

24
36



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**FUNCIONALIDAD INFORMATIVA DE LA
DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION
SOCIAL DE LA SECRETARIA DE MARINA**



T E S I S
Q U E P R E S E N T A :

MA. OFELIA RAMOS SOLIS
PARA OBTENER LA LICENCIATURA EN:
CIENCIAS DE LA COMUNICACION

DIRECTORA DE TESIS:
DRA. GUILLERMINA BAENA PAZ

Enero de 1989

FALLA DE ORIGEN



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 está 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.

I N D I C E

<i>Introducción</i>	6
<i>I</i> <i>Comunicación y Política</i>	10
<i>A.</i> <i>Concepto de Comunicación Social</i>	14
<i>B.</i> <i>Influencia del Estado</i>	18
1. <i>El Estado</i>	19
2. <i>Elementos del Estado</i>	22
<i>C.</i> <i>Libertad de expresión y Derecho a la información</i>	26
 <i>II.</i> <i>La Secretaría de Marina y la Comunicación Social</i>	 37
<i>A.</i> <i>Funciones de la Armada de México</i>	41
<i>B.</i> <i>Ley Orgánica</i>	42
<i>C.</i> <i>Antecedentes</i>	44
1. <i>Departamento Autónomo de Marina</i>	46
2. <i>Secretaría de Marina 1941</i>	48
3. <i>Reglamento Interior de la Secretaría de Marina, Art. 38 y 39</i>	52
4. <i>Estructura Organizativa de la Secretaría de Marina 1981 (Organigrama.)</i>	56

359.	<i>Dirección General de Comunicación Social</i>	
	<i>de la Secretaría de Marina</i>	60
A.	<i>Generalidades</i>	62
B.	<i>Puntos para la eficiencia de un mensaje en comunicación social</i>	64
C.	<i>Reglamento interior de la Secretaría de Marina 1986</i>	
	<i>Art. 15</i>	67
D.	<i>Distribución de la Dirección General de Comunicación Social</i>	70
E.	<i>El Director General de Comunicación Social</i>	71
F.	<i>El Consejo Editorial</i>	72
G.	<i>La Dirección Técnica y de Información</i>	73
H.	<i>La Dirección de Ediciones Gubernamentales</i>	73
I.	<i>La Dirección de Relaciones Públicas</i>	74
J.	<i>Subdirección Administrativa</i>	75
IV.	<i>Propuesta</i>	79
A.	<i>Capacitación Militar al Personal de extracción Universitaria</i>	84

1.	<i>Curso de Integración al Medio Militar</i>	86
2.	<i>Código Etico Profesional</i>	90
3.	<i>Disciplina Militar (Generalidades)</i>	91
B.	<i>Capacitación para el Personal de Comunicación Social</i>	93
1.	<i>Ediciones Gubernamentales</i>	94
2.	<i>Técnica y de Información</i>	97
3.	<i>Relaciones Públicas</i>	101
C.	<i>Reestructuración de la Dirección de Comunicación Social</i>	103
1.	<i>Funciones de la Dirección General</i>	104
2.	<i>Funciones de Ediciones Gubernamentales (Dirección de Publicaciones)</i>	105
3.	<i>Funciones de Técnica y de Información</i>	107
4.	<i>Funciones de Radio y Televisión</i>	108
5.	<i>Funciones de Relaciones Públicas</i>	109
6.	<i>Funciones del Administrativo</i>	111
	<i>Conclusión</i>	114
	<i>Apéndice</i>	123
	<i>Bibliografía</i>	130
	<i>Documentos</i>	135

PROLOGO

La vida del hombre se desarrolla en etapas, y sin duda una de las más bellas es la de estudiante, sobre todo porque las ilusiones y anhelos están en cada instante. Sin embargo, cuando concluimos creemos que lo importante son los conocimientos adquiridos y la práctica la relegamos a un segundo término.

La tesis -en muchas ocasiones es la primera y última obra en la que podemos plasmar esos conocimientos- la vamos posponiendo y no la llevamos a cabo; pero al paso del tiempo nos damos cuenta de la importancia que tiene, del compromiso que tenemos para con nosotros.

Al volver a esa gran Ciudad Universitaria al recorrer los pasillos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y ver esas caras, despitadas de jovencitos llenos de ilusiones, creyentes de poseer la verdad absoluta, nos impulsó a ser más firmes en la decisión de llegar a la meta que nos marcamos: obtener el título de licenciatura, que vendría ser la base de la realización como mujer profesional y complemento del compromiso como madre.

El amor que se profesa a un hijo se le demuestra

con hechos, por ello, este trabajo está dedicado a mi pequeño Gilberto Horacio; por su amor, comprensión y por esa sonrisa que hace olvidar todo cansancio, a la memoria de aquellos viejos que se hubieran sentido orgullosos al ver este trabajo: mis padres, a la mujer que siempre ha estado a mi lado y me brinda su apoyo en los momentos difíciles, Doña Patricia R. de Sosa; a Gustavo Armando que sin saber lo que hacía, siempre me tenía presente los libros, a mis hermanos, especialmente a Anita, que tuvo fe y confianza en lo que hacía; a Leticia Guzmán, por cumplir con el compromiso que hicimos desde que nos conocimos: titularnos; a la señora Victoria Alvarez, por su ternura que brinda en todo momento.

Un reconocimiento muy especial de mi parte merece la doctora Guillermina Beena Paz, que aceptó amablemente ser la directora de tesis a pesar de sus múltiples compromisos; gracias a su orientación y paciencia por animarnos en aquellos momentos en que flaqueamos, cuando nos perdíamos en un mundo de información, gracias por transmitirnos sus conocimientos y experiencias. Agradezco al capitán José Luis Ramos y Jiménez su asesoría en lo que compete al ámbito militar y por su estímulo constante.

No podía dejar de mencionar a esa gran mujer que siempre me estuvo presionando para realizar este trabajo: Ana Luisa Chacón, que amén de encargarse de la mecanografía,

siempre me alentó con su ejemplo de lucha en la vida; a Raúl Solís por su apoyo en la elaboración de los organigramas y por su amistad; al Ingeniero Julio César García Ruiz por darme la oportunidad y el tiempo necesario para la elaboración de esta investigación, su paciencia y comprensión para con la gente y para conmigo misma me sirvieron a no disminuir mi ánimo y ganas de terminar con mi proyecto y, además, a no caer en la intolerancia en fin... a todas esas personas que de una manera u otra me ayudaron a elaborar el presente trabajo.

Espero finalmente, que mi tesis Funcionalidad Informativa de la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Marina sirva a las futuras generaciones y que despierte al menos, una pequeña inquietud para conocer más acerca de la vinculación indisoluble entre teoría y práctica. Que sirva de referencia a futuros trabajos que se realicen acerca de la práctica periodística en las oficinas gubernamentales de comunicación social y, sobre todo, que sea considerada como un granito de arena con el que colaboré para explicar el complicado mundo de la comunicación.

INTRODUCCION

Desde siempre la comunicación ha jugado un papel primordial en las sociedades, sobre todo, se ha acentuado más su importancia conforme progresa la humanidad y se desarrolla la tecnología.

En México, la comunicación social, por así decirlo, nace con la aparición de los periódicos y se intensifica cuando aparecen las primeras estaciones radiofónicas. Por su parte el gobierno se percata de la necesidad de convertirse en emisor para divulgar sus actividades ya sea a través de sus propios medios o de los que están a cargo de los particulares.

La creación de las oficinas de prensa en las dependencias gubernamentales adquieren un papel relevante, ya que son las que producen los comunicados a los medios de difusión, que a su vez, mantienen al tanto a la sociedad sobre las actividades y logros que obtiene el gobierno.

Por ello, la Secretaría de Marina, como una dependencia del Poder Ejecutivo Federal, cuyas bases jurídicas emanan de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ha considerado la difusión de sus actividades como una tarea primordial, debido especialmente a que nuestro país posee más de diez mil kilómetros de litorales y tres millones de kilómetros cuadrados

de aguas jurisdiccionales y también porque es necesario dejar de -
dar la espalda al mar y conseguir que la población se interese en
él y en la riqueza que representa.

Es aquí donde la Dirección General de Comunicación Social juega un papel importante ya que es la encargada de divulgar las funciones de la institución con el objetivo principal de fomentar e incrementar una conciencia marítima en el pueblo.

Por estas razones consideramos importante que el profesionalista de la comunicación debe estar enterado de cómo funciona una dirección de este tipo y hemos enfocado nuestro trabajo a la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Marina pensando en la trascendental labor que efectúa para mantener informado al público acerca de las actividades que desempeña como institución.

Son pocas las personas enteradas sobre las funciones que desempeña la Secretaría de Marina, por lo cual debe ser una constante preocupación el difundir, a través de los diferentes medios de comunicación en que se cuenta en la actualidad, las tareas desarrolladas en materia de investigación oceanográfica, construcción naval (barcos), vigilancia a la ecología marina, etc.

Dentro de las teorías de comunicación social, el gobierno ha enfocado su atención a la que ha considerado más conveniente para facilitar e incrementar la difusión de sus actividades que el pueblo debe tener presentes, ya que en última instancia es él, el que con sus impuestos cubren los gastos que exoga el gobierno en esta materia.

Para ello, consideramos necesario la preparación constante del personal que tiene bajo su responsabilidad cultivar y mantener la imagen de su institución que en los últimos años se empezó a dar a conocer.

CAPITULO 3

COMUNICACION Y POLITICA

COMUNICACION Y POLITICA

El desarrollo constante de los países quita a la individualidad de la persona la posibilidad de un pleno desenvolvimiento en la sociedad y la vida profesional, la envuelve en una red de leyes, decretos, estatutos y reglas, le prohíbe dar a ella misma su propio sentido a la vida. Erich Feldmann, en su artículo *Cultura y Comunicación*, señala que el hombre moderno es prisionero de la superorganización universal, del Estado, la sociedad y la cultura, que él mismo se ha creado.¹

En la actual sociedad de masas, las funciones de comunicación de la población se hallan reforzadas por los medios masivos. Como órganos de la administración estatal establecen el permanente contacto con el poder gobernante y le dan la posibilidad de utilizar las funciones comunicativas de los medios, de manera estratégica y táctica, para justificar su gobierno y aprobar sus planes. "Los medios masivos se convierten en aparato de establecimiento, la conservación y el aprovechamiento del poder de los gobiernos".²

La estabilidad de estos, se basa en la libertad de los medios de difundir la opinión con las restricciones habituales, necesarias para asegurar la Constitución y el orden público.

1 Feldmann Erich. *TEORIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION*. Colección Estudios e Investigaciones. Buenos Aires Argentina, Ed. Kapeluzs. 1977. págs. 127-128

2 Idem pág. 138

El poder psicológico de los medios proviene de las relaciones de credibilidad y confianza que las distintas organizaciones de medios han conseguido establecer -aunque en diversos grados- con los miembros de sus audiencias, vínculo que se basa en el cumplimiento de las expectativas del público y la ratificación de pasadas relaciones de confianza, que dependen a su vez de ciertas rutinas de presentación, de información legitimadas, institucionalizadas y desarrolladas por los medios en el transcurso del tiempo.

En épocas de controversia, la normatividad del poder de los medios de comunicación, nace el respeto que se guarda en las democracias competitivas a ciertos dogmas de la filosofía liberal, tales como la libertad de expresión y la necesidad de salvaguardar de los posibles abusos de la autoridad pública a los ciudadanos mediante órganos especializados. Contribuye, además a legitimar el papel independiente de las organizaciones de medios de comunicación en el campo político y a proteger a éstas de los intentos flagrantes de someterla a control político.

Michael Gurivitch, en *Sociedad y Comunicación de Masas*, al referirse a los sistemas políticos subraya que generan principios -derivados de los dogmas de sus culturas políticas- para regular el papel político de los medios.³

³ Curran James, Gurevitch Michael, Woollacot Janet. SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económico 1981. Art. XI. pag. 321

Así es como los procesos de comunicación intervienen en la legitimación de autoridad y cumplen funciones de articulación política, movilización y control de conflictos. Establecen, además, gran parte del orden del día del debate político. Participan en la determinación de las exigencias políticas de la sociedad que serán pregonadas y de las que serán relativamente silenciadas.

Afectan a las oportunidades de gobiernos y otros agentes políticos de conseguir apoyos fundamentales. En suma, están tan estrechamente entretelados con procesos políticos que deben ser regulados de un modo apropiado y aceptado.⁴

La forma de la regulación intentada puede atribuirse -en último término, por supuesto-, a la influencia de diversos dogmas de cultura política. El principal es el grado en que la libertad de expresión es considerada como valor político básico o, a la inversa, el grado en que las limitaciones de ésta se consideran necesarias y permisibles en aras de otros objetivos políticos. Afín a este dogma es el valor que se asigna a asegurar la existencia de medios para pregonar una diversidad de opiniones y a garantizar su funcionamiento de una manera que no se vea obstaculizada por los posibles intentos de agentes políticos de influir en ellos o dominarlos.

4. *Idem* pág. 321

Así tenemos que el tema central de la relación entre medios de comunicación e instituciones políticas versa sobre el respectivo grado de autonomía de los medios y sobre la cuestión de hasta qué punto y de qué modos se permite su limitación.

La mezcla cultural global en una sociedad sirve para fijar la posición de estos instrumentos en el continuo subordinación-autonomía y para determinar qué limitaciones se autorizarán a fin de ejercer un cierto grado de control sobre ellos.

Taufic da un ejemplo claro en las Tareas del Periodismo: Su objetivo es el conocimiento del "estado de sistema dirigido", para lo cual recolecta y distribuye noticias en todos los ámbitos de la sociedad, luego, permite a la clase dirigente "elegir marcha deseable para el proceso en relación con el estado del sistema". El Periodismo es, pues, una forma de dirección política y su carácter de clase está determinado por el de la organización social.⁵

Por todo ello se concluye que a partir del surgimiento de los medios de comunicación -masiva- a principios del siglo XX, la sociedad occidental, en particular los pueblos en vías de desarrollo, inician una etapa de transformación cultural, que afecta todos los niveles de la vida social.

5. Taufic Camilo, Periodismo y Lucha de Clases. La información como forma del poder político. México Ed. Nva. Imagen. 1978 pág. 21

J.A.1 CONCEPTO DE COMUNICACION SOCIAL

El hombre es social por naturaleza, y desde el momento mismo en que tiene necesidad de relacionarse con sus semejantes nace la comunicación que se manifiesta por medio de gestos, señas, fonemas e instrumentos sonoros. "Son las primeras manifestaciones de su profundo deseo de comunicación."⁶

Con el progreso cultural se agregaron los medios técnicos -comunicación lejana-, que se encuentra más allá del alcance de nuestros sentidos, y se apoya sobre las extensiones que le proporcionan las herramientas de la comunicación, desde los más simples como pluma y papel, hasta las más complicadas como la imprenta, fotografía, teléfono, cine, radio, televisión, y sus perfeccionamientos técnicos.

La tecnología electrónica es considerada como "el arte de introducir un fragmento del universo cercano que rodea al receptor".⁷ Actualmente la noticia viaja de un continente a otro en el mismo instante en que ocurre el suceso.

