas donde se menciona al DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 24, disminuyéndose de esta manera en un 55 por ciento este tipo de repercusiones. Creo apropiado que los funcionarios cuando detecten una disminución en el número de notas, deberían considerar cómo procesan ellos los mensajes de su organización (difusión de programas) y cómo los identifica y presenta la prensa (un programa más, que al cabo de unos meses será olvidado).

Por lo que en el caso del DIF Nacional, hay que saber identificar cómo difundir una buena noticia, ya que la creencia de que las buenas noticias no son noticias, deriva de los criterios de jerarquización de la información que se utiliza en los medios de comunicación colectiva, guiados por los llamados valores de la noticia, en los cuales lo cotidiano pierde relevancia ante acontecimientos fuera de lo común, que por lo mismo, llaman la atención de lectores, radioescuchas y televidentes.

En este contexto, la tarea del área de Departamento de Enlaces Interinstitucionales, será entonces identificar los aspectos de la vida cotidiana de la institución, ¿qué es de interés para la opinión pública?, y ¿qué los periodistas no conocen?, ya sea porque no están suficientemente involucrados con su quehacer social o porque la línea de su medio les exige otro tipo de información.

Durante el mes de abril del 2002, se registraron un total de 3 reportajes donde se menciona al DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 6, aumentando de esta manera en un 100 por ciento este tipo de repercusiones. Por ello reconozco que los medios son sólo eso, medios; recopilan, procesan y difunden información, cuya generación está a cargo de las llamadas "fuentes" (en este caso el DIF Nacional, es la institución generadora de información).

Si la información carece de sustancia o de sustento, no interesa a la opinión pública, ni, por ende, a la prensa. Por lo que creo que el Departamento de Enlaces Interinstitucionales, realizó un buen trabajo al lograr que los medios de comunicación se interesaran por la realización de un mayor número de reportajes, en los que se involucró a la institución

Durante el mes de abril del 2002, se registraron un total de 3 inserciones donde se menciona al DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 6, aumentando de esta manera en un 100 por ciento este tipo de repercusiones. Creo que en ocasiones lo conveniente es definir los aspectos externos o del sector al que pertenece la institución que influyen o repercuten en la ejecución de su política informativa.

Es decir, el contexto político, económico o social que determine el actuar institucional, de esta manera, si al interior de la institución se tiene en cuenta el contexto en el que se desarrollan las acciones del DIF Nacional, no será un gasto el realizar un mayor número de inserciones, sino más bien será una inversión esta forma de publicar las acciones que realiza la institución, porque de esta manera se podrá cubrir una mayor población en cuanto a información por la diversidad de lectores a los que llegan las publicaciones.

Fueron cinco los periódicos que generaron un mayor número de menciones en torno al DIF Nacional y su directora general, ya sea que hayan aumentado o disminuido, al fin y al cabo mostraron un cierto interés. Sobre este actuar comento lo siguiente:

Durante el mes de abril del 2002, en el periódico Reforma, se registraron un total de 12 menciones, donde se refiere sobre el DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 10, disminuyendo de esta manera en un 16 por ciento este tipo de repercusiones. Pienso que la coordinación de esfuerzos al interior de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional, es otra cuestión fundamental a tener en cuenta, pues hay que tener bien claro que las acciones que realiza la institución no pueden funcionar de forma aislada, deben apoyarse en una estrategia global, compartida por todos los sectores de la organización, sin excepción y estar en sintonía con los participantes exteriores.

Por ejemplo, si se desea difundir el beneficio que tendrá la población mediante la instrumentación de un "x" programa, debe darse una adecuada coordinación entre las diversas áreas, las que realizan el programa y la que lo difunde, para no perder la atención de los medios (que ya habíamos ganado).

Durante el mes de abril del 2002, en el periódico El Universal, se registraron un total de 14 menciones, donde se refiere sobre el DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 12, disminuyendo de esta manera en un 16 por ciento este tipo de repercusiones. Considero que la imagen en ocasiones se va deteriorando y consecuentemente se va perdiendo el interés del otro (receptor, en este caso, reportero o hasta el medio de comunicación en general).

Por lo que creo que sería conveniente para la institución, invertir en una campaña publicitaria, en donde la imagen que transmita sea la de una institución muy profesional, dinámica, emprendedora y tome por así decirlo, un segundo aire frente a los medios de comunicación.

Durante el mes de abril del 2002, en el periódico La Jornada, se registraron un total de 5 menciones, donde se refiere sobre el DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 11, aumentando de esta manera en un 120 por ciento este tipo de repercusiones. Por lo anterior veo que las alianzas y fusiones son maniobras muy valiosas para las organizaciones, en este caso en particular para el DIF Nacional.