Marshall McLuhan, en su libro *Understanding Media*, publicado en 1964, considera estos medios como instrumentos para la extensión

6. Baena Paz Guillermina. ANÁLISIS POLÍTICO, Serie Comunicación C.E.P., F.C.P. y S. Cuaderno 6 UNAM, México 1984, Pág. 3

7. Moles A. Abraham, Rohmer Elisabeth. TEORÍA ESTRUCTURAL DE LA COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD. México, Ed. Trillas, 1983, Págs. 11 y 12

de la acción humana que serán incrementados, aún notablemente, más allá de su estado actual. Como medios masivos propiamente dichos habrán de considerarse únicamente el diario, el libro para las masas, los instrumentos sonoros, el cine, la radio y la televisión.⁸

Se ha observado, sobre todo en las últimas décadas que es tan grande la influencia que los medios masivos pueden ejercer sobre la conducta del individuo que se han realizado varios estudios sobre el análisis del fenómeno por medio de la comunicación.

Así, la comunicación ha tomado auge y todo mundo habla de ella, sin embargo, recordemos un poco el proceso de la comunicación.

Entre los padres del pensamiento occidental, el más representativo es Aristóteles que considera en su obra tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio que podríamos traducirlo como quién habla, sobre qué habla y quién lo escucha, y define la comunicación como "todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance".⁹

Investigadores modernos sobre el tema han enriquecido el planteamiento de Aristóteles, quien no obstante los 25 siglos

8 Feldmann Erich. TEORÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Ed. Kapelusz pág. 146

9 David K. Berlo, EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN. El Ateneo, México, 1981 pág. 17

transcurridos permanece vigente en sus teorías.

De los intelectuales a quienes por los años treinta se identifica como los "padres modernos de la comunicación" está Lazarsfeld, Lewin, Hovland y Lasswell. Este último introduce dos elementos más a los citados por Aristóteles: el canal por el que se transmiten los mensajes y los efectos que estos producen.

Otro autor de la época, Raymond Nixon introduce dos elementos más al análisis: las instituciones del que comunica y las condiciones del que recibe.¹⁰

Hartley y Hartley definen que "el proceso de comunicación es la base de todo lo que llamamos social en el funcionamiento del organismo vigente. En el hombre, resulta decisivo para el desarrollo del individuo, para la formación y existencia ininterumpida de grupos y para sus interrelaciones".¹¹

Podemos mencionar entre otros investigadores a Wilbur Schramm, que señala que "el acto de la comunicación forma parte de la función viviente de la sociedad",¹² y añade el concepto de codificación del mensaje, hecho por el que comunica y el decifrado, que hace el que lo recibe.

10 Sobre el tema véase. Méndez Antonio. COMUNICACION SOCIAL Y DESARROLLO, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México 1972.

11 Reed H. Blake, Edwin O. Karoldsen, TAXONOMIA DE CONCEPTOS DE LA COMUNICACION, Nuevaomar, México, 1984, pág.3

12 Ferrer Rodríguez Eulalio, COMUNICACION Y COMUNICOLOGIA, Eudesa, México, 1982. pág. 13

Por los años cincuentas, Shannon y Weaver introducen otros dos elementos importantes: el ruido, o a la distorsión del mensaje, y la retroalimentación, o respuesta del que recibe la comunicación, y define que: "La comunicación es todo proceso a través del cual una mente puede influir en otra." ¹³

Así podríamos seguir citando definiciones y elementos que componen la comunicación, pero este trabajo no es una recopilación de definiciones y solo nos queda decir que comunicación literalmente significa "hacer a otro participe de lo que uno tiene."

Hasta aquí hemos visto que el concepto de comunicación es amplio; designa el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas -sean órdenes militares o palabras de amor-, y está vinculado no solo al lenguaje, sino a todo sistema de señales.

La comunicación está presente en todas las relaciones humanas sean de producción, familiares, políticas o culturales.

"En las relaciones sociales no existen los emisores y receptores, todos somos comunicadores, y además, desempeñamos distintos roles: padres, hijo, profesora, periodista, médico, etc." ¹⁴

En el hombre la comunicación es fundamental para su

13 Idem

14 Baena Paz S. op.cit. pág. 7

desarrollo. Gracias a ella se conserva la cultura, las tradiciones y todos aquellos aspectos que conforman la sociedad. Hace más de un siglo, Engels señalaba que el hombre no podía vivir más que en sociedad y que ninguna sociedad podía vivir sin Comunicación.¹⁵

En la actualidad, la comunicación "empieza a desarrollar nuevas estrategias, pero ahora con fines de beneficio social. Integra disciplinas, técnicas y medios de comunicación con móviles diferentes."¹⁶ Pero hay que tener claro que la existencia de su específica naturaleza comunicativa de los medios, no le proviene de sí mismos como fenómeno superestructural, sino del todo social, que de manera múltiple y compleja, "converge en un mismo tiempo y espacio social.

J.B. INFLUENCIA DEL ESTADO

El sistema de la comunicación social -o colectiva- en México reproduce el mecanismo de la economía general que conocemos con el nombre de economía mixta, es decir, que incluye la participación del Estado y de los particulares.

Por lo tanto la importancia del análisis del orden jurídico como instrumento del Estado para regular la actividad en el área

15 Ferrer Rodríguez E. op.cit. pág. 20

16 Baena Paz G. op.cit. pág. 13

de la comunicación. La presencia dinámica del Estado con relación a ésta área, es una condición indispensable para el desarrollo armónico de su actividad, que implica la necesidad de utilizar las atribuciones para legislar que le confiere el sistema político mexicano.

De una forma más simple, el comunicarse con sus semejantes, es en el hombre algo espontáneo, pero el comunicar y elegir la comunicación, es un derecho que implica ante todo una responsabilidad. Y la formulación de políticas y estrategias para incorporar los medios de comunicación al proyecto nacional sólo puede ser posible mediante una reglamentación adecuada, como dice Karl W. Deutch, que tenga "cierta estructura, es decir, cierta pauta de distribución de discontinuidades relativas, y ciertas leyes de funcionamiento."¹⁷

J.B.1. El Estado

El Estado tiene, en el sistema mexicano de los medios de comunicación, una triple función, un triple aspecto. Por una parte, en ejercicio de su condición soberana, es el regulador de los medios, el que determina su comportamiento conforme a la ley, conforme al derecho.

17 Deutch W. Karl, LOS NERVIOS DEL GOBIERNO, México, Paidós, 1985, pág. 50

Por otra, actúa como operador de algunos medios de comunicación colectiva y tercero, el Estado actúa como fuente de mensajes que se difunden a través del sistema nacional de la comunicación colectiva, ya sea a través de sus propios medios o de los medios que están a cargo de los particulares.

"El Estado, desempeña un papel creciente en la orientación, el control y la organización de las actividades de comunicación",¹⁸ y según el grado de influencia que ejerce en los medios, se presentan las diferentes estructuras dentro de la sociedad.

Así, el Estado verdaderamente sólido es aquél que procura convencer, en lugar de oprimir; el que nutre su fortaleza en el ánimo interno y en la adhesión espontánea de aquellos a quienes ordena. Y la legitimación "es la calidad que presenta un gobierno de estar identificado con la idea de poder que tiene el pueblo. Tiene en consecuencia, un contenido subjetivo, es la creencia comunitaria de que el poder vale la pena de ser obedecido, y que debe proporcionársele un apoyo voluntario."¹⁹

De tal forma que "la producción, la distribución y el consumo del contenido de los medios aparece agudamente influida por cuestiones tales como que la sociedad sea una democracia de libre empresa, una dictadura totalitaria o algún régimen intermedio

18 Sean MacBride, UN SOLO MUNDO VOCES MULTIPLES, México, UNESCO, 1981, pág. 213

19 González Llaca Edmundo, TEORÍA PRÁCTICA DE LA PROPAGANDA, Tratados y Manuales Grijalbo, México, D.F. Barcelona-Buenos Aires, Ed. Grijalbo, S.A., 1981, pág. 20

entre ambos extremos.²⁰

El hecho de gobernar equivale en gran medida a comunicar con responsabilidad, conocimiento e inteligencia, pues la comunicación representa una forma de integrar a la sociedad política, ya que de una manera u otra nuestros actos cotidianos se encuentran vinculados con la política.

Con todo ello, nos podemos dar cuenta como la comunicación colectiva tiene, naturalmente y por su propia índole, una forma específica de participar en el proceso político y administrativo de nuestro país. Esta forma deviene de la producción de mensajes que cotidianamente se presenta a los usuarios de la prensa, la radio, el cine y la televisión.

A menudo se confunde Poder Estatal y Estado, y no se diferencia cual es el que ejerce la mayor responsabilidad en el buen funcionamiento de una nación y por ende también en la comunicación.

"Desde el punto de vista general, el poder estatal es el poder Supremo de la sociedad, el que se localiza por encima de los demás poderes existentes, como sería el poder material o económico. El término Estado incluye dos nociones distintas pero íntimamente ligadas entre sí.

20 M.L. De Fleur, TEORÍA DE LA COMUNICACION DE MASAS, México, Paidós, 1982, pág. 37

En primer lugar es el conjunto de la organización gubernamental, la organización del poder en una sociedad, que además de poseer una estructura económica y una estructura ideológica determinada, posee un conjunto de aparatos institucionales y de normas jurídicas destinadas a regular el funcionamiento de la sociedad en su conjunto. En segundo lugar, el término incluye el concepto Estado-Nación; esto es, una comunidad humana que además de poseer las características ya señaladas en la organización gubernamental, se encuentra delimitada geográficamente.²¹

J.B.2. Elementos del Estado

Esto es, el Estado se integra con los siguientes elementos: Sociedad humana, territorio, poder soberano, orden jurídico y finalidad o teleología específica, para alcanzar el bien de la colectividad.

11 **ELEMENTO HUMANO:** En la base del Estado, formando su sustrato encontramos un grupo de hombres, de seres racionales y libres dotados de vida, que tienen fines específicos.

21 **EL TERRITORIO:** Es el espacio en que viven los

21 Claude Heller, PODER, POLITICA Y ESTADO, México, Edical, 1976, pág. 16

hombres al agruparse políticamente para formar el Estado.²²

Estos elementos son previos o anteriores al Estado y los determinantes o constitutivos son:

- 1) PODER POLITICO, que asuma el mando supremo e independiente de esa sociedad, es decir, que sea soberano.
- 2) ORDEN JURIDICO, creado por ese poder soberano para estructurar la sociedad política y regir su funcionamiento.
- 3) FINALIDAD O TELEOLOGIA ESPECIFICA DEL ESTADO, consiste en la combinación solidaria de los esfuerzos de gobernantes y gobernados para obtener el bien político temporal."²³

Astí, el Estado tiene en su marco jurídico una Constitución Política que establece su organización y el mínimo de derechos humanos o garantías individuales que debe respetar, es decir, la parte dogmática de la Carta Magna.

22 Porrúa Pérez Francisco, TEORIA DEL ESTADO, México, Porrúa, 1984, pág. 192

23 *Ibid*, págs. 192, 193

En lo referente a nuestro tema, en los artículos 60. y 70. constitucionales y la Ley de Imprenta promulgada por el gobierno de Carranza en 1917, fundamentan la concepción de la libre empresa como elemento preponderante en el área: libre expresión y libre imprenta son garantías individuales y enmarcan, por lo tanto, la acción y facultades del Estado.

Es conveniente destacar, también, lo que puede calificarse de acierto del Estado: el derecho a la réplica en la prensa consiguado en la Ley de Imprenta.

El Estado cuenta además con sus aparatos ideológicos que se pueden concebir como el conjunto de instituciones y casi instituciones especializadas que producen, circulan e inculcan una determinada visión de la realidad, que le permite alcanzar a la clase poseedora del poder, no sólo la capacidad de legitimar sus intereses particulares y reproducirse en la misma situación que ocupa en la estructura histórica, sino también de expandirse y dirigir políticamente al cuerpo social por vía de la ideología.²⁴

Es decir, en la fase mercantilista del modo de producción capitalista, la "dirección moral" de la sociedad es conducida por los aparatos "ideológicos del estado político, los que paulatinamente superan la concepción religiosa de la sociedad, e introducen

24 Para ampliar las características del aparato ideológico dominante véase. Madrid Esteirou Javier, LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CONSTRUCCION DE LA HEGEMONIA, México, CEESEM. Ed. Nva. Imagen, 1983.

la ideología de la democracia parlamentaria y de la lucha de los partidos. Mediante ésta, se intenta imponer al conjunto de la sociedad un "modo de vida" a través del cual se vive al Estado como representante del "interés general" de la sociedad, como detentador de las llaves de la universalidad "frente a los intereses privados".²⁵

Pueden identificarse al menos tres clases principales de trabas que subordinan directamente los medios de comunicación a instituciones políticas: legales, normativas y estructurales.

Las que nos interesan más son las trabas legales que incluyen todas las normas y reglamentaciones que definen los derechos y obligaciones de las instituciones de medios de comunicación y que son impuestas en última instancia por los poderes ejecutivo y judicial del Estado. Definen éstas principalmente el ámbito en el que los medios pueden ejercer la libertad de expresión, circunscrita según los casos por leyes de libelo, derechos a la intimidad, limitaciones por motivos de seguridad nacional, imposición de censura sobre comentarios políticos, etc.²⁶

Como podemos ver, lejos de ser instituciones aisladas o desvinculadas del proceso social, los medios son instancias sociales que obran como vértices históricos, a partir de los cuales se

25 Ibid. pág. 28

26 cfr. Curran James, Cunevitch Michael, Woollacot Janet, SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS, México, Fondo de Cultura Económica, 1987. y SEMINARIO DE COMUNICACION SOCIAL, UAM-Azcapotzalco, Ensayos 10, Casa Abierta al Tiempo México, D.F. 1983

manifestanza con su especificidad y siguiendo la dinámica histórica del momento, la totalidad del sistema en sus distintos fases y necesidades.

1.C. LIBERTAD DE EXPRESION Y FORNEO A LA INFORMACION

La libertad de informacion es la primera exteriorizacion humana de que el intercambio de opiniones, de ideas o de noticias con los demás es una expresion de la voluntad de comunicarse. Constituye el fundamento de la libertad de pensamiento, de la libertad de opinion y de la libertad de expresion.

Cabe constatar que la libertad de informacion ha emergido en los últimos años como una de las estructuras básicas del comportamiento humano y de las relaciones sociales.²⁷

La influencia del movimiento revolucionario francés -por la búsqueda de la libertad- y del principal documento emanado de ella, la Declaración del Hombre de 1789, se extendió por el mundo y con ella la filosofía que la animaba y que respecto a la prensa declaraba en su artículo 17:

"Ningún hombre podrá ser perseguido por razón de sus

27 cfr. Molinero César, LIBERTAD DE EXPRESION PRIVADA, Textos de Periodismo, España, Ed. AIC, 1981.

manifiesta con su especificidad y siguiendo la dinámica histórica del momento, la totalidad del sistema en sus distintas fases y necesidades.

J.C. LIBERTAD DE EXPRESION Y DERECHO A LA INFORMACION

La libertad de información es la primera exteriorización humana de que el intercambio de opiniones, de ideas o de hechos con los demás es una expresión de la voluntad de comunicarse. Comprende el fundamento de la libertad de pensamiento, de la libertad de opinión y de la libertad de expresión.