Pues, al mismo tiempo fue en el periódico La Jornada, donde se contrataron un mayor número de inserciones durante el mes de abril del 2003, (3, en donde se mencionan las acciones que ha realizado el DIF Nacional en beneficio de la población vulnerable).

Acto que puede considerarse como una alternativa en verdad interesante, pues el provecho que se les puede sacar (en este caso a la contratación de las inserciones), va mucho más allá de lo que suele pensarse, ya que el medio de comunicación en cuestión, incentiva a sus periodistas a realizar reportajes, notas informativas, entrevistas, etcétera, en un consentimiento mutuo.

Durante el mes de abril del 2002, en el periódico Excélsior, se registraron un total de 7 menciones, donde se refiere sobre el DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 12, aumentando de esta manera en un 71 por ciento este tipo de repercusiones.

Pienso que puede ser que en este caso en particular, se tomó muy en cuenta que uno como individuo, no puede salir a vender lo que se desconoce, por ello es necesario conocer bien los servicios que ofrece la institución: ¿cómo lo usa la gente?, ¿cuáles son sus características?, ¿a quién se dirige?, ¿cómo es percibido por los demás? (al periódico Excélsior que es boletínero, se le enviaron más comunicados de prensa y como resultado de esta acción se incrementaron las menciones sobre el DIF Nacional).

En este tenor estudiar el mercado es otro requisito indispensable, si se ignoran sus mecanismos y cambios, además de la actividad de los competidores (otras instituciones que atienden a este mismo tipo de población), difícilmente puede encontrarse un nicho para un nuevo servicio o viceversa, un nuevo nicho para la oferta existente.

Durante el mes de abril del 2002, en el periódico El Sol de México, se registraron un total de 5 menciones, donde se refiere sobre el DIF Nacional, durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 5, sin generarse de esta manera un aumento o disminución este tipo de repercusiones.

Por lo que refiero que entre instituciones del sector público y mucho más en un contexto donde más que conciliación política, hay golpeteo entre todos los partidos políticos, existe una fuerte disputa por mantener el mercado (población objetivo) y generar nuevos consumidores (reporteros que no nos han publicado).

Entonces, en un entorno de recesión económica se recomienda tomar en cuenta un esquema de ataque, pues las instituciones deben actualmente de apoyarse en la mercadotecnia debido a los desafíos que implica tener que diseñar proyectos de alto impacto a bajo costo, para diferenciar sus servicios e hilvanar relaciones de largo plazo y así tener una buena relación será primordial para garantizar el crecimiento de la difusión de lo que es y hace la institución.

Durante el mes de abril del 2002, se registraron un total de 80 menciones, en los periódicos: *Reforma, El Universal, La Jornada, Milenio, El Financiero, Excélsior, La Crónica, Unomásuno, El Heraldo de México, Ovaciones, El Sol de México, El Economista, La Prensa, El Día, Novedades, El Sol de Mediodía, 2a. de Ovaciones, Últimas Noticias de Excélsior y el Universal Gráfico*, mismas que fueron clasificadas en notas informativas, primeras planas, entrevistas, columnas, inserciones, fotos, artículos y reportajes realizados tanto de la señora Ana Teresa Aranda, como del DIF Nacional; durante el mismo mes del siguiente año, se contabilizaron 74, disminuyendo de esta manera en un 7.5 por ciento este tipo de repercusiones.

Por lo que reconozco que cuando una organización no genera información que le interese a la prensa o no es capaz de transmitirla eficientemente, los reporteros hurgarán en otras instituciones, que les proporcionen datos con un ángulo noticioso, a veces ligado al sensacionalismo. Entonces, buscarán información en fuentes ajenas, a veces mal intencionadas o simplemente publicarán, con el aderezo de mordaces críticas.

También creo conveniente que al interior del Departamento de Enlaces Interinstitucionales se deben llevar a cabo los siguientes puntos en beneficio de generar un mayor número de menciones de la institución en los medios de comunicación:

A) Desarrollar mecanismos necesarios para organizar el trabajo de los reporteros internos y del personal de las áreas que componen la estructura organizativa de comunicación social (información, redacción, publicidad, relaciones públicas, publicaciones, diseño e imagen, etcétera).

B) Desarrollar la infraestructura de cómputo necesaria y utilizar los recursos tecnológicos y de información como apoyo a las tareas sustantivas de la dependencia y a las labores que fortalezcan los aspectos antes mencionados.

C) Fomentar la creación de redes de información institucionales de acuerdo con el sector salud.

D) Definir estrategias de comunicación en casos de crisis institucional con otras instituciones públicas o privadas y/o con los medios de comunicación.

E) Establecer procedimientos necesarios para apoyar la labor de los representantes de los medios de comunicación, tales como la generación de exclusivas con los reporteros sobre la base de la línea de su medio de comunicación, el Periódico Reforma es la investigación, como La Jornada es a la política.

F) Establecer mecanismos de coordinación necesarios con las instancias públicas y privadas para la difusión de la información, tales como el intercambio de información y análisis del contexto en el que se desarrollara una posible vinculación o la creación de un programa que beneficie a la población más vulnerable.

G) Analizar y evaluar el impacto que la información institucional tiene en la comunidad y en la opinión pública.

H) Coordinar la realización de sondeos de opinión y evaluar las investigaciones relativas a los diversos elementos que conforman el proceso de información y difusión de la institución en los medios de comunicación masiva.

I) Desarrollar y proveer servicios de información institucionales a los medios de comunicación y a la sociedad en general.

El apoyo de los medios de comunicación colectiva es entonces indispensable para llegar a las grandes audiencias. Por lo que, una buena relación con ellos es un asunto crucial. El trato es obligado, no opcional; el éxito en la tarea de posicionarse depende mucho de la buena relación y establecimiento de un esquema de colaboración recíproca con la prensa.

Desde luego que todos estos mecanismos deben complementarse con políticas y procedimientos para un manejo proactivo de la información que fluye a las diferentes áreas de la institución, con ello se evitará que otras instancias tomen la iniciativa y distorsionen los hechos, lo cual representaría una amenaza para los programas y servicios que ofrece el DIF Nacional.

La actividad de las instituciones gubernamentales está plagada de noticias interesantes para la prensa y la opinión pública. Lo que pasa es que no se les identifica porque no hay un trabajo periodístico hacia dentro por parte de quienes tienen a su cargo la tarea de comunicar a las audiencias internas y externas, cuestión fundamental para lograr la aceptación y el apoyo en el ámbito de acción de la institución en cuestión.

Conclusiones

CONCLUSIONES

Las conclusiones se presentan mediante la separación en los subtemas: *comunicación social y medios de comunicación masiva*, siguiendo la dinámica de la presente memoria de desempeño profesional, en donde a las actividades realizadas por el Departamento de Enlaces Interinstitucionales (capítulo dos, actividades realizadas), se genera cierta respuesta en los medios de comunicación masiva (capítulo tres, menciones registradas y propuestas).

Comunicación social

La función de la comunicación social es informar a través de los medios de comunicación masiva, a la población en general sobre las actividades gubernamentales, ya que no es suficiente una gestión pública eficaz, sino se muestra y proyecta a la comunidad las actividades que se realizan.

Es en esa medida, al vincular a la población general con las actividades que realiza la institución y los servidores públicos, se fortalece la legitimidad de la gestión gubernamental.

La política social y dentro de ella, la política asistencial, son dos elementos clave en la aplicación de los márgenes de legitimidad y credibilidad de un régimen político. Al ampliarse la legitimidad y credibilidad, entonces se fortalece la estabilidad social y las condiciones de gobernabilidad de una sociedad.

El ámbito natural de la comunicación social, es informar a través del apoyo de los medios de comunicación masiva a la población en general sobre las actividades gubernamentales y así vincular a gobernados y gobernantes en torno a intereses y aspiraciones comunes.

En el campo de la asistencia social, en el que se desenvuelven las actividades del DIF Nacional, el papel del Departamento de Enlaces Interinstitucionales es fundamental, ya que al informar específicamente sobre las actividades realizadas por la institución, afianza la credibilidad en la misma y por ende en el régimen (en el ámbito político y social). La comunicación social, incide entonces directamente en los valores con los cuales la política asistencial contribuye a la estabilidad social y al afianzamiento del proyecto político del régimen (en este caso, las actividades del Presidente Vicente Fox).

Medios de comunicación masiva

La globalización y el avance de la tecnología, están creando nuevos códigos sociales que rebasan los viejos esquemas para definir estrategias de comunicación y plantean nuevos retos, tales como la posibilidad de informar a través del internet, sin que la distancia o el tiempo sean un impedimento para mantener una constante relación con los representantes de los diferentes medios de comunicación.

El Estado mexicano se encuentra en un proceso de redefinición. Hay una nueva dinámica en la relación Estado-sociedad, en la cual la comunicación social ha adquirido un nuevo y destacado papel. También existe actualmente un mayor interés en los grupos sociales por estar informados y por posicionar sus planteamientos e intereses en los medios de comunicación.

Se percibe una multiplicación de las ofertas informativas, sobre todo en medios electrónicos y una adecuación de los medios impresos a las nuevas necesidades y expectativas sociales. Por lo que la formación de la llamada opinión pública obedece a las reglas diseñadas en gran medida por los propios medios de comunicación, lo que ha favorecido el protagonismo de los espacios informativos y de los llamados líderes de opinión.

La credibilidad en las instituciones no proviene exclusivamente del proceso de comunicación, ésta tiene su sustento fundamental en las acciones políticas que promuevan efectivamente beneficios a la comunidad y a los individuos.