Cabe constatar que la libertad de información ha emergido en los últimos años como una de las estructuras básicas del conocimiento humano y de las relaciones sociales.²⁷

La influencia del movimiento revolucionario francés -por la búsqueda de la libertad- y del principal documento emanado de ella, la Declaración del Hombre de 1789, se extendió por el mundo y con ella la filosofía que la animaba y que respecto a la prensa declaraba en su artículo 17:

"Ningún hombre podrá ser perseguido por razón de sus

27 cfr. Molinero César, LIBERTAD DE EXPRESION PRIVADA, Textos de Periodismo, España, ED. AIE, 1981.

escritos que haya hecho imprimir o publicar sobre cualquier materia si no provoca la desobediencia de la ley, el derrocamiento de los poderes constituidos, la resistencia a sus disposiciones o cualquiera de los actos declarados crímenes por la ley." 28

Sin embargo, el origen formal del concepto de "derecho a la información" se encuentra en el primer período de sesiones de la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) celebrado en 1946, en la que se declaró que la libertad de información es "un derecho humano fundamental y piedra de toque de todas las libertades a las cuales están consagradas las Naciones Unidas".

Tras agregar en su resolución 59 que "la libertad requiere como elemento indispensable la voluntad y la capacidad de usar y no abusar de sus privilegios y requiere además, como disciplina básica la obligación moral de investigar los hechos sin prejuicio y difundir las informaciones sin intención maliciosa." 29

Para 1948 nace el derecho a la información; en la Declaración Universal de Derechos Humanos donde en su artículo 19 señala:

"Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión

28 Castellanos José, Op.cit., pág. 23

29 cfr. Guajardo Horacio, ELEMENTOS DEL PERIODISMO, México, Germika, 1982. y Granados Chapa, Miguel Ángel, EXAMEN DE LA COMUNICACION EN MEXICO, México, D.F., Ed. El Caballito, 1983

y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión".

Entre 1950 y 1961, una comisión trabajó sobre un proyecto de libertad de información en cuyo artículo primero establece la obligación de los Estados contratantes de "respetar y proteger el derecho de toda persona de tener a su disposición diversas fuentes de información". Agrega que esa libertad incluye "recoger, recibir y comunicar, sin injerencia gubernamental ni distinción de fronteras, informaciones y opiniones en forma oral, escrita, impresa, ilustrada o por procedimientos visuales auditivos debidamente autorizados."

Conforme al artículo segundo, esta libertad puede limitarse respecto de la seguridad nacional y el orden público, de las informaciones falsas que perjudiquen las relaciones internacionales, de expresiones que inciten a la guerra o al odio racial, racial, o religioso, a la violencia y el delito; de la salud y lo moral pública, los derechos privados, el honor, la reputación de otras personas y la recta administración de la justicia.

En diciembre de 1966, la Asamblea General de la ONU acordó el pacto internacional de derechos civiles y políticos.

En su artículo 19 se recogen varios de los conceptos del proyecto mencionado, y en sus párrafos 2 y 3 -de dicho artículo-, subraya: "Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión que comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección."

El ejercicio del derecho previsto en el párrafo segundo de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:

- a) asegurar el respeto de los derechos o a la reputación de los demás
- b) la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

En el plan básico aprobado por el PRR en 1975, se determina que el derecho a la información no es simple y sencillamente la libertad de informar, sino el derecho que los hombres tienen como receptores de información.

El derecho a ser informado es uno de los más preciados y condición esencial de la sociedad. "El derecho a la información y la libertad de prensa son finalmente derechos de sociedad e imponen a todos obligaciones." 30

En la Paz, Baja California Sur -1976-, se realizó una reunión nacional sobre medios de comunicación, en la que se apreciaron "unos pocos emisores válidos de su derecho a expresarse y unos muchos receptores inválidos para determinar la cantidad y la calidad de los mensajes que se les envían, y un Estado que como originador de alguno de esos mensajes, como operador de algunos focos de emisión, y como regulador de la actividad de los emisores, adquiere obligaciones frente al público receptor que es, al mismo tiempo, la masa de sus gobernados, el conjunto de sus ciudadanos que agrupados o individualmente tienen derechos equívocos en ese campo." 31

El derecho a la información es, así, complementario del derecho de expresión, uno y otro son derechos de libertad. El derecho a la expresión y a la libertad de expresión; uno y otro derecho son la consagración jurídica del fenómeno social de la información colectiva.

Uno asiste al que emite mensajes, al que habla, al que

30 Granados Chapa, *Op. cit.*, pág. 126

31 *Ibidem.* pág. 138

dice. El otro debe asistir al que recibe los mensajes, al que los escucha. Uno es el derecho a los comunicadores, de los periodistas, de las empresas de información. Otro es el derecho a los lectores, del teleauditorio, de los radioescuchas, de los espectadores.

"El propio estado, por ser un derecho social, asuma la obligación de garantizar ese derecho como lo hace, sin necesidad de declararlo expresamente, como otras facultades de los gobernados." 32

En la nueva declaración de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura), señala en su artículo II cuatro puntos que nos interesan:

- 1) Los periodistas deben tener la libertad de informar y las mayores facilidades posibles de acceso a la información.
- 2) Los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de los pueblos y de los individuos, favoreciendo así la participación del público en la elaboración de información.

32 *Ibidem*, pág. 139

3) *Corresponde a los órganos de información hacer oír la voz de los pueblos oprimidos que luchan contra el colonialismo, el neocolonialismo, la ocupación extranjera, todas las formas de discriminación racial y de opresión.*

4) *Es indispensable que los periodistas y otros agentes de los órganos de comunicación disfruten de un estatuto que les garantice las mejores condiciones para ejercer su profesión.*

En su artículo IV exige que se corrijan las desigualdades en la circulación de la información. ³³

"La UNESCO, ha contribuido a situar el problema de la información de masas en su verdadero lugar, que es el de sus relaciones con el orden internacional político, económico y ha convertido el estudio sobre estas materias en un objeto de importancia política e ideológica decisiva". ³⁴

Como se puede observar la necesidad de un derecho a la información como conjunto de normas legales aplicables a la información tanto en su aspecto de derecho pasivo, se encuentra latente, en el derecho a recibir ideas y opiniones, como en el derecho activo a difundir las propias ideas y opiniones en libertad

33 Guajardo Horacio, *Op.cit.* pág. 102

34 Moragas Spa de Miguel, TEORIAS DE LA COMUNICACION, España, Gustavo Gali, 1981, pág. 270

de expresión.

Sin embargo siempre han existido controles -o trabas- que coartan la libertad de información, empezando por la autocensura que es la primera que se debe de combatir. Entre otros se encuentran "la violencia física y las medidas de intimidación, la legislación represiva, la censura, la construcción de listas negras de periodistas, la prohibición de ciertos libros, los monopolios derivados de medidas políticas, las obstrucciones burocráticas, las de carácter judicial, tales como las audiencias a puerta cerrada o la sanción por desacato al Tribunal, las derivadas de prácticas profesionales y los privilegios parlamentarios." 35

Pero los controles más molestos son sin duda las "violencias físicas contra los periodistas y los periódicos: persecuciones, detenciones, torturas, asesinatos, atentados con bombas." 36

De por sí, es imposible para el ser humano encontrar y dar a conocer la verdad absoluta, y para aquellos que piensan que la carrera de comunicación es la más tranquila y sociable, debe tener conciencia que el periodista -y/o comunicólogo- siempre tiene que andar en busca de la información.

Creo firmemente que se requiere una regulación internacional de las comunicaciones para asegurar el sagrado derecho a la

35 McBride, Op.cit. pág. 240

36 Ibidem, pág. 241

información que garantice que sólo se informará la verdad y en salvaguarda del irrestricto derecho de opinar, que constituya el instrumento de defensa contra las amenazas o agresiones que sufre esta libertad fundamental, pues la desigualdad ante la información contribuye a restringir el margen de libertad y de decisión tanto de los individuos como de las naciones. ³⁷

Dentro de la legalidad y legitimidad de los medios en nuestro país tenemos que para difundir a través de los canales de televisión se requiere una autorización del Estado.

Esto tiene su origen en la Constitución de 1917 y se ratifica en la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1931, donde es definida la forma de propiedad de los medios electrónicos y demás formas de telecomunicaciones a partir del planteamiento básico del Artículo 27 de la Constitución que señala:

"Corresponde a la Nación el dominio directo del espacio situado sobre el territorio nacional, en la extensión y términos que fije el derecho internacional." Y se refuerza en el Artículo 1o. de la Ley Federal de Radio y Televisión que dice: "Corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y en consecuencia del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible".

37 cfr. Mattelart Armand y Michèle. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN TIEMPOS DE CRISIS, Ed. Siglo XXI. y Beitón Ramiro Luis, de Cardona Fox Elizabeth, COMUNICACION DOMINADA, Estados Unidos en los Medios de América Latina, México, Ed. Nva. Imagen, 1981.

En el Artículo 20. de esta Ley se manifiesta que: -
"El uso del espacio a que se refiere el Artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión, sólo podrá hacerse previa concesión o permiso que el Ejecutivo federal otorgue en los términos de la presente Ley".

Este tipo de permisos son los que da el Estado a alguna empresa o individuo para que utilice un cierto segmento del campo electrónico de la difusión. La Secretaría de Comunicaciones tiene la facultad discrecional de determinar si hay canales que puedan cubrir nuevos concesionarios.

Dentro de los medios impresos, el Estado tiene una participación notable, que está representada por el suministro del papel -materia prima de la impresión-, por medio de la Productora e Importadora de Papel, S.A. -PIPSA-.

Es propietario del periódico El Nacional, órgano oficial del gobierno mexicano, opera la agencia de noticias, Notimex, que surte de noticias a un cierto número de periódicos, estaciones de radio y televisión.

"El conjunto de los mensajes difundidos por el sistema

de comunicación colectiva es un conjunto reforzatorio de la situación actual, del statu quo y, de ese modo, el conjunto de los medios participan." 38:

En su contexto global, la legislación y regulación de los medios de comunicación se insertan en la práctica de un Estado nacionalista.

El Estado Mexicano ha logrado en términos generales, en materia de comunicación, que se permita un equilibrio entre sus defensores y quienes de él disienten, ya que de alguna manera se respeta la libertad consagrada en el Artículo 60. Constitucional.

Por ello, es importante resaltar la importancia que tienen las Direcciones Generales de Comunicación Social en las diversas dependencias, ya que de esta manera está creando un medio especial de difusión y recepción de información que analice y colabore en forma específica dando un enfoque más objetivo. Para comprender esto, analizaremos en el siguiente capítulo el desarrollo que ha surgido en relación de la comunicación en la Secretaría de Marina.

38 Granados Chapa, *Op. cit.*, pág. 164

CAPÍTULO 33

LA SECRETARÍA DE MARINA

Y LA

COMUNICACIÓN SOCIAL

LA SECRETARÍA DE MARINA Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Para poder entender el funcionamiento de la Secretaría de Marina considero pertinente mencionar que es la única institución militar que cuenta con personal civil y militar lo que hace que se maneje en forma especial, es decir, que los reglamentos que existen en cuestión de disciplina no se aplican a todo el personal.

Ello trae como consecuencia que el personal militar actúe con mayor responsabilidad en el buen desarrollo de las actividades, en todas y cada una de las direcciones. El personal civil también tiene responsabilidades y cumple como en cualquier institución con sus respectivas funciones dedicando el tiempo que marca la Ley Federal de Trabajo y que sólo puede laborar por disposición de ésta, 8 horas al día, para llevar un control se establecieron dos turnos -matutino y vespertino-, no así el militar que tiene la obligación de dar servicio las 24 horas del día, además de que si el mismo trabajo requiere de retener al personal civil más tiempo de sus horas de trabajo por alguna emergencia sucitada dentro de la labor que se le tiene encomendada y aunque se le puede pagar tiempo extra se le tiene que solicitar su presencia.

El personal militar pertenece a la Armada de México que es una institución militar nacional, de carácter permanente cuya misión es emplear el poder naval de la Federación, para la

seguridad interior y la defensa exterior del país.

Es institución porque no es algo personal, sino de agrupación, cuyo funcionamiento no es causal, sino apegado a un orden legal.

También se le asigna el carácter militar porque todos sus miembros desempeñan su función de acuerdo con exigencias militares, es decir, sometidos rigurosamente a las leyes reguladoras de todas las fuerzas armadas porque es una de ellas.

Es nacional porque está al servicio de la Nación entera, de cuya integridad y seguridad es corresponsable con las otras fuerzas armadas. Es de carácter permanente porque su existencia no es temporal ni repentina, sino que responde a las funciones propias del país, de asegurar su existencia, de ejercer su soberanía, de vigilar su territorio y de proteger a su población, misiones que son de naturaleza constante.

Para asegurar el cumplimiento de estas funciones, se le asigna la posibilidad de usar el poder naval, esto es, el poder de la fuerza constituido por hombres, embarcaciones, aeronaves, armas e instalaciones, así como toda clase de elementos aptos para hacer la guerra en el mar.

Pero todos esos elementos son de la Federación, de la Unión Federal de todos los Estados de la República que en su régimen interno son libres y autónomos, pero en sus relaciones entre sí constituyen el país, con unidad de territorio, de soberanía y de población.

Por lo tanto, los marinos militares constituyen una milicia, una corporación con diversidad de grados jerárquicos y con variedad de especialidades de actuación dentro del servicio.

El acatamiento de los deberes militares, como la práctica de la disciplina, la disposición total de la persona, y la entrega consciente de ésta, a fin de lograr una participación adecuada, constituyen elementos de un comportamiento militar.

*El mando Supremo de las Fuerzas Armadas de la Nación, lo ejerce el Presidente de la República, y en el caso particular de la Armada es a través del Secretario de Marina, que representa el Alto Mando y es responsable de operar y administrar el poder naval de la Federación. Dentro de la Institución, el Jefe de Operaciones Navales, ostenta el Mando Superior en Jefe y le corresponde organizar, adiestrar y operar la Armada de México. La escala de grados en la Secretaría de Marina-Armada de México, se agrupa en jerarquías.**

* Anexo 1

En la Dirección General de Comunicación Social también labora personal mixto -civiles y militares- y las funciones de cada uno están perfectamente bien delineadas como se verá.

II. A FUNCIONES DE LA ARMADA DE MEXICO

La Secretaría de Marina, dependencia del Poder Ejecutivo Federal, tiene como funciones básicas: la preservación y ejercicio de la soberanía de los mares y costas nacionales, investigación, explotación, protección y preservación de los recursos marítimos del país. Construcción, mantenimiento y reparación de las unidades de la Armada, así como proporcionar apoyo a la industria naval.