La comunicación entonces no sustituye a la acción política, la imagen de un gobierno no se resuelve en los medios, sino en el conjunto de procesos que tienen que ver con la acción política. Por lo que no se puede resolver mediante la implementación de estrategias de comunicación, lo que no está resuelto en los hechos, ya que la realidad es más contundente que cualquier campaña.

Los temas de la desigualdad y el rezago social están presentes permanentemente en el debate nacional que se lleva a cabo en gran medida a través de los medios de comunicación masiva. La ausencia de las autoridades en ese debate generaría una sensación de vacío, que podría traducirse en incertidumbre y desconfianza, ya que hoy no se puede gobernar sin los medios, pero sobre todo, sin atender a sus nuevas reglas de operación.

Departamento de Enlaces Interinstitucionales

Después de haber realizado un trabajo de análisis y comparación, llegué a la conclusión de que el Departamento de Enlaces Interinstitucionales debe incrementar el número de comunicados de prensa donde se destaque la información más relevante concerniente a las diversas actividades que realiza el DIF Nacional en beneficio de la población más vulnerable del país, a fin de poder evitar en lo posible la contratación de inserciones, ya que no cuentan con la misma credibilidad que una nota firmada por un reportero.

A la par identifiqué que conviene incentivar mediante el otorgamiento de "exclusivas" la relación con los reporteros de la fuente médico asistencial, pues nunca falta una firma de convenio o implementación de un nuevo programa que de una u otra forma responda de manera directa al criterio informativo particular que maneja cada medio de comunicación.

Por último detecté que para lograr un excelente desarrollo comunicativo, es conveniente realizar un análisis comparativo a nivel cuantitativo de manera periódica, de esta forma podrá ser sencillo identificar la causa de la disminución del número de menciones del DIF Nacional y su directora general en la prensa escrita.

Una adecuada gestión pública, implicará entonces ejercer una excelente labor de gobierno, pero además hay que mostrarla adecuadamente a través de un programa oportuno de comunicación social apegado a las siguientes líneas de trabajo:

1.- Diagnóstico institucional:

- 1.1.- Definir la política y programa de comunicación (fortalezas y debilidades).
 - 1.1.1.- Prever el entorno político, económico y social de la institución.
 - 1.1.2.- Conformar un plan comunicativo que prevea las crisis institucionales.
- 1.2.- Definir y establecer las necesidades de comunicación organizacional.
 - 1.2.1.- Considerar la dinámica propia de los medios de comunicación.
 - 1.2.2.- Establecer público o públicos objetivo de los mensajes.

2. Política de comunicación e Información:

- 2.1.- Generar una política basada en la claridad, la apertura y la transparencia hacia los medios y la sociedad.
 - 2.1.1.- Generar información suficiente.
 - 2.1.2.- Generar información oportuna.
 - 2.1.3.- Generar información veraz.
- 2.2.- Establecer principios de difusión.
 - 2.2.1.- Destacar el valor institucional.
 - 2.2.2.- Fortalecer la imagen institucional ya establecida.
- 2.3.- Generar una política de publicidad para uso comercial.
 - 2.3.1.- Generar una difusión adecuada a los medios de comunicación.
 - 2.3.2.- Generar una difusión adecuada a las necesidades de la sociedad.

3.- Medios de difusión y fuente Informativa de la Institución:

- 3.1.- Mantener una relación transparente basada en principios éticos.
 - 3.1.1.- Proporcionar una amplia perspectiva de la institución a la fuente.
 - 3.1.2.- Proporcionar una amplia perspectiva de la institución a los medios.
- 3.2.- Interrelación e intercambio permanente con los medios de comunicación.
 - 3.2.1.- Sensibilizar a los representantes de los medios de comunicación.
 - 3.2.2.- Propiciar la especialización de los reporteros que cubren la fuente.

4.- Medios informativos

4.1.- Mejorar la oferta informativa.

4.1.1.- Realizar una reorganización interna.

4.1.2.- Aprovechar las tecnologías de información.

4.1.3.- Generar una red de información institucional.

4.2.- Diversificar los productos informativos que se entregan a la fuente.

4.2.1.- Realizar boletines de prensa abarcando diferentes problemáticas.

4.2.2.- Realizar conferencias de prensa cuando así lo requiera el tema.

4.2.3.- Realizar carpetas informativas que contengan información general sobre los diversos programas que maneja el DIF Nacional.

4.2.4.- Realizar cápsulas informativas que sean transmitidas en medios electrónicos de comunicación.

Por último, quiero comentar que en un principio sí se tenía previsto el que en el tercer capítulo, se integraran propuestas de planeación y operación a la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional por parte de su director, pero al ir desarrollando la presente investigación, me pude dar cuenta de que en el presente sexenio han ocupado ese puesto seis diferentes personas en periodos tan cortos que van de los ocho días hasta los seis meses, (de hecho actualmente no hay director), por lo que con los que pude platicar sobre mi memoria de desempeño profesional, reconocían en todo momento no estar capacitados para decidir cómo debe operar un área de vital importancia en la relación institución-medios de comunicación.

Por otra parte, mi jefe directo, el licenciado Eduardo Pérez, que es actualmente el encargado del Departamento de Enlaces Interinstitucionales, de la Dirección de Comunicación Social del DIF Nacional, no le solicité propuestas de planeación y operación, por estar colaborando yo actualmente con la licenciada Laura Pérez, subdirectora de Comunicación Social del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores. Institución que compete con el DIF Nacional en la atención a un mismo sector de la población y porque la licenciada Laura ocupó la jefatura del Departamento de Enlaces antes del licenciado Eduardo, por lo que la confrontación de sus comentarios me afectaría de manera profesional.

COMENTARIO EN TORNO A LA FORMACIÓN ACADÉMICA

En lo personal me pareció bueno el poder estudiar las diversas vertientes tanto del periodismo como de la comunicación colectiva, porque yo pensaba trabajar en una agencia de publicidad, que es lo que me llama mucho la atención, pero los giros que da la vida me orillaron a trabajar como reportero institucional, de manera que por mi formación académica pude responder a las expectativas de mis superiores, pues en la carrera cursé materias como nota informativa, entrevista y géneros de opinión, entre otras.

Por eso, yo sería de la idea de que un programa académico debe abarcar todas las vertientes de la materia, pues uno nunca sabe lo que le depara el futuro no muy lejano, en cambio, por experiencia personal he visto que compañeros que llegan laborar trayendo de respaldo una formación muy cerrada les cuesta más trabajo encontrar empleo, pues a lo mejor en ese momento no se esté contratando personal para ese ramo en específico, pero sí para algún otro que pueda desempeñar con un nivel aceptable.

Todavía recuerdo muy bien que un profesor de Acatlán en una conferencia que se proporcionó con la intención de que los alumnos tomaran la mejor decisión a la hora de elegir la preespecialidad, nos comentó de manera tajante, pero al mismo tiempo con conocimiento de causa, que no nos debíamos casar con las materias de la preespecialidad, sino que por el contrario, teníamos que tomarlas más bien como base o de punto de apoyo, ya que uno no sabe dónde se le presentará la oportunidad de trabajar y no sólo de trabajar, sino de desarrollarse profesionalmente.

REFLEXIÓN EN TORNO A LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Mi formación profesional, creo que es el resultado de la conjunción de varios factores tales como el ambiente de trabajo, pues a veces sí este no es cordial, se vuelve muy pesado el ir todos los días a carearse con nuestros superiores o compañeros, lo cual nos orillaría incluso a abandonar la carrera profesional.

También hay que ir mediano lo que nos gusta con lo que no, de manera muy cuidadosa, por ejemplo, en un principio me costó mucho trabajo el poderme acoplar a escribir, pues durante la carrera me había hecho a la idea de que al ramo al que me dedicaría sería la publicidad y todo lo relacionado con ella, pero poco a poco me fui adentrando y recordando lo visto en la carrera sobre los distintos géneros periodísticos.

Tal vez pueda ser un arma de dos filos el que salgamos con una formación abierta o sea, que tengamos conocimiento de todo lo relacionado con la comunicación y al mismo tiempo con las bases del periodismo, pero a mi en lo personal me resultó muy bien el tener un conocimiento general, pues con un poco de ayuda pude especializarme en lo referente a periodismo impreso.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- 1) ARGUENTA BYRD OROZCO, Juana, 1997, **Uso del material periodístico de una oficina de comunicación social**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (351)
- 2) ARRIETA ERDOZAIN, Luis. **Un concepto de comunicación organizacional**, México, Editorial Diana, 1991, pp. 224.
- 3) BARTOLI, Annie. **Comunicación organizacional**, Barcelona, Editorial Paidós, 1992, pp. 235.
- 4) BECERRIL ESCORZA, Aime, 2001, **Propuesta. Planeación, operación y control de comunicación social de las organizaciones gubernamentales**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (525)
- 5) BRAVO SOSA, Anani, 2001, **Elaboración del Manual de Procedimientos y Organización para la síntesis matutina y carpeta informativa**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (576)
- 6) CHAVEZ CASTAÑEDA, Ma. Angélica, 1985, **Análisis del mensaje**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (15)
- 7) CARRILLO FERNÁNDEZ, Leticia, 1997, **Análisis del departamento de comunicación social**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (317)
- 8) CASTILLO PRADO POSADA, Jaqueline, 1997, **Análisis comunicativo**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (308)
- 9) COSTA, Jon. **Identidad corporativa**, México, Editorial Trillas, 1993, pp. 125.
- 10) CRUZ LAZCANO, María Guadalupe, 1993, **Oficinas de prensa**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (130)
- 11) D'APRIX, Roger. **La comunidad. Clave de la productividad**, México, Editorial Limusa, Grupo Noriega Editores, 1992, pp. 167.