El órgano operativo de la Secretaría de Marina es la Armada de México, la cual se sustenta en una base legal, que regula, lo mismo su existencia y su funcionamiento, que su integración y su organización. Como institución al servicio del gobierno nacional, la Constitución Política del país señala su dependencia directa del Presidente de la República, al que, entre sus facultades, le asigna, en el Artículo 89, Fracción IV, la de "disponer de la totalidad de las Fuerzas Armadas permanentes - del Ejército terrestre, de la Marina de Guerra y de la Fuerza Aérea, para la seguridad interior y defensa exterior de la Federación. Las funcio-

nes de la Armada se estipulan en:

II. B LEY ORGANICA

- I. Defender la soberanía del país en aguas, costas e islas nacionales y ejercer la vigilancia en las mismas.
- II. Cooperar en el mantenimiento del orden constitucional del Estado Mexicano.
- III. Ejercer jurisdicción militar en nombre de la Federación en los mares territoriales, zona marítima terrestre, islas, cayos, arrecifes, zócalos y plataformas continentales, incluyendo los espacios aéreos correspondientes, vías fluviales y lacustres en sus partes navegables, según lo determina el Mandato Supremo.
- IV. Proteger, el tráfico marítimo, fluvial y lacustre en la jurisdicción federal y donde ordene el Mando Supremo.
- V. Efectuar operaciones de rescate y salvamento en el mar y en general, en aguas nacionales.

- VJ. *Cooperar con las autoridades civiles en misiones culturales, y en general de acción cívica, en los aspectos relacionados con actividades marítimas.*
- VJJ. *Auxiliar a la población civil en casos y zonas de desastre o emergencias, actuando por sí o conjuntamente con el Ejército y la Fuerza Aérea, conforme al plan nacional de auxilio.*
- VJJJ. *Coadyuvar en la vigilancia de los recursos marítimos, y en general de los fluviales y lacustres nacionales y en la represión del contrabando y el tráfico ilegal de estupefacientes, en los términos de las disposiciones legales aplicables.*
- IX. *Realizar actividades de investigación científica, oceanográfica, biológica y de los recursos marítimos, actuando en colaboración con otras instituciones nacionales o extranjeras.*
- X. *Organizar y operar el servicio de policía marítima y colaborar con las autoridades competentes en los servicios de vigilancia de los puertos y...*

- XI. Las demás que le señalen las disposiciones aplicables y le encomiende el Mando Supremo. ¹

Estas funciones son básicas para comprender el servicio real que la Secretaría de Marina, Armada de México, lleva a cabo para el país.

Si tomamos en cuenta estos preceptos, nos percatamos que de la innovación de los acontecimientos en dichas funciones y de las realizaciones en la institución, nace la información de la Secretaría de Marina, que es manejada a través de los medios de comunicación entre otras múltiples actividades que también cobran importancia para la opinión pública.

II.C ANTECEDENTES

La consumación de la independencia en 1821, dió lugar a la creación del Estado Mexicano constituido por su territorio, su población y un gobierno. Asimismo, de cuatro ministerios entre ellos el de Guerra y Marina, para el despacho de los asuntos relacionados con la preservación de la independencia, soberanía e integridad nacional.

1. COMPILACION JURIDICA, Secretaría de Marina, México, 1986, págs. 14 y 15

Históricamente hablando, la marina de guerra mexicana nació en 1822 con la compra a los Estados Unidos de Norteamérica de dos barcos de guerra: Las goletas "Iguala" y "Anáhuac". Corres-pondiendo a la "Iguala" el hecho de convertirse en la primera embarcación donde se izó la enseña nacional.

En la Constitución de 1917 se consagra a la Armada como institución estrictamente mexicana y establece su propósito básico cuando señala que ha de contribuir a la seguridad interior: manteniendo el orden constitucional en el país, y no sólo eso, sino la protección oportuna contra los agentes naturales, perturbaciones generadoras de desastres y siniestros, así como la defensa exterior de la República.

En el Artículo 32 de la Constitución señala: "Para pertenecer a la Marina Nacional de Guerra o a la Fuerza Aérea y desempeñar cualquier cargo o comisión de ellas, se requiere ser mexicano por nacimiento.

Esta misma calidad será indispensable en capitanes, pilotos, patrones, maquinistas, mecánicos y de una manera general, para todo personal que tripule cualquier embarcación o aeroneve que se ampare con la bandera o insignia mercante mexicana, etc.

El Presidente Venustiano Carranza, ordenó el cabal cumplimien

to de esa disposición el 10. de junio de 1917, al sustituir por capitanes mercantes mexicanos a los extranjeros embarcados en buques nacionales.

Así es como la Marina Nacional comienza su desarrollo como una Marina estrictamente mexicana, al mismo tiempo que se ratificaba el derecho de expresión y la libertad de prensa por la Constitución.

Ya que para entonces y desde 1539 se había establecido la primera imprenta en México.

Con el desarrollo de las actividades marinas tanto mercantes, de pesca y militares, se fue acentuando el conocimiento a la Marina, a tal grado que se considero su independencia administrativa del Ejército.

II.C.1. DEPARTAMENTO AUTÓNOMO DE MARINA

El general Lázaro Cárdenas anuncia, el 10. de septiembre de 1939, el proyecto para la fundación del Departamento Autónomo de Marina.

El 31 de diciembre de 1939, aparece este decreto en el artículo 15, en la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado. Con la finalidad de centralizar las funciones marítimas que se

encontraban dispersas creando así una dirección única en los asuntos nacionales del mar.

En cuestión de comunicación se le asignó la organización y preparación de congresos, exposiciones y todo género de propaganda oficial y cultural en materia marítima y de pesca.

Pero al observar su organigrama* nos podemos percatar de que no encontramos gráficamente quién emitía la propaganda antes mencionada. Aunque supuestamente lo hacía la Oficialía Mayor, mandando la información directamente al Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad para su debida difusión.

En 1940, bajo subordinación del Departamento Administrativo dependiente de la Oficialía Mayor se encontraba la Oficina de Biblioteca y Publicidad que tenía a su cargo según el Diario Oficial del 13/VI/1940; la adquisición, presentación de libros, periódicos, folletos y revistas para consulta interna y externa, la suscripción a los diarios y revistas, repartición del "Diario Oficial", a su vez se tenía el deber de formar diariamente un extracto de la prensa sobre los asuntos de interés y su distribución a todos los Jefes, recabar cuando menos dos veces por semana informes de las distintas dependencias para su publicación en todos los periódicos, recopilar datos de las diferentes dependencias para la creación de la memoria anual.

* Anexo 2

NOTA: Diario Oficial será abreviado con las iniciales D.O. a partir de su próxima cita.

Es precisamente bajo el régimen del presidente Lázaro Cárdenas cuando aparece el antecedente de los boletines en el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad -antes mencionado-, cuyo objetivo explícito era centralizar la información oficial.²

II. C. 2. SECRETARÍA DE MARINA 1941

Posteriormente el presidente Avila Camacho crea la Dirección General de Información dependiente de la Secretaría de Gobernación. Asimismo, con fecha 10. de enero de 1941, decreta convertir el Departamento de Marina Nacional en Secretaría de Marina, adicionándole nuevas funciones a las ya establecidas.

Para este entonces se sigue manejando de igual manera la difusión dentro de la Marina, ya que precisamente en las "Memorias de la Secretaría de Marina" de 1941 señala que la oficina de Biblioteca y Publicidad cumple dos años de su establecimiento en los cuales se llevó a cabo lo siguiente: Formulación y tramitación de documentos adquiriendo varias obras relativas a la materia naval, las cuales se proporcionaron constantemente para consulta, en cuanto a publicidad se adquirieron los diferentes diarios capitativos formulándose la síntesis correspondiente que se repartió a los Jefes de la Secretaría. Se ejecutaron numerosos trabajos en mimeógrafo como el anuario, diversos folletos y circulares -con las disposiciones dictadas a

² Fátima Fernández, LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVA EN MEXICO, Juan Pablos, México, 1984, pág. 75

las diferentes dependencias. Sigue sin aparecer dentro del organigrama* respectivo una oficina de prensa o por lo menos una sección que exclusivamente se encargara de estas funciones.

Es precisamente en esta etapa cuando se inicia la formación de la difusión marítima de manera más específica, aunque anteriormente cuando era Secretaría de Guerra y Marina se elaboraban folletos y revistas como "Revista del Ejército y de la Marina".

Durante estos primeros años es cuando se consolidan las bases y directrices jurídicas que habrán de darle sustento y orientación respectivamente, al funcionamiento y desarrollo de la Armada de México.

Bajo el gobierno del presidente Miguel Alemán se establecen las oficinas de prensa en cada una de las dependencias gubernamentales, para elaborar los boletines que serán repartidos a los periódicos.

"De este modo se difunde la versión oficial de los hechos nacionales. Esta información boletinada constituye, junto con las declaraciones a los reporteros, el contenido casi exclusivo de las primeras páginas de los diarios en cuanto a información nacional." ³

Precisamente dicha oficina aparece en la Secretaría de Marina como Oficina de Prensa e Información, cuya función sigue siendo la de informar a través de los medios de comunicación las

3 Fernández F. Op.cit. págs. 79 y 80

* Anexo 3

actividades y realizaciones llevadas a cabo por la Secretaría y también cambia de título la citada Memoria Anual, para convertirse en un resumen de las actividades del año, llamado Informe de Labores, publicación única y vigente hasta los comienzos de la década de los 80's en que se convierte en informe oral de los Secretarios de Estado a las Cámaras Legislativas.

Sin embargo, en la Secretaría de Marina, ya se intentaba crear una conciencia nacional sobre las actividades relativas al mar, editándose a partir de los años 60's las siguientes publicaciones, que no se elaboran dentro de la Oficina de Prensa e Información: Revista General de la Armada, Revista General de Marina y La Mar.

Dicha oficina de Prensa incorporó más tarde la función de relaciones públicas, cual motivó al presidente Díaz Ordaz para acordar la unificación de ambas oficinas creándose así, la Dirección General de Difusión y Relaciones Públicas.

Algo de suma importancia durante este periodo presidencial es la obtención por parte del Estado del 12,5 por ciento del tiempo de transmisión de los canales comerciales, volviéndose de esta manera emisor en 1969. Aunque ya en la Ley Federal de Radio y Televisión publicada en 1960, en su artículo 59 señala que: "las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración de 30 minutos continuas o discontinuas, dedicados a

difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señala la dependencia que debe proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

En abril de 1972, al promulgarse nuevo decreto presidencial se modifica la estructura orgánica de la Secretaría de Marina en la cual aparece con denominación diferente la Oficina de Prensa, ahora designada como Oficina de Prensa, Divulgación y Relaciones Públicas, a la que como función principal, se le adjudica la difusión de las metas y realizaciones de las áreas asignadas a la Secretaría, para lo cual, debía expedir boletines internos de información, promover el intercambio de informes técnicos, supervisar y editar las publicaciones internas de carácter informativo, y coordinar las relaciones y actividades de información entre el Romo y los diferentes sectores de la opinión pública (D.O. 7/IV/72).

Según esto, la actividad en cuestión de comunicación social se amplió un poco, pero aún el manejo de la comunicación estaba muy limitado.

En el anexo 3 podemos apreciar la posición que ocupaba la oficina dentro de la Secretaría, así como la poca importancia que se le daba.

*39. C.3. REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARÍA DE MARINA, ART. 38
Y 39*

La promulgación del nuevo Reglamento Interior de la Secretaría de Marina -publicado en el D.O. del 10/11/77-, trae aparejado una serie de modificaciones a la misma, acordes con la reestructuración de la Administración Pública Federal, entre ellas cambia de nombre la Oficina de Prensa, Divulgación y Relaciones Públicas, quedando como Dirección General de Información y Orientación al Público.

En este Reglamento Interior de la Secretaría de Marina se especifican de forma más clara las diferentes funciones que debe cumplir la nueva dirección, anotadas en el capítulo X, artículo 38 y 39 que dictan:

Artículo 38: La Dirección General de Información y Orientación al Público tiene a su cargo la difusión de los objetivos y realizaciones de la Secretaría.

Artículo 39: Compete a la Dirección General de Información y Orientación al Público:

- "J. Organizar las conferencias de prensa y expedir boletines informativos.*

- "II. Promover eventos de diversa índole que coadyuven a la difusión de las actividades de la Secretaría.
- "III. Editar las publicaciones de carácter informativo de la Secretaría.
- "IV. Coordinar las relaciones y actividades de información entre el Ramo y los diferentes sectores de la opinión pública.
- "V. Mantener e incrementar las relaciones públicas convenientes con los sectores público y privado.
- "VI. Establecer y actualizar sistemas de orientación e información al público, así como coordinar las actividades del personal adscrito a esos sistemas.
- "VII. Evaluar resultados sobre orientación, información, difusión y relaciones públicas, a fin de mejorar procedimientos.
- "VIII. Publicar las memorias y los informes de trabajo de la Secretaría.

- "II. Promover eventos de diversa índole que coadyuven a la difusión de las actividades de la Secretaría.
- "III. Editar las publicaciones de carácter informativo de la Secretaría.
- "IV. Coordinar las relaciones y actividades de información entre el Remo y los diferentes sectores de la opinión pública.
- "V. Mantener e incrementar las relaciones públicas convenientes con los sectores público y privado.
- "VI. Establecer y actualizar sistemas de orientación e información al público, así como coordinar las actividades del personal adscrito a esos sistemas.
- "VII. Evaluar resultados sobre orientación, información, difusión y relaciones públicas, a fin de mejorar procedimientos.
- "VIII. Publicar las memorias y los informes de trabajo de la Secretaría.

"IX. Establecer el sistema de comunicación que permita a esta unidad administrativa, enterarse oportuna y permanentemente de todas las situaciones relevantes de la Secretaría.

"X. Todas aquellas funciones que le señalen las disposiciones legales aplicables y las que determinen el Secretario del Ramo.

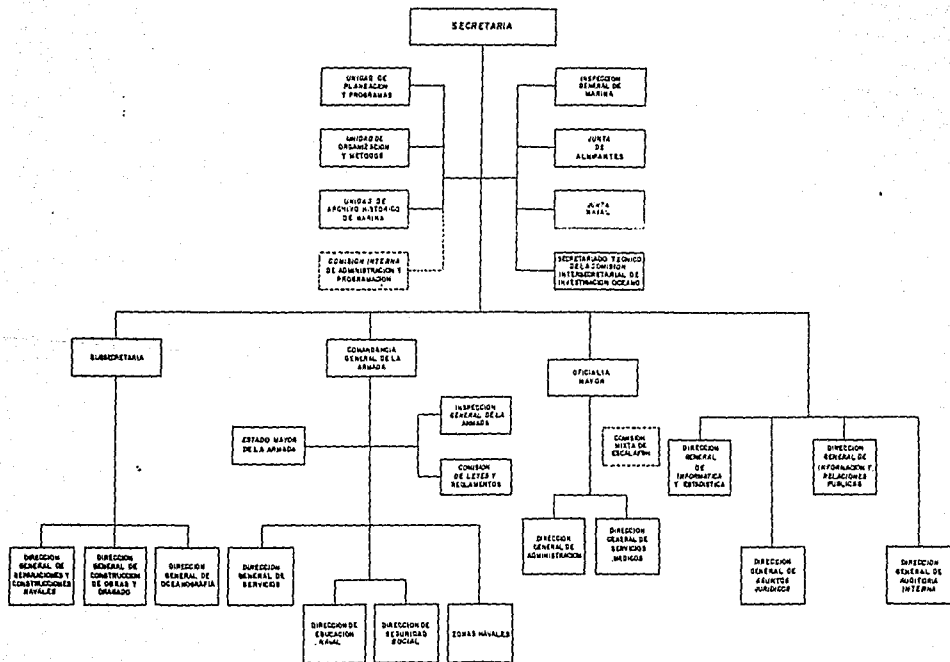
Posteriormente en uno de los Informes de Labores que se editaban anualmente, encontramos, que dichas actividades de comunicación social se intensificaron. Los boletines informativos se siguieron elaborando y fueron distribuidos en su oportunidad. Se había del manejo de información en los diversos canales de televisión y en radio, con grupos que configuran cadenas nacionales con emisión en la Ciudad de México y en provincia.