12) ESTRELLA CHÁVEZ, Marina Antonieta, 2001, **Estudio de síntesis Informativa. Sustentación de gráficas**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (537)

13) FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. **La comunicación en las organizaciones**, México, Editorial Trillas, 1991, pp.368.

14) GARCÍA ROSALES, Alejandra, 1999, **Elaboración, forma y contenido del boletín Informativo**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (512)

15) HOMS QUIROGA, Ricardo. **La comunicación en la empresa**, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1990, pp.148.

16) HUERTA VILLALOBOS, María de los Angeles, 1996, **Relación medios Estado**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (243)

17) IDN, Nicholas. **La Imagen corporativa**, Madrid, Editorial Díaz de santos, 1992, pp.196.

18) MARAVILLA CHÁVEZ, Gabriela, 1996, **Área de comunicación social, actividades y trascendencia**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (292)

19) ORNELAS PRADO, Graciela, 1990, **Notímex, agencia mexicana de noticias, organización y funcionamiento de su servicio radlofónico**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (86)

20) SAVATER, Fernando. **Diccionario filosófico**, Barcelona, España, Editorial Planeta, 1995, pp. 457.

21) SERRANO GUTIÉRREZ, Silvia Elena, 1997, **Realización de la revista institucional**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (307)

22) TEJEDA PALACIOS, Luis. **Gestión de la imagen corporativa**, Colombia, Editorial Norma, 1990, pp. 204.

23) VEDIA Y MOLINA, Silvia. **La comunicación política desde el horizonte de la identidad y la tolerancia**, México D. F., Editorial Universidad Nacional Autónoma de México, 2002, pp.178.

24) VERA SÁNCHEZ, Virginia, 1997, **Dirección de Comunicación Social de NAFIN**, México D. F., Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán, licenciatura. (313)

HEMEROGRAFÍA

HEMEROGRAFÍA

Revistas

Revista mexicana de comunicación

BISMAL, Marcelino. **Red cultural y de comunicaciones, en la encrucijada de su modernización**, Revista mexicana de comunicación, No. 66, México D. F., noviembre y diciembre de 2000, páginas 20-22.

BISMAL, Marcelino. **Telecomunicaciones: el nuevo soporte del poder**, Revista mexicana de comunicación, No. 67, México D. F., enero y febrero de 2001, páginas 22-24.

ESCOBEDO, Francisco Juan. **Cambio de régimen y libertad de la expresión**, Revista mexicana de comunicación, No. 67, México D. F., enero y febrero de 2001, páginas 6-11.

GODÍNEZ, Raúl Omar. **Lorenzo Meyer: La historia de México ha sido la crónica del control de los medios**, Revista mexicana de comunicación, No. 66, México D. F., noviembre y diciembre de 2000, páginas 13-15.

MARTÍNEZ, Raúl Omar. **Un acercamiento a la ética y la deontología periodísticas en México**, Revista mexicana de comunicación, No. 66, México D. F., noviembre y diciembre de 2000, página 28.

MARTÍNEZ, Raúl Omar. **Ética periodística**, Revista mexicana de comunicación, No. 67, México D. F., enero y febrero de 2001, página 5.

MARTÍNEZ, Raúl Omar. **Autorregulación Informativa**, Revista mexicana de comunicación, No. 66, México D. F., noviembre y diciembre de 2000, página 5.

NARVÁEZ, Fabiola. **Educomunicación**, Revista mexicana de comunicación, No. 67, México D. F., enero y febrero de 2001, página 45.

Puntogob

KOHAGURA, Erika. **Usabilidad**, Puntogob, No. 5 México D. F., agosto y septiembre de 2002, páginas 4-5.

KOHAGURA, Erika. **Nuevo esquema de atención a ciudadanos**, Puntogob, No. 5 México D. F., agosto y septiembre de 2002, páginas 6-7.

KOHAGURA, Erika. **Entrevista**, Puntogob, No. 5 México D. F., agosto y septiembre de 2002, páginas 8-9.

KOHAGURA, Erika. **Uso de los portales gubernamentales en las sociedades**, Puntogob, No. 5 México D. F., agosto y septiembre de 2002, páginas 25-26.

KOHAGURA, Erika. **Lo que cuesta leer**, Puntogob, No. 5 México D. F., agosto y septiembre de 2002, página 110.

Universitario Ejecutivo

MILLÁN OCHOA, Claudio. **Explora en el conocimiento**, Universitario Ejecutivo, No. 12, México D. F., marzo de 2002, página 26.