Se aplicó el sistema de monitoreo en los medios electrónicos y la elaboración de la síntesis informativa de los periódicos y revistas. El Secretario de Marina concedió conferencias de prensa a los medios de comunicación: dicha Dirección General de Información y Orientación al Público junto con la Presidencia de la República cubrió diversos aspectos noticiosos elaborando los documentos de difusión y se editaron diferentes publicaciones.

En los últimos informes -1978-79 y 1979-80- se notaron algunos cambios, entre ellos, la elaboración de algunos videocassettes con las actividades relevantes de la Secretaría, que se suministraron a la televisión oficial y privada. La elaboración de video tape de propaganda sobre Educación Naval y la transmisión por televisión de programas denominados "Historia de la Navegación", para enriquecer la cultura marítima a nivel nacional.

Se colaboró con algunos boletines de prensa, notas informativas, reportajes, entrevistas y artículos subdivididos en diferentes diarios. Para el año de 1981 cambia su denominación a Dirección General de Información y Relaciones Públicas.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA SECRETARIA DE MARINA



Este es el desarrollo orgánico que a últimas fechas ha tenido la comunicación social en la Secretaría de Marina en la que se ha buscado, por medio de las experiencias concretas, delinear una política más precisa en torno a su naturaleza como órgano de seguridad Estatal.

Resumiendo, vemos que cuando comenzó la Oficina de Prensa solamente repartía boletines a los diarios, poco a poco las actividades se fueron definiendo e intensificando más hacia los diferentes medios, las publicaciones anteriores eran más o menos independientes.

En cambio en la actualidad la Revista de Marina ya forma parte de la Dirección General de Comunicación Social. Es importante mencionar que en estos últimos años -82-88-, ésta área se ha superado para ejercer mejor la función de informar tanto interior como exteriormente sobre las actividades de la Secretaría en forma objetiva y eficaz cumpliendo así con su labor.

Debemos tener presente que en la actualidad la información se maneja básicamente por boletín: en este siglo se da una consolidación de capitalismo, en lo económico y una corporativización del Estado Mexicano en lo político. Es decir se instaura un modelo político económico, prevaleciendo un sólo modelo a seguir. El periodismo se subordina a esta situación.

Las páginas de los diarios contienen información oficial boletinada, numerosos anuncios publicitarios, artículos de entretenimiento, cables procedentes de agencias extranjeras y sólo como excepción, críticas y sugerencias a los proyectos de Nación." ⁴

La idea del boletín oficial no es del todo negativa, simplemente debe saberse emplear por los profesionales de la comunicación para cumplir con el servicio de informar adecuadamente al país para los diferentes temas, y en este caso específico sobre la Marina. "Entre los errores y deficiencias de nuestra prensa, está el abuso de la declaración, limitarse a lo boletinado por las oficinas de Prensa y la escasez de crítica." ⁵

Los reporteros para obtener la información correspondiente -los boletines- acuden a su fuente informativa, las cuales están fundamentadas en las líneas principales de la actividad humana: cultural, política, social y económica.

Ahora bien, son los centros donde ocurren sucesos, donde se emiten opiniones, donde se tienen informes frecuentes.

Las fuentes se agrupan por actividades políticas, religiosas, deportivas, policíacas, etc. Dentro de ellas, los reporteros necesitan movilizarse con inteligencia, en exploración constante

4 *Ibidem.* pág. 79

5 *Ibidem.* pág. 79

para obtener su material periodístico.

Las Fuentes Habituales en México son:

Presidencia de la República, Departamento del Distrito Federal, Procuraduría General de Justicia, Procuraduría General de la República, Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de la Contraloría General de la Federación, Secretaría de la Defensa Nacional, Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología, Secretaría de Educación Pública, Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Secretaría de Marina, Secretaría de Pesca, Secretaría de Programación y Presupuesto, Secretaría de la Reforma Agraria, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaría de Salud, Secretaría de Trabajo y Previsión Social y Secretaría de Turismo, así como las actividades Religiosas, Deportivas, Sociales, Espectáculos y Policiacas.

La militar se da en la Secretaría de Marina y en la Secretaría de la Defensa Nacional, y es precisamente en la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Marina en donde se ubica la fuente de Marina en la cual se expiden los boletines de prensa.

Analizaremos en el próximo capítulo de forma particular el funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social en el periodo 1982-88, para darnos cuenta del manejo y evolución que se ha adquirido.

C A P Í T U L O I I I

DIRECCION GENERAL DE

COMUNICACION SOCIAL

DE LA

SECRETARIA DE MARINA

DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL
DE LA SECRETARIA DE MARINA

*Las oficinas de prensa y relaciones públicas -el equivalente a nuestras Direcciones de Comunicación Social-, definen algunos publicistas norteamericanos que deben evaluar administrativamente: las actitudes públicas, identificar las políticas y los procedimientos de un individuo o de alguna organización con el interés público y crear un programa de acción para ganarse la comprensión y aceptación públicas.*¹

Según esto, las Direcciones Generales de Comunicación Social, deben como institución, adquirir una posición respetable dentro de la sociedad. Para lo cual tienen que trabajar, como lo veremos más adelante, y así ganar la confianza y aceptación generalizada, a través de sus mensajes.

Referente al tema, Jaime Goded señala que "en la Comunicación Social, el emisor y el receptor no son individuos, sino grupos, o individuos que representan a grupos sociales más o menos extensos. Los mensajes de la comunicación social múltiples y numerosos, se transmiten a través de un órgano de información o de un vocero.

1 Biblioteca Salvat, LAS NOTICIAS Y LA INFORMACION, Tomo 9, España, Salvat, 1974, pág. 54

III. A GENERALIDADES

Como expresión social de individuos, grupos y clases, la comunicación social tiene su aspecto eficiente en el poder, y su aspecto final en la ideología.²

Ahora bien, las direcciones de comunicación social tienen la función de comunicar, pero es necesario que lo hagan con responsabilidad. Para lograr una mayor eficiencia en su labor deben de estar perfectamente organizadas y esquematizadas. A su vez la información que transmiten debe de ser: suficiente y confiable; destacar los hechos más relevantes de la institución; evaluar los acontecimientos de acuerdo con normas, criterios y procedimientos precisos de información, explicar lo esencial de un problema y su relación con otros hechos o la sociedad, ser claro, conciso y objetivo, y ante todo hablar con la verdad.

De tal manera que la comunicación social del Estado debe ser un asunto serio en la que se buscará elaborar y precisar una política profesional a través de su información.

Además de la responsabilidad de organizar y de crear la información adecuada ya que el gobierno en particular es un lugar privilegiado de comunicación; un espacio de comunicación.

2 Jaime Goded, 100 PUNTOS SOBRE COMUNICACION DE MASAS EN MEXICO. México, Juan Pablos, 1985, pág. 65

En consecuencia, el gobierno, cuerpo vivo que se desarrolla a partir de sus necesidades y funciones, requiere de manera primordial, de un sistema de comunicación.

El aparato gubernamental tiene entonces necesidad de la comunicación. Sin embargo, aunque sea necesaria, la comunicación no es automática: "la dificultad para comunicar es también una realidad."³

Es en esta realidad donde las direcciones de comunicación social juegan un papel importante para la adquisición y transmisión de la información, ya que se debe definir el campo de acción entre emisor y receptor, es decir, los límites temáticos, problemáticos, lingüísticos, etc., en los que se puede ver afectada la comunicación.

El sistema de comunicación social del gobierno lo debemos de concebir como una entidad productora de bienes y servicios de comunicación -mensajes-. Para lograrlo es necesario la organización jurídica, administrativa y económica, de un órgano técnico encargado del estudio, reglas, criterios y objetivos, así como de la supervisión, evaluación, utilización y resultados de su comunicación.

Para ello es preciso establecer los lineamientos generales a los que deberá de sujetarse la comunicación social en general

3 Ibid., pág. 73

y particularmente la de cada dependencia. De tal manera se logrará controlar y supervisar los procesos de producción de mensajes sociales principalmente para conocerlos, evaluarlos y mejorarlos. También es necesario vigilar la distribución de la información así como estudiar el proceso de recepción para ver si se cumple con el objetivo deseado en forma positiva. Una vez establecidos los objetivos y delimitados los problemas y las necesidades, deben de determinarse las políticas de comunicación social a seguir.

III. B PUNTOS PARA LA EFICIENCIA DE UN MENSAJE EN COMUNICACION SOCIAL

"De manera esquemática puede afirmarse que, para garantizar la eficiencia de los bienes y servicios -mensajes- que produce el sistema de comunicación social del gobierno debe integrar un proceso general de producción que comprenda por lo menos las siguientes etapas:

- "a) Determinación de las necesidades generales, particulares y específicas de comunicación social. Identificación de preferencias de acuerdo con el alcance, relevancia y justificación de cada necesidad en especial. Definición, descripción y clasificación de los campos en que se deberá comunicar y sobre

todo, de los destinatarios de la comunicación.

"b) Planteamiento de los problemas fundamentales que deberán ser atendidos por el sistema de comunicación social, señalando con todo rigor qué se necesita, por qué y para qué se necesita.

"c) Análisis y desarrollo de la necesidad y el problema concretos. Elaboración del problema concreto que incluye el diseño y la planeación generales de la solución propuesta.

"d) Determinación, especificación y ordenamiento de los objetivos de la estrategia y las tácticas de comunicación social propuestas.

"e) Elaboración de los instrumentos de supervisión, calificación y evaluación de la acción sistemática de comunicación social concreta.

"f) Elección de los medios y métodos más adecuados para la concepción, elaboración y transmisión de los mensajes.

"g) Diseño e integración de los elementos del sistema, de las distintas operaciones del proceso y de los procedimientos para su evaluación, precisión y rectificación.

"h) Elaboración de los prototipos de mensajes.

"i) Evaluación preliminar. Experimento.

"j) Edición y publicación de los mensajes.

"k) Distribución -difusión de los mensajes.

"l) Evaluación de la difusión. Evaluación de los efectos y consecuencias.

"m) Informe...

"n) Control de retroacción.⁴

Obviamente estas características se deben de adecuar a los recursos disponibles y necesidades de cada dependencia.

"Esencialmente, la política de comunicación social del

⁴ Ibid., pág. 78

gobierno está regida por las facultades y responsabilidades que el manejo jurídico atribuye a las entidades de la administración Pública Federal y a sus distintos funcionarios. La legislación establece el marco de lo que compete comunicar al gobierno; la ley señala lo que el gobierno puede y debe decir a la sociedad en diversas órdenes (lo que el gobierno se comunica entre sí y para sí; lo que el gobierno se informa acerca de lo que el gobierno dice a las organizaciones sociales y económicas; lo que el gobierno dice a los ciudadanos)." ⁵

En la Secretaría de Marina, su Dirección General de Comunicación Social, dada la naturaleza de sus funciones, de sus actividades y las necesidades de impulsar más la comunicación, es la encargada de:

**III. C ARTICULO 15: REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARIA DE MARINA
(1986)**

"9) Formular y dirigir los programas de comunicación social y de relaciones públicas de la Secretaría de acuerdo con las directrices del Titular del Ramo.

"11) Organizar las conferencias de prensa de la Secretaría y expedir boletines de información.

5 *Ibid.*, pág. 79

- "III) Recopilar, analizar y procesar la información de los diferentes medios de comunicación sobre los acontecimientos de interés para la Secretaría.
- "IV) Promover, organizar y llevar a cabo los eventos que coadyuven a la difusión de las actividades de la institución.
- "V) Editar las publicaciones de carácter informativo de la Secretaría.
- "VI) Publicar las memorias y los informes de trabajo de la Secretaría.
- "VII) Coordinar la política de comunicación social de la Secretaría y las relaciones con los medios masivos de comunicación de acuerdo a los lineamientos de la Secretaría de Gobernación.
- "VIII) Mantener e incrementar las relaciones públicas convenientes con los sectores públicos, privado y social.
- "IX) Establecer y mantener la coordinación con la Secretaría de Gobernación que le permita informarse oportuna y permanentemente de todos los hechos relevantes

de la Secretaría.

"XI) Crear, organizar y mantener un banco de información con material audiovisual, fotográfica, filmico, hemerográfico y de grabación que sea de interés a la Secretaría.

"XII) Evaluar los efectos y resultados de los servicios de información, difusión y relaciones públicas proporcionadas, a fin de mejorar la organización, sistemas y procedimientos empleados".⁶

Como podemos observar las funciones de esta dirección aumentaron en relación al Artículo 39 del reglamento interior de la Secretaría de Marina del 10 de mayo de 1977.

Lo que significa que se le ha tomado a la comunicación su importancia real, ya que se agregó por ejemplo, la necesidad de un banco de información que es de suma utilidad, no sólo para consulta interna sino también como apoyo a los medios de comunicación masiva, además de su dependencia y acuerdos directos con el Secretario como se observa en el organigrama.*

6 D.O. 11 de febrero de 1986, REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARÍA DE MARINA

* ANEXO 5

3.3.1 DISTRIBUCION DE LA DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL

Para cumplir con sus objetivos se encuentra constituida por:

DIRECCION GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

SECRETARIA PARTICULAR

DIRECCION TECNICA Y DE INFORMACION

- Departamento de Monitoreo, Analisis y Evaluación*
- Departamento de Prensa, Radio y Televisión*
- Departamento de Información Documental*

DIRECCION DE EDICIONES GUBERNAMENTALES

- Departamento Editorial*
- Departamento de Producción*
- Departamento de Arte y Diseño*
- Departamento de Serigrafía*

DIRECCION DE RELACIONES PUBLICAS

- *Departamento de Desarrollo de Personal*
- *Departamento de Eventos Culturales*
- *Departamento de Eventos Especiales*

SUBDIRECCION ADMINISTRATIVA

- *Departamento de Contabilidad y Control Presupuestal*
- *Departamento de Personal y Servicios Generales*
- *Departamento de Correspondencia y Archivo*

Cada una de estas direcciones de área, cumple con determinadas funciones como explicaremos brevemente a continuación:

III. E EL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL:

Es el encargado de que se cumpla debidamente cada una de las funciones establecidas en el Reglamento Interior de la Secretaría de Marina, que se refieren a dicha Dirección, así como las disposiciones que el Secretario del Ramo determine. Presidia el Consejo Editorial;

** ANEXO 6*

programar anualmente actividades y dirigir su adecuada ejecución, en las que debe de analizar y evaluar la imagen de la Secretaría en materia de información y difusión. Proponer el programa editorial así como la promoción de la edición y publicaciones diversas; establecer las relaciones y atenciones necesarias con los distintos representantes y funcionarios de los diferentes medios masivos de información a fin de difundir oportuna y verazmente las actividades de la Secretaría y en lo general atender las funciones administrativas y fiscales propias de su cargo.

III. F EL CONSEJO EDITORIAL:

Que se encuentra formado por el Jefe de la Unidad de Historia y Cultura Naval, un representante del Estado Mayor de la Armada, el Secretario Particular del Secretario de Marina, un representante de la Dirección General de Programación y Presupuesto, y el Director General de Comunicación Social; es el responsable de que las políticas, lineamientos y criterios emitidos por el Secretario de Marina sean aplicados en los contenidos de las publicaciones que edita la Dirección General de Comunicación Social, emitiendo a su vez la opinión sobre la integración del contenido de las publicaciones.

333. G LA DIRECCION TECNICA Y DE INFORMACION:

Tiene a su cargo el monitoreo, análisis y evaluación de la prensa, radio y televisión y de la información documental, captando lo proveniente de los distintos medios de comunicación sobre la Secretaría, las dependencias y entidades que con ella se relacionan; emitir los textos de los boletines, guiones y documentos para prensa, cine, radio y televisión, así como proporcionar el material fílmico, fotográfico y de grabación de las actividades de interés sobre la Institución, y las intervenciones públicas de sus funcionarios. Elaborar la síntesis informativa procurando su oportuna distribución a los funcionarios de la Institución; integrar un archivo de información periodística de las noticias de interés para la Secretaría y sus funcionarios, exhibe y transmite, dentro de los tiempos disponibles y con el apoyo de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, los programas y promocionales que elabore la propia Secretaría.

333. H LA DIRECCION DE EDICIONES GUBERNAMENTALES:

Tiene a su cargo la realización del programa editorial que aparece en el contenido de la Revista de la Secretaría de Marina, que es el órgano oficial de difusión de la institución. Establece los mecanismos de coordinación con las diversas dependencias de la Secretaría y presta asesoría editorial para llevar a cabo la edición

de publicaciones oficiales de la dependencia, apoyando la edición de temas científicos técnicos y operativos de la Secretaría. Cubre gráficamente los eventos, actos y reuniones proporcionando el material para la edición de las publicaciones.

Asimismo, en esta dirección se crean láminas de presentación, logotipos, carteles, folders y carpetas así como el material de diseño gráfico para la comunicación social y de difusión de la Secretaría.

III. 1 LA DIRECCION DE RELACIONES PUBLICAS:

Planea, dirige, coordina y evalúa actividades de desarrollo personal, eventos especiales y culturales; promueve e incrementa las relaciones públicas dentro de la Secretaría y con sus diferentes sectores: Público, privado y social que sean de interés para la institución. Coordina las giras de trabajo y los eventos oficiales, sociales y culturales en que participan las altas autoridades; integra y mantiene actualizado el directorio de los funcionarios de la dependencia, así como de entidades e instituciones, organismos y sectores públicos y privados relacionados con la Secretaría. Organiza y coordina la distribución de las publicaciones a las diversas unidades administrativas y entidades que así lo requieran.

399. 7 SUBDIRECCION ADMINISTRATIVA:

Es la encargada de las actividades de contabilidad, control presupuestal, personal, servicios generales, correspondencia y archivo de la Dirección.

Como podemos observar la Dirección de Información y Relaciones Públicas, no solamente cambió el nombre a Dirección General de Comunicación Social, sino que cambió toda su estructuración y organización, así como sus funciones dándole a la comunicación un mayor auge.

Al inicio de la presente administración, la Unidad Independiente de Ediciones Gubernamentales pasó a depender de esta Dirección por lo que su función se hizo más extensa como se ha observado en páginas anteriores ya que actualmente, amén de realizar la revista, se le ha encomendado la realización de folletos, carteles -relativas a fechas conmemorativas de la marina nacional-, etc., que la han hecho acreedora a ocupar un lugar preponderante entre las publicaciones del sector público.

Por otro lado, su relevancia se debe también a la organización del concurso de pintura infantil "El Niño y La Mar", que se hace con la finalidad de despertar en la niñez mexicana una conciencia de la importancia que tiene el mar, esto se hace a nivel nacional.

Este concurso de trascendencia cultural es una de las tareas que con mayor empeño realiza esta Dirección, a través del área de Relaciones Públicas, que es la encargada directa de su organización, ejecución y proyección, con el apoyo de las demás áreas y de la Unidad de Promoción Voluntaria de la Secretaría de Marina.

En el área técnica y de información, se ha dado tal impulso que emite uno o dos boletines diarios a los diferentes canales de información de la capital de la República en los que se incluye la difusión de los eventos y actividades en todas las áreas que maneja la propia Secretaría y la Armada de México, además de los promocionales de radio y televisión que también ha mejorado su calidad y aumentado su producción.

Con ello, se trata de proyectar la mejor imagen de la Secretaría a través de los medios masivos de información, procurando crear una conciencia marítima, especialmente en la niñez y juventud mexicana, estableciendo un proceso general de producción de mensajes, normas y criterios que lo regulen para un mejor funcionamiento, una coordinación normativa técnica, que asegure el logro de sus objetivos y metas, por medio de la continua evaluación de los resultados parciales y finales.

El conocimiento de los públicos y de los medios permiten

de una forma u otra mantener una relación más estrecha con lo que el gobierno comunica.

Sin embargo, a pesar que se trata de salir adelante, no podemos decir que se cumple totalmente con la comunicación social, ni que estén ausentes necesidades y errores.

"Tradicionalmente quienes están en el poder han controlado la comunicación para lograr sus metas, por ejemplo, mantenerse en él. Los jefes políticos, despotas y democráticos por igual, tienden a manejar la información entregada a los habitantes."⁷

Es verdad que las Direcciones de Comunicación Social deben de constituir un apoyo al gobierno, pero principalmente deben ser un reflejo de su institución.

Lo cual no es fácil lograr, al menos en esta área, ya que el mexicano no tiene conciencia aún de lo que significa, ni la importancia que tienen los 10 mil kilómetros de litorales y casi 3 millones de km² de zona económica exclusiva que son custodiados por la Armada de México, originándose en el mar una de las entradas más grandes de divisas que tiene el país -petróleo en el mar, turismo y recursos pesqueros, entre otros-.

7 Reed H. Blake, TAXONOMÍA DE CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN, México, El Ateneo, 1984, pág. 50

Así tenemos, que la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Marina cumple con su cometido, aunque no en el nivel deseado, ya que sus carencias aparte de notorias, son importantes y no es posible esperar una óptima imagen de la dependencia y de sus actividades, cuando el presupuesto para ello es tan exiguo.

CAPITULO IV

PROPUESTA

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

IV PROPUESTA

Como hemos visto, la Dirección General de Comunicación Social tiene sus funciones bien definidas, sin embargo, debido a una serie de carencias, ya sea de personal calificado y/o de material, e inclusive económicos, ha tratado de cumplir con los objetivos marcados.

De ahí deviene el adjetivo de Funcionalidad, pues hace uso de lo disponible para efectuar sus cometidos como lo es, la difusión permanente, es decir que independientemente de cubrir las fechas conmemorativas para la Secretaría de Marina-Armada de México, realiza una serie de promocionales en apoyo a la política gubernamental sobre el área que le compete: vigilancia de litorales y mar patrimonial, así como las investigaciones oceanográficas, entre otras.

Cabe señalar que en los últimos seis años se ha logrado abarcar una difusión permanente a nivel nacional, tanto en radio y televisión como en diarios, de tal forma que se rompió con la barrera local, con el fin de dar a conocer a la Institución y sus actividades.

En lo referente a radio y televisión, la difusión se mide por medio de los promocionales que se transmiten.

a través de éstos medios de comunicación masiva, que es a nivel nacional: se lleva un control sobre las pautas de tiempos oficiales con su tiempo de vigencia y los impactos emitidos en ese lapso.

En lo relacionado a prensa, se lleva un control estricto sobre los boletines que emite la dependencia, así como su publicación oportuna en los principales diarios de la capital: matutinos y vespertinos.

Asimismo, se revisa aquella información que se refiere a la Secretaría de Marina que no es emitida por la Dirección y que es clasificada como información de corresponsal.

También se lleva un control sobre la información que sale en las revistas y diarios de provincia, esto es con el fin de abarcar todos los medios posibles de información para verificar si la difusión se está llevando a cabo adecuadamente.

Mensualmente, se realiza un informe sobre la información que sale a la luz pública y se evalúa en positiva y negativa:

Se hace un listado de los periódicos, se apunta el número de notas y se calcula la dotación de tiempo.

En esta misma área en grupo radiofónica; se anota el grupo, número de estaciones que tiene, notas emitidas por estación, notas por grupo, tiempo por estación y el tiempo global.

También se monitorean los programas o reportajes que se le dedican a la Institución, en los diferentes canales televisivos y estaciones radiofónicas:

En televisión, se monitorean los canales 2, 4, 5, 7, 11, 13 y 22, se lleva un control sobre las notas emitidas y su duración, abarcando las entrevistas que se le realiza a personal militar (que especialmente son egresados de la Heroica Escuela Naval Militar), así como los reportajes.

Por otro lado, los promocionales son reforzados con material impreso que se distribuye a las escuelas primarias y secundarias del país, a los medios de transporte

colectivo, bibliotecas y dependencias gubernamentales; amén de dar periódicamente conferencias en escuelas, preprimarias, primarias, secundarias y preparatorias, con el fin de brindar una información adecuada sobre la Institución y sus actividades.

Por medio de las evaluaciones periódicas que se realizan en la Dirección General de Comunicación Social de esta Secretaría se manifiesta de manera general, que cumple con los objetivos marcados, como lo vimos en el capítulo anterior, sin embargo, tiene algunas deficiencias tanto externas como internas.

Para lograr una mejor imagen externa es necesario corregir las anomalías internas, por lo que consideramos que se debe de contar con personal especializado en cada una de las áreas que la conforman.

Las direcciones deben estar encabezadas por personal profesional, que posea los conocimientos de las ciencias de la comunicación, ya que por medio de éste podrá proyectar una imagen más sólida de la institución y desarrollará sus funciones con mayor objetividad.

Hemos visto, en el transcurso de seis años que se ha intentado una homogeneización del trabajo, sin una preparación previa, y el resultado ha sido subjetivo, por ello, consideramos necesario una capacitación periódica del personal, sobre todo al de recién ingreso.

Otro de los puntos importantes que se le debe poner también atención, es la instrucción militar del personal de procedencia universitaria, pues debido a su trayectoria educacional se le dificulta aceptar la política y disciplina que rigen a ésta dependencia.

IV. A. CAPACITACION MILITAR AL PERSONAL DE EXTRACCION UNIVERSITARIA

La Secretaría de Marina, por su mismo desarrollo tiene la necesidad de contratar personal profesional de las diferentes carreras: medicina, arquitectura, psicología, sociología, derecho, químicos biólogos, economía, entre otras, y específicamente en nuestra área de estudio, profesionistas y técnicos de la comunicación, formadores, diseñadores gráficos, etc.

Este personal al ingresar como militar forma

parte de los núcleos de los servicios, por lo que se les debe proporcionar los conocimientos básicos necesarios de la doctrina militar, con la finalidad de que conozcan el papel que juegan dentro de una institución militar y cuales son sus derechos y obligaciones.

En la Armada de México existen dos clases de núcleos, uno que pertenece a los cuerpos*, y está constituido por personal profesional militar procedente de las respectivas escuelas de formación de la misma. El de los servicios está formado por personal profesional procedente de las respectivas escuelas de formación de la Armada o de las escuelas o instituciones educativas del país.¹

También se consideran como servicios a las agrupaciones especializadas que tienen como propósito y finalidad coadyuvar a satisfacer las necesidades de vida y operación de los mandos y sus auxiliares, y de las tropas de combates, mediante el desempeño de toda clase de actividades administrativas**, cada cual de acuerdo a su especialidad.

* Cuerpos: Los forman los egresados de la H. Escuela Naval Militar (Cuerpo General, Ingeniero Hidrógrafo y Piloto Aviador)

1 cfr. *Compilación Jurídica. LEY ORGANICA DE LA ARMADA DE MEXICO* Cap. II. Cuerpos y Servicios, Secretaría de Marina.

** Actividades Administrativas, son esencialmente las logísticas, las de personal y las de asuntos civiles y gobierno militar.

IV.A. 1. CURSO DE INTEGRACION AL MEDIO MILITAR

En toda organización militar es un requisito fundamental para el logro de los objetivos finales, disponer de la cohesión de hombres y unidades para un esfuerzo unificado.

La unidad de conducta constituida por la voluntad e intenciones de cada uno de los hombres, permite orientar el esfuerzo en una sola dirección garantizándose la unificación por medio de la disciplina militar que a diferencia de otras, asegura la pronta obediencia, se obtiene una conducta confiable y predecible que garantiza la continuidad de las acciones, incluyendo el caso de faltar órdenes.

Y para lograr esto, se considera necesario el siguiente adiestramiento general que se imparta durante un mes a todo aquél personal que se contrate como militar, sin importar el nivel de escolaridad.

RUTINA

DE LUNES A VIERNES

<u>07:30</u>	<u>HORAS</u>	<u>LISTA</u>
07:30 - 07:50	"	DESAYUNO
07:55 - 08:00	"	IZAR BANDERA
08:15 - 13:00	"	ENTRENAMIENTO
13:00 - 13:30	"	COMIDA
13:30 - 14:00	"	DESCANSO
14:00 - 16:00	"	ENTRENAMIENTO
16:00 - 16:15	"	LISTA Y LECTURA DE LA ORDEN
16:20	"	SALIDA

SABADOS

<u>07:30</u>	<u>HORAS</u>	<u>LISTA</u>
07:30 - 07:55	"	DESAYUNO
08:00 - 08:15	"	IZAR BANDERA
08:20 - 12:50	"	ENTRENAMIENTO
12:50 - 13:00	"	LISTA Y LECTURA DE LA ORDEN
13:10	"	SALIDA

Alcances del Entrenamiento;

- Instrucción militar que contempla marcha de formación, saludo, etc.
- Defensa personal.
- Leyes y reglamentos, dentro de este punto, independientemente de preparar al personal con las bases de la doctrina militar, se le debe dar a aquél que se contrata con rango jerárquico (grado) una preparación previa para dar órdenes.
- Tiro y conocimientos generales sobre armamento.
- Condicionamiento físico, entre otros.

Bandera

Es necesario que se realice este tipo de ceremonia para conocer la importancia que tiene el lábaro patrio para esta institución amén de poseer el conocimiento de las actitudes que se deben de tomar ante ellos, como parte del adiestramiento militar.

Lectura de la Orden

Es con la finalidad de que el personal en instrucción o curso

de adiestramiento se vaya familiarizando con la lectura de la orden, ya que es un documento legal por medio del cual se informan de manera general las disposiciones y órdenes del Mando a todo el personal que constituye una unidad militar.

IV.A.2 CÓDIGO ÉTICO PROFESIONAL

Considerándolo como el conjunto sistemático de principios, normas y reglas de conducta, establecidas por y para el grupo de profesionales, servirá de guía para cada uno de sus integrantes.

Las reglas se encuentran contenidas en las leyes, reglamentos, circulares y disposiciones vigentes a la institución, así como también en todas aquellas costumbres, tradiciones y reglas no escritas que regulan los actos y orientan la conducta del profesionista militar, como servidor de la sociedad.