Mundo Ejecutivo

BONILLA GUTIÉRREZ, Carlos. **¿No hay negocios a la vista?**, Mundo Ejecutivo, No. 285, México D. F., enero de 2003, páginas 64-66.

CARAZO, Luis Ramón. **El todo vale más que las partes**, Mundo Ejecutivo, No. 281, México D. F., septiembre de 2002, páginas 142-144.

CARAZO, Luis Ramón. **¿A qué le tiramos?**, Mundo Ejecutivo, No. 289, México D. F., mayo de 2003, páginas 118-119.

DOMÍNGUEZ VARELA, Rogelio. **Lo que cuesta leer**, Mundo Ejecutivo, No. 281, México D. F., septiembre de 2002, páginas 146-155.

EUGENIA SOSTRES, Bertha. **La lealtad reñida**, Mundo Ejecutivo, No. 289, México D. F., mayo de 2003, páginas 112-116.

EUGENIA SOSTRES, Bertha. **Puente dorado hacia la negociación**, Mundo Ejecutivo, No. 282, México D. F., octubre de 2002, páginas 160-162.

GARCÍA LIÑÁN, Salvador. **Negocios y música, ritmos paralelos**, Mundo Ejecutivo, No. 283, México D. F., noviembre de 2002, páginas 134-136.

GARCÍA LIÑÁN, Salvador. **Satisfacción sin quejas**, Mundo Ejecutivo, No. 285, México D. F., enero de 2003, páginas 72-74.

GARCÍA LIÑÁN, Salvador. **¿Asesor o farsante?**, Mundo Ejecutivo, No. 289, México D. F., mayo de 2003, páginas 120-122.

GONZÁLEZ GATICA, Rodolfo. **Liderazgo –no basta con ser listo–**, Mundo Ejecutivo, No. 282, México D. F., octubre de 2002, páginas 138-140.

GUTIÉRREZ BONILLA, Carlos. **Relaciones íntimas con los medios**, Mundo Ejecutivo, No. 276, México D. F., abril de 2002, páginas 129-131.

GUTIÉRREZ BONILLA, Carlos. **La imagen no hace milagros**, Mundo Ejecutivo, No. 281, México D. F., septiembre de 2002, página 110.

GUZMÁN DIBELLA, Carlos. **¿Conoce a su gente?**, Mundo Ejecutivo, No. 276, México D. F., abril de 2002, página 134.

HERRERA LÓPEZ, Ernesto. **"Soy el Corrido más mexicano"**, Mundo Ejecutivo, No. 283, México D. F., noviembre de 2002, páginas 52-54.

LUISELLI BACUZZI, Esther. **Implementando la publicidad**, Mundo Ejecutivo, No. 282, México D. F., octubre de 2002, páginas 136-137.

MANJARREZ PEÑÚÑURI, Adriana. **Energía al extremo**, Mundo Ejecutivo, No. 285, México D. F., enero de 2003, página 38.

NAVARRO, Desirée. **Imagen pública: llave de oro**, Mundo Ejecutivo, No. 288, México D. F., abril de 2003, páginas 120-125.

PÉREZ TÉLLEZ, Julio. **Un buen manejo de la marca crea valor**, Mundo Ejecutivo, No. 276, México D. F., abril de 2002, página 23.

RUIZ GONZÁLEZ, Ramón. **¿Qué vende: productos o efectos?**, Mundo Ejecutivo, No. 289, México D. F., mayo de 2003, páginas 108-110.

SANDOVAL, Nora. **El retorno de la persona**, Mundo Ejecutivo, No. 282, México D. F., octubre de 2002, páginas 130-134.

VILLAR, Francisco. **Trascender el cambio**, Mundo Ejecutivo, No. 283, México D. F., noviembre de 2002, páginas 80-82.

YLLADES, Ángel Miguel. **El nuevo mercadólogo**, Mundo Ejecutivo, No. 281, México D. F., septiembre de 2002, página 128.

YLLADES GUERRERO, Manlio. **Errores: los más caros y comunes**, Mundo Ejecutivo, No. 283, México D. F., noviembre de 2002, páginas 130-132.

YLLADES PADILLA, Miguel Angel. **Estrategia digital**, Mundo Ejecutivo, No. 282, México D. F., octubre de 2002, páginas 152-154.

YLLADES PADILLA, Miguel Angel. **Mercadotecnia: todo se vale**, Mundo Ejecutivo, No. 285, México D. F., enero de 2003, páginas 68-70.

Proceso

GIL OLMOS, José. **¡En campaña...!**, Proceso, No. 1368, México D. F., 19 de enero de 2003, páginas 10-15.

Milenio

CAMPOS CORTÉS, Mario. **Lecciones mediáticas que nos dejó la guerra**, Milenio, sección Medios Operandi, No. 282, México D.F., 21 de abril de 2003, página 64.