El código ético requiere de integridad completa, tanto en palabra como en acción por parte de todos los miembros de una organización militar, cada uno, independientemente de su cargo y jerarquía debe tomar su posición con responsabilidad.

La integridad profesional, es la clave que formaliza el código. El honor de una persona significa que mantiene una alta norma de su comportamiento personal, en toda situación y circunstancias.

IV.A.3. DISCIPLINA MILITAR

Generalidades

Son los lineamientos de conducta que rigen al personal militar dentro y fuera de la institución que antepone en toda acción el respeto y un alto concepto del honor, de la justicia y de la ética. El personal de la Armada está obligado a observar un comportamiento digno y respetuoso de los derechos de las personas en su trato con la población civil.

La disciplina básicamente se rige por castigo (arresto o correctivo disciplinario), obediencia y autocontrol.

El concepto castigo se usa frecuentemente, por la sanción que recibe un militar al violar alguno de los preceptos reglamentarios o legales. La obediencia, sugiere el cumplimiento satisfactorio de una orden, y esta relacionada con la rapidez, exactitud y eficiencia; para los ojos ajenos al medio, se considera una actitud sumisa, situación errónea a su verdadero significado.

El autocontrol, es la actitud principal que debe - -

poseer todo aquél que se integra a una institución militar, ya que por medio de él infiere un alto sentido de responsabilidad personal y profesional.

La Ley de Disciplina señala: " La disciplina en el ejercicio es la norma a la que los militares deben sujetar su conducta; tiene como bases la obediencia, un alto concepto del honor, de la justicia y la moral, y por objeto, el fiel y exacto cumplimiento de los deberes que prescriben las leyes y reglamentos militares." ²

Dentro de la disciplina, el profesionista militar debe contemplar algunos puntos del "don" de mando, dado que por su nivel académico ingresará con cierto grado jerárquico, entre los que podemos destacar:

- Asumir la responsabilidad de sus acciones.
- Tomar decisiones oportunas.
- Dar un ejemplo de respeto y acatamiento de órdenes, para que cuando él ordene se le corresponda de igual manera por sus subalternos y tenga todo el derecho de exigir la obediencia. "Tan noble es mandar como obedecer, y mandará mejor quien mejor sepa obedecer."³

2. cfr. Ley de Disciplina del Ejército y la Armada Nacionales, México, 1987. Secretaría de Marina, COMPILACION JURIDICA, Disposiciones Generales, p.98. Cap. JJ, Lineamientos de Conducta, págs. 99-100.

3. Compilación Jurídica, LEY DE DISCIPLINA DE LA ARMADA DE MEX. p.98

Sin embargo también existen artículos que norman algunas órdenes, por ejemplo en el artículo de la mencionada Ley señala:

"Queda prohibido a los militares, cualquiera que sea su jerarquía, dar órdenes que sean contrarias a las leyes y reglamentos que lastimen la dignidad o decoro de sus inferiores, o que constituyan un delito...⁴

Lo que significa, que el profesionalista militar debe tomar pleno conocimiento de sus derechos, obligaciones y limitaciones para poder conocer la política que se maneja en la institución y evitarse sanciones o llamadas de atención, que de alguna manera repercutirán en su imagen ante la gente que tiene bajo su responsabilidad u órdenes.

IV.B. CAPACITACION PARA EL PERSONAL DE COMUNICACION SOCIAL

Dado que la Dirección de Comunicación Social es la encargada de crear y mantener la imagen permanente de la Secretaría de Marina-Armada de México ante el público, su personal debe estar lo mejor preparado posible en sus funciones y deben contar con los conocimientos generales de las actividades que realiza la institución, pues son los que en un momento determinado, tendrán que proporcionar información confiable ante quien lo solicita, y depende de ello, la concepción que se forme la gente sobre la dependencia.

En este capítulo, no tratamos de describir nuevas áreas de especialización, sino de aplicar las más adecuadas que ofrezcan una formación más sólida, necesaria y sobre todo que esté acorde a las exigencias de la realidad.

IV. B.1 EDICIONES GUBERNAMENTALES

Como es el área donde se elaboran las publicaciones de carácter informativo de la Secretaría, su personal debe tener una preparación adecuada a las funciones que desempeña, o desempeñará de acuerdo al departamento que se le asigne.

Departamento Editorial

Es el área donde se clasifica el material que se publica en la Revista Secretaría de Marina, independientemente de cualquier otra publicación que se haya solicitado. El personal debe manejar a la perfección los conceptos militares, revizar cuidadosamente el contenido de cada una de las notas o artículos seleccionados para su publicación, vigilar la redacción de las diferentes secciones que conforman la revista, con la finalidad de que en ningún momento se tergiversa la política de la dependencia ni de la revista misma.

Este personal debe prepararse en:

- *Corrección de estilo*
- *Corrección de galeras*
- *Cabecear notas (encabezados), etc.*

Asimismo, este departamento tiene bajo su responsabilidad el archivo fotográfico de la dirección de área por lo que cualquiera de su gente debe conocer el manejo del mismo.

Departamento de Producción

En él se elabora el material para la revista. Es importante que su personal sepa hacer notas informativas, reseñas, reportajes e inclusive editoriales, aunque éstos sean función del director de la revista.

Otra de sus funciones es reportear las diferentes actividades que realiza la institución.

Cabe mencionar que en ambos departamentos la función

del periodista es básica, pues debe demostrar que, lo que asimiló en las aulas, lo puede desempeñar seguro y con la responsabilidad que se requiere para estas funciones.

Departamento de Arte y Diseño

El personal de esta área debe contar con los conocimientos básicos del diseño gráfico, pues es donde se forma la revista, carteles, libros, señales, etc.

Aunque existen formatos establecidos, ellos deben demostrar una creatividad constante de acuerdo con la imagen de la institución.

El dibujo, es otra de sus actividades para la realización de audiovisuales y originales de los diseños que se emplearán en serigrafía.

El personal contará con los conocimientos del diseño gráfico editorial, cálculo tipográfico, familia de tipos y nociones de la comunicación, pues juega un papel importante cuando se estudia a quién va dirigido el material (carteles, folletos, etc.).

Departamento de Serigrafía

En él se realiza la impresión de una a cuatro tintas sobre una amplia variedad de artículos y materiales de superficie plana: papel, cartulina, tela, vidrio, acrílico, madera, etc.

El personal debe saber todo lo relacionado con la sensibilización (emulsión sericrom), así como las diferentes tintas y mallas que se emplean en esta área, sus efectos y solventes que se ocupan.

IV. B. 2 TÉCNICA Y DE INFORMACION

Debido a que en esta dirección se elabora la síntesis informativa y los boletines de prensa básicamente, el personal que labora en ella debe tener conocimiento de sus funciones.

Departamento de Monitoreo, Análisis y Evaluación

El departamento contará con personal que se dedique especialmente al monitoreo de radio y televisión, el cual conocerá e identificará las diferentes estaciones y horarios de los noticieros de los mismos.

Es conveniente que se realice en dos turnos para evitar el agotamiento físico y mental. En caso de que se transmita un programa o noticia de la institución después de las 21:00 horas, se recomienda que se haga una relación de guardias, con el fin de llevar un control oportuno.

Respecto al personal de análisis y evaluación, que son los que se dedican diariamente a revisar los principales diarios que se publican en esta ciudad, se le enseñará a detectar las notas referentes a la Secretaría de Marina, Armada de México, y todo lo relacionado con el mar nacional e internacional, y aquello que se maneje a nivel político de la institución, así como todo lo de interés general.

Es un trabajo rutinario, por lo que es necesario que el personal se alterne periódicamente: monitoreo y análisis.

Al personal de recién ingreso se tiene que preparar adecuadamente para que no cometa errores y retrase la entrega de la síntesis, ya que debe estar a las 08:00 horas en la oficina del Ministro de Marina con la revisión previa del director general de Comunicación Social.

Se le dará una explicación amplia y clara sobre

los pasos que deben llevar a cabo para el monitoreo, recorte y formación de la síntesis.

Departamento de Prensa, Radio y Televisión

Se recomienda que funcione "independiente": Prensa se encarga de recibir toda la información de lo que sucede dentro y fuera de la dependencia -zonas y sectores navales- por medio del Estado Mayor de la Armada y de la Jefatura de Operaciones Navales, y emite los boletines a los diferentes diarios de la ciudad.

Radio y Televisión

Se propone que se maneje a nivel de subdirección de área, por las funciones que desempeña, pues es la encargada de producir el material fílmico de la institución, su personal de base debe tener una preparación de técnico en comunicación, ya que tiene bajo su responsabilidad el equipo de cámaras, mezcladoras, videocassetteras, computadoras, grabadoras, monitor, consola, tornamesa, etc.

Cabe señalar que al personal operativo, se le debe dar una instrucción previa de cómo manejar cada uno de los aparatos.

Dentro de la preparación se debe contemplar:

- *Elaboración de guiones para programas y promociones en radio, televisión y cine.*
- *Elaboración y producción de guiones de videocasette sobre temas relacionados a las actividades que desempeña la Secretaría de Marina en ambos litorales de la República, así como las labores que realizan cada una de las direcciones generales que conforman la institución.*
- *Elaboración de audiovisuales dirigidos a niños de educación básica y secundaria, que sean emotivos y despierten realmente una conciencia marítima.*
- *En el caso de cubrir las actividades del Secretario, enseñarle cuáles son las tomas que debe captar y las secuencias a seguir si se trata de actividades cívicas o graduaciones de cadetes.*

En términos generales, la capacitación del personal debe contemplar una explicación detallada de sus funciones y actividades, dentro y fuera de su área.

Departamento de Información Documental

El personal obtendrá los conocimientos básicos de archivo, con la finalidad de que seleccione adecuadamente la información documental para su pronta detección.

De acuerdo a la política de la Dirección, manejará la información interna y externa para su debida clasificación.

IV. B. 3 RELACIONES PUBLICAS

Esta dirección debe preparar a su personal con los elementos primordiales de las relaciones humanas para lograr una mejor atención, orientación e información al público en general con cortesía y buen trato, proyectando la mejor imagen de si mismos y de la institución a la que representan.

Departamento de Desarrollo Personal

El personal deberá contar con el conocimiento pleno de los programas y cursos que realizan las instituciones educativas sobre todo con las que la dependencia tiene convenio de este tipo; referente a temas de interés para el personal de la Dirección de Comunicación y la institución en general,

incrementando las actividades recreativas y creativas que motiven a un mejor ejercicio de sus labores.

Departamento de Eventos Culturales

El departamento debe contar con personal capacitado para coordinar con otras instituciones las necesidades técnicas para la presentación de eventos culturales.

Entre los conocimientos que debe poseer está iluminación, escenografía, sonido, etc.

Dentro de la capacitación se le darán los conocimientos idóneos para la selección de obras teatrales, es decir, este personal sabrá elegir cuidadosamente las obras que se presentarán a los pequeños de los CENDIS* de la dependencia, así como al personal militar y sus derechohabientes (familiares).

Tendrá la capacidad para manejar el intercambio cultural entre la institución y otras dependencias gubernamentales y educativas. Sabrá montar exposiciones, ya que tiene que ser de acuerdo a lo solicitado (orientación vocacional, marítima, deportiva, etc.).

* Centro de Desarrollo Infantil

Departamento de Eventos Especiales

El personal contará con los mismos conocimientos mencionados anteriormente y coordinará aquellos eventos oficiales donde sea requerido -firma de convenios educacionales con las secretarías gubernamentales, condecoraciones del personal de la institución, actividades de la Unidad de Promoción Voluntaria de la dependencia -así como actos y ceremonias que señale el calendario cívico, donde participe la Secretaría de Marina.

El personal de esta dirección tiene bajo su responsabilidad la imagen directa de la Institución con el público, por lo que su preparación para manejar las relaciones públicas internas -con el personal de la Secretaría de Marina- y las externas -con el público en general- deben ser óptimas.

IV. C. REESTRUCTURACION DE LA DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL

El proponer una reestructuración no significa que lo ya establecido esté obsoleto, por el contrario únicamente nos basaremos en mencionar algunas recomendaciones que coadyuven a un mejor funcionamiento interno que a su vez repercutirá en una imagen exterior más sólida, una personalidad permanente y no esporádica de la Secretaría de Marina ante el público.

IV. C. 1. FUNCIONES DE LA DIRECCION GENERAL

Independientemente de vigilar que se cumpla estrictamente cada una de las funciones que establece el Reglamento Interior de la Secretaría de Marina para esta Dirección, debe velar por que el ejercicio de la comunicación se lleve a cabo en todas las actividades que realiza la dirección a su cargo.

Responder ante el Titular del Ramo de la eficiencia en el logro de las metas asignadas a su Dirección y que en ella se sigan los lineamientos que se establezcan.

Contará con los conocimientos básicos de la comunicación, pues por medio de ellos puede discutir aquellas disposiciones que no convergan a la imagen de la institución.

Coordinar las ruedas de prensa con el Secretario.

Dentro de sus funciones como Presidente del Consejo Editorial, no debe de permitir que el contenido de las ediciones se maneje por preferencias, que las políticas, lineamientos y criterios emitidos por el Secretario de Marina, sean correctamente aplicados en los contenidos de las publicaciones.

Otra que esta entre las más importantes, es establecer

y mantener relaciones con los representantes y funcionarios de los medios masivos de información, ya que por medio de ellos, se obtendrá una difusión oportuna y veraz de las actividades de la Secretaría de Marina, Armada de México.

Evaluar los efectos y resultados de los servicios de información, difusión y relaciones públicas proporcionadas, a fin de mejorar.

En coordinación con los directores de área, evaluará permanentemente la estructura y el funcionamiento general de la Dirección y propondrá en su caso, los sistemas y modificaciones que permitan elevar su eficiencia.

Cumplirá y hará cumplir al personal de la Dirección las disposiciones, normas y reglamentos vigentes en la Secretaría.

IV. C.2. FUNCIONES DE EDICIONES SUBGUBERNAMENTALES

(DIRECCION DE PUBLICACIONES)

Empezaríamos cambiándole el nombre a Dirección de Publicaciones, debido a que únicamente se dedica a las publicaciones de la Dependencia y no de varias instituciones.

NOTA: No se menciona el Consejo Editorial, porque quedaría conformado como se encuentra.

Así, se encargará de realizar el programa editorial que aparece en el contenido de la Revista de la Secretaría de Marina, Órgano oficial de difusión de la institución, así como proponer artículos de interés general que ayuden a fomentar la cultura del lector, la actualización del conocimiento sobre los avances tecnológicos y científicos que conlleva al desarrollo del país, independientemente de mantener una comunicación permanente con las diversas dependencias de la Secretaría con el fin de mantener la información actualizada de los logros que se obtienen.

Prestar asesoría editorial a todas aquellas ediciones oficiales que se presenten para su publicación, apoyando los temas científicos, técnicos y operativos de la Secretaría.

Editar las publicaciones de carácter informativo del ramo y publicar las memorias e informes de trabajo.

Cubrir los eventos, actos y reuniones de la institución, como aquéllas que estén relacionados con el ámbito naval militar.

Crear y proponer láminas de presentación, logotipos, carteles, carpetas, formatos -folletos-, y el material de diseño gráfico para la comunicación social y de difusión de la Secretaría.