Periódicos

Hoja por hoja

(Suplemento mensual del periódico Reforma)

KRAUZE, Ethel. **Todos a escribir**, Hoja por hoja, No. 67, México D. F., 7 de diciembre de 2002, página 19.

MIKLOS, Tomás. **Diseñar el porvenir**, Hoja por hoja, No. 68, México D. F., 4 de enero de 2003, páginas 14-15.

Enfoque

(Suplemento semanal del periódico Reforma)

ANTONIO MORALES, Marco. **Manual para la transparencia**, Enfoque, No. 482, México D. F., 18 de mayo de 2003, página 2.

BUENDÍA LAREDO, Jorge. **¿Abuso de poder?**, Enfoque, No. 466, México D. F., 26 de enero de 2003, página 2.

DARIO RESTREPO, Javier. **La palabra y la democracia**, Enfoque, No. 489, México D. F., 6 de julio de 2003, páginas 16-19.

ESTEINOU MADRID, Javier. **Nuevo estado comunicativo**, Enfoque, No. 463, México D. F., 5 de enero de 2003, páginas 8-9.

FUENTES, Carlos. **Victimas de esta guerra**, Enfoque, No. 482, México D. F., 18 de mayo de 2003, páginas 18-20.

GARZA, Javier. **El humorismo de Al-Sahaf**, Enfoque, No. 478, México D. F., 20 de abril de 2003, páginas 4-5.

GARZA, Javier. **Menos información real**, Enfoque, No. 477, México D. F., 13 de abril de 2003, páginas 14-15.

GORDOA, Víctor. **¿Por qué es tan bueno?**, Enfoque, No. 465, México D. F., 19 de enero de 2003, página 2.

MELGAR, Ivonne. **Hay limitaciones muy fuertes**, Enfoque, No. 476, México D. F., 6 de abril de 2003, páginas 22-23

MERCADO, Antonieta. **El disenso por la paz**, Enfoque, No. 466, México D. F., 26 de enero de 2003, páginas 10-11.

MORENO, Alejandro. **Los votantes del 2000**, Enfoque, No. 483, México D. F., 25 de mayo de 2003, páginas 10-11.

OLVERA, Alberto. **Esfera pública y democratización**, Enfoque, No. 477, México D. F., 13 de abril de 2003, páginas 16-17.

PARDINAS, Juan. **Las batallas de Tony Blair**, Enfoque, No. 477, México D. F., 13 de abril de 2003, páginas 12-13.

"SARTORI, Giovanni". **Informante pernicioso**, Enfoque, No. 476, México D. F., 6 de abril de 2003, páginas 24-25

TREJO, Antonio. **Eran demasiados partidos**, Enfoque, No. 490, México D. F., 13 de julio de 2003, página 12.

WOLDENBERG, José. **Para la consolidación democrática**, Enfoque, No. 471, México D. F., 2 de marzo de 2003, páginas 18-21

ZEBADÚA G. Emilio. **Federalismo, Una propuesta integral**, Enfoque, No. 482, México D. F., 18 de mayo de 2003, página 21.

Revista cultural "El Angel"

(Publicación dominical del periódico Reforma)

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, Sergio. **La investigación alterna**, Revista cultural "El Angel", México D. F., 15 de junio de 2003, páginas 4-5.

GORDON, Thomas. **El caso Blair**, Revista cultural "El Angel", México D. F., 15 de junio de 2003, página 5.

KAPUSCINSKI, Ryszard. **Ante los retos del periodismo actual**, Revista cultural "El Angel", México D. F., 4 de mayo de 2003, página 6.

MUÑOZ, Boris. **El imperio del espectáculo**, Revista cultural "El Angel", México D. F., 15 de junio de 2003, páginas 4-5.

TARIFEÑO, Leonardo. **El periodismo y el espionaje son muy parecidos**, Revista cultural "El Angel", México D. F., 15 de junio de 2003, página 1.

VILLANUEVA CHANG, Julio. **Literatura al ras del suelo**, Revista cultural "El Angel", México D. F., 15 de junio de 2003, página 3.

La Crítica

Editorial. **Cumbre mundial de la información**, La Crítica, México D. F., 29 de mayo de 2003, página 20.

Strategos Consultores. **La teoría de la escasez y el derecho a la información pública**, La Crítica, México D. F., 8 de mayo de 2003, páginas 6-7.

La Crónica de Hoy

RODRÍGUEZ, José María. **Fox dice tonterías porque es humano**, La Crónica de Hoy, México D. F., 25 de abril de 2003, sección A, páginas 33.

Zócalo

Editorial. **Cambio histórico en la relación entre medios de comunicación y Estado**, Zócalo, México D. F., noviembre de 2002, página 14.