Deberá tener actualizado su propio archivo fotográfico, que además, de contar con todo lo relacionado al ámbito naval, deberá integrar el material necesario sobre las disciplinas de la ciencia y tecnología entre otros.

IV. C.3. FUNCIONES DE TECNICA Y DE INFORMACION

Debido a la doble función que desempeña esta Dirección debe dividirse en Prensa y, Radio y Televisión coordinadas entre sí, quedando de la siguiente manera:

PRENSA. Continuará a cargo del monitoreo, análisis y evaluación de prensa, radio, televisión y de la información documental, en lo concerniente a la institución, así como de las dependencias y entidades que con ella se relacionan.

Dentro de la recopilación, análisis y proceso de la información de los diferentes medios de comunicación también debe abarcar aquellos acontecimientos de interés para la Secretaría.

Emitir los boletines de prensa.

Coordinar con la Dirección General y la de Relaciones Públicas, la política de comunicación social de la institución - -

y las relaciones con los medios masivos de comunicación de acuerdo con los lineamientos de la Secretaría de Gobernación.

Elaborar la síntesis informativa oportunamente para su adecuada distribución a los funcionarios de la dependencia.

Integrar un archivo de información periodística de las noticias de interés para la Secretaría y sus funcionarios.

Deberá contar con su propio archivo fotográfico sobre las actividades y operaciones que desempeña la Secretaría de Marina, Armada de México, en las zonas y sectores navales, especialmente de acciones contra el narcotráfico, pesca ilegal, auxilio a la población civil en zonas y casos de desastre e investigaciones oceanográficas, entre otras.

Coordinar con el director general las ruedas de prensa con el Secretario.

IV. C.4. FUNCIONES: RADIO Y TELEVISIÓN

Se encargará de realizar guiones y documentos para cine, radio y televisión, así como proporcionar el material fílmico y de grabación de las actividades de interés sobre la institución.

Promover las campañas de publicidad -promocionales- de fechas cívicas de la dependencia.

Realizar campañas de mantenimiento de imagen en medios masivos de difusión.

Exhibir los programas y promocionales que elabore la propia Secretaría por conducto de ésta Dirección.

Cabe mencionar que es necesario su independencia, relativa porque no estará aislada, sino que trabajará en conjunto con prensa y relaciones públicas, así como mantendrá una estrecha relación con la Dirección General por sus propias características, dado que ahí se elaboran desde los guiones, producción y edición final de audiovisuales, películas y promocionales.

IV. C. 5. FUNCIONES DE RELACIONES PUBLICAS

Una de sus principales actividades es la de promover e incrementar las relaciones públicas dentro de la Secretaría de Marina y sus diferentes sectores: público, privado y social que sean convenientes para la institución.

Promueve, organiza y lleva a cabo los eventos que impulsen la difusión de las actividades de la institución.

Coordina las giras de trabajo y los eventos oficiales, sociales y culturales en que participan autoridades representativas del sector.

En coordinación con prensa debe mantener una relación constante con los medios masivos de comunicación, abarcando los más posibles.

Continuará con la integración y actualización del directorio de los funcionarios de la dependencia, entidades e instituciones, organismos y sectores públicos y privados relacionados con la Secretaría.

Entre sus funciones, también se debe contemplar la participación de personal -en general- en cursos de actualización sobre los temas concernientes a las técnicas de la comunicación, comunicación social, elaboración de guiones, corrección de galeras, relaciones humanas y relaciones públicas, con la finalidad de mantener una mejor imagen tanto en la dependencia como de la dirección, ya que al contar con personal profesional y capacitado proyectará mayor presencia institucional, por lo que deberá tener una estrecha relación con las instituciones educativas que proporcionan este tipo de cursos.

La distribución de las publicaciones a las diferentes unidades administrativas y entidades que así lo requieran continuará bajo su responsabilidad, además de ser distribuida en las embajadas, bibliotecas públicas y secretarías estatales.

Promover y en su caso organizar seminarios y cursos sobre comunicación social a los diferentes niveles jerárquicos.

Fijar las políticas particulares y los procedimientos generales para el desarrollo de las actividades del personal de Relaciones Públicas.

Formular y llevar a efecto planes y programas de capacitación para el desarrollo y formación profesional del cuerpo técnico de la Dirección, a fin de prepararlo para tareas superiores.

IV. C.6. FUNCIONES DEL ADMINISTRATIVO

La subdirección administrativa tiene entre sus funciones: formular y revisar los programas presupuestales para atender los asuntos relativos a la integración, aplicación y ejercicio de las partidas de inversión y gasto corriente que determinen para esta Dirección General.

Indicar la formulación de documentos para la tramitación referente a las constancias de nombramientos, remuneraciones, altas y bajas, licencias y permisos del personal.

Planear, dirigir y controlar las adquisiciones necesarias para la Dirección.

- *Datos básicos del personal.*
- *Controlar la correspondencia y servicio de mensajería de la Dirección.*

Elaborar, revisar, registrar y tramitar los documentos tales como recibos de viáticos, pasajes y otros similares.

Formular, tramitar y controlar los asuntos relacionados con las adquisiciones.

Solicitar los servicios de mantenimiento y tramitar la baja de materiales y equipo de los bienes de la Dirección.

Diseñar y controlar las formas correspondientes al análisis del área administrativa y coadyuvar en la formulación del presupuesto programático de la Dirección.

En coordinación con el director general y los directores de áreas, promoveré los ascensos del personal civil y militar de acuerdo a las necesidades.

Como se puede ver, las actividades que realiza la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Marina son diversas que llevadas a cabo, con preparación y conocimiento darán mejores resultados.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de la investigación hemos visto cómo la comunicación esta presente en todas las relaciones humanas sean de producción, familiares, políticas o culturales.

Va en el principio de la historia, fue el trabajo en común -la actividad social fundamental- el que desarrolló el pensamiento y, por ende, originó el lenguaje. Por lo que no puede concebirse un hombre sin palabras ni una sociedad sin comunicación.

Nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente. No existe, la información por la información, se informa para orientar en determinado sentido. Comunicar es transmitir significados; difundir conocimientos, estados de ánimo, ideas, sentimientos o intenciones entre las personas.

A partir de la perspectiva de observación, descubrimos que los medios de difusión colectiva, además de mantener una estrecha y profunda relación con el conjunto múltiple y complejo de relaciones sociales que los enmarcan, también guardan una fusión privilegiada con las clases sociales que componen la formación social.

Así, el estado contemporáneo, ante la necesidad de

aplicar su política de dominación cultural paralelamente a su proyecto global de sometimiento social, se ve obligado permanentemente a crear y seleccionar las instituciones superestructurales más apropiadas para difundir e inculcar su racionalidad de dominación.

No existe disparidad entre el sistema de la comunicación colectiva en México y el sistema político mexicano, son elementos afines, conciliados, ensamblados, que se sirven recíprocamente, de tal suerte que no hay nunca conflicto entre el sistema de comunicación y el sistema político. El primero, sirve a los fines del segundo, ya sea explícitamente o implícitamente, basta advertir la manera en que se presentan las informaciones gubernamentales en la mayor parte de los medios.

De una manera u otra, hemos visto como la información se controla con el sistema de censura previa, incluso con el sistema de las consignas de inserción obligatoria en los medios, en los países de gobiernos totalitarios o de gobiernos de corte autoritario, en los que el poder se concentra en un sólo partido o en un grupo encaramado en la cúspide de la dirección política.

Para el sistema liberal, el comercio de las noticias en una democracia es libre y puede ser promovida por los particu-

largo, dejando al estado, a lo sumo, un papel de vigilante o subsidiario.

Dentro de la llamada responsabilidad social, que debe ser considerada como una propuesta, se trata de contemplar el hecho informativo no estrictamente en su carácter mercantil, así la noticia deja de ser una mercancía para convertirse en algo que tiene trascendencia en la vida de los ciudadanos y de las colectividades.

Dada la tecnificación de los medios o la explotación de la información de actualidad se puede hablar de tres niveles informativos: el primero es el servido por la radio y la televisión; el segundo es el propio de la prensa escrita, el más antiguo de los medios de comunicación de masas, y el tercero es el que llega a los espectadores de la televisión y de las salas de cine a través de las informaciones filmadas.

CUERPO JURÍDICO: Los planteamientos básicos de leyes, reglamentos, decretos y convenios referidos a la comunicación social que es posible identificar, según las áreas que abarcan, así como por los objetivos y las funciones que delinear, se ordenan en:

al Disposiciones que facultan a particulares para

ser propietarios de medios. Este grupo abarca el conjunto de permisos y concesiones dictados por el Poder Ejecutivo a través del diario oficial.

- b) Reglamentos y decretos que norman el funcionamiento técnico de los medios de comunicación.
- c) El conjunto de acuerdos y convenios que México ha suscrito en materia de legislación internacional.

Es cierto que la libertad de expresión y el derecho a la información es un derecho social, pero se debe ejecutar con responsabilidades, por lo que es necesario reglamentar, sobre todo el segundo, por una razón de orden político, y por que no, de orden democrático. Sobre todo en la televisión hemos visto que hay un fenómeno de concentración, la cual significa una intensificación de la unilateralidad de los mensajes.

Los usuarios mexicanos de la televisión vemos lo que un número muy reducido de personas quieren que veamos.

En este sentido, creo que es importante legislar sobre el derecho a la información para diversificar los orígenes de las concepciones del mundo que se nos ofrecen a través de

los medios de comunicación, y uno de los sentidos que debería tener dicha legislación sería pluralizar las fuentes de información a las que tenemos acceso, de tal manera que no sea sólo una o dos en el campo de la televisión, o unas 30 en la radio o 150 en el de prensa, ni algunas cuantas en las agencias informativas, sino muchísimas más, que sean representativas de los diversos segmentos de la sociedad.

También en el desarrollo de la investigación hemos observado la funcionalidad informativa de la comunicación social en la Secretaría de Marina.

El capítulo dedicado especialmente a esta institución ha sido muy importante para comprobar lo que la comunicación representa en esta dependencia gubernamental, que en los últimos años ha logrado ocupar un lugar importante dentro de la difusión.

Su presencia en los medios es cada vez mayor despertando el interés y conocimiento en la población por las actividades marítimas.

Y si consideramos los puntos que señala MacBride sobre las funciones de los medios, la Secretaría de Marina cumple con:

INFORMACION: Diariamente maneja de uno o dos boletines de

presa en los que da a conocer los acontecimientos donde esté involucrada tanto la Secretaría de Marina como la Armada de México.

SOCIALIZACION: Trata de construir un campo común de conocimientos en la población para que logren captar la problemática marítima y participar en su desarrollo -y protección- que obviamente es un problema social-nacional.

DEBATE Y DIÁLOGO: Con la participación de miembros de la Armada en diversos programas en radio como en televisión logra plantear por medio de temas navales la problemática sobre contaminación y explotación irracional de nuestros mares, a los cuales el público ha mostrado interés.

EDUCACION: Ya que su difusión transmite información válida para la adquisición de conocimientos del individuo, así como actividades de "lealtad y respeto a la patria".

PROMOCION CULTURAL: Por medio de diversos folletos, revistas e impresos que en general llevan un mensaje de inquietud intelectual.

El concurso "El Niño y la Mar", por ejemplo estimula la creatividad artística y la participación en los niños.

ESPARCIMIENTO: Por medio de eventos literarios, conciertos de la Banda Sinfónica o la participación de los grupos musicales de Marina, así como obras de teatro.

De esta manera logra contribuir en los medios de comunicación con los puntos más importantes a través de su Dirección General de Comunicación Social, que es la que se encarga precisamente de cumplir con lo mencionado anteriormente, que con una capacitación adecuada se logrará una imagen permanente de la institución.

Con ello, esperamos que tanto el egresado como el estudiante de comunicación por lo menos tenga una idea general de cómo funciona una dirección de comunicación social y cuando ingrese a una dependencia de este tipo no llegue con la mente en blanco y se sienta ajeno a lo que sucede a su alrededor.

De acuerdo a la experiencia adquirida en esta área, proponemos que el profesional de la comunicación desde sus inicios en la carrera tenga contacto con la realidad que le da una preparación extramuros.

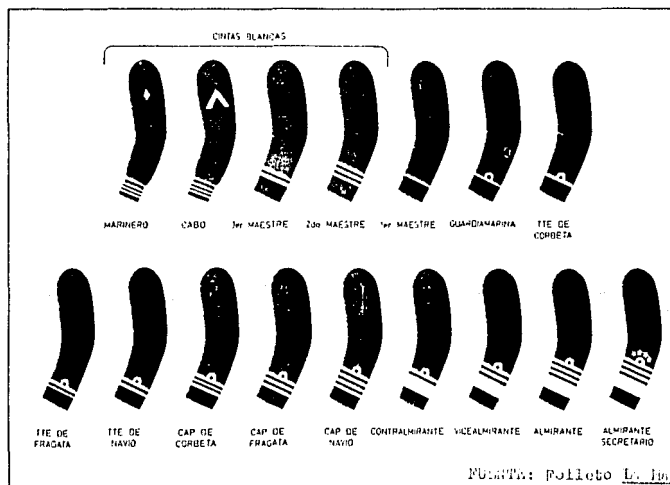
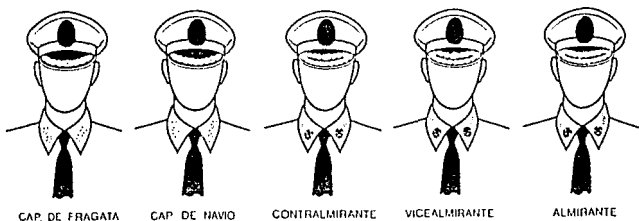
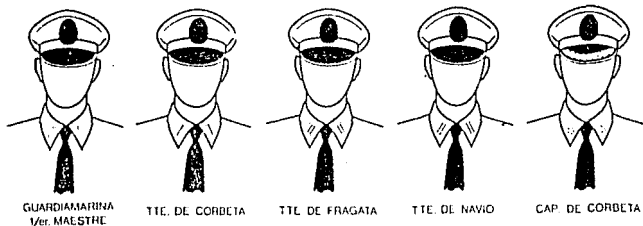
En la actualidad el perfil del profesional y el ejercicio de su trabajo que se han determinado como dominantes mediante la oferta de empleo profesional y técnico, se basan

en una fragmentación y especialización artificiales que corresponden más a las necesidades de las clases dominantes que a los requerimientos de los procesos productivos y a los fenómenos sociales que ocurren en una realidad de carencia para la mayoría de la población.

Y una gran verdad es que en nuestro país ha habido la tendencia a la formación de cuadros, principalmente en escuelas privadas, y sus egresados pasan a formar parte del personal de algunos medios como son la televisión y el radio. Con el monopolio del mercado de trabajo por algunas escuelas, está presente el problema de los egresados de la UNAM, quienes tienen pocas opciones de trabajo en los medios.

Educar para una profesión es preparar para el mundo del trabajo -aún en el caso de que, como en México, con frecuencia se destine al egresado al desempleo- y por lo tanto, participar en la producción o reproducción de las formas de división social y técnicas del trabajo, pero con la conciencia de buscar de alguna manera el cambio para que la comunicación social funcione como tal.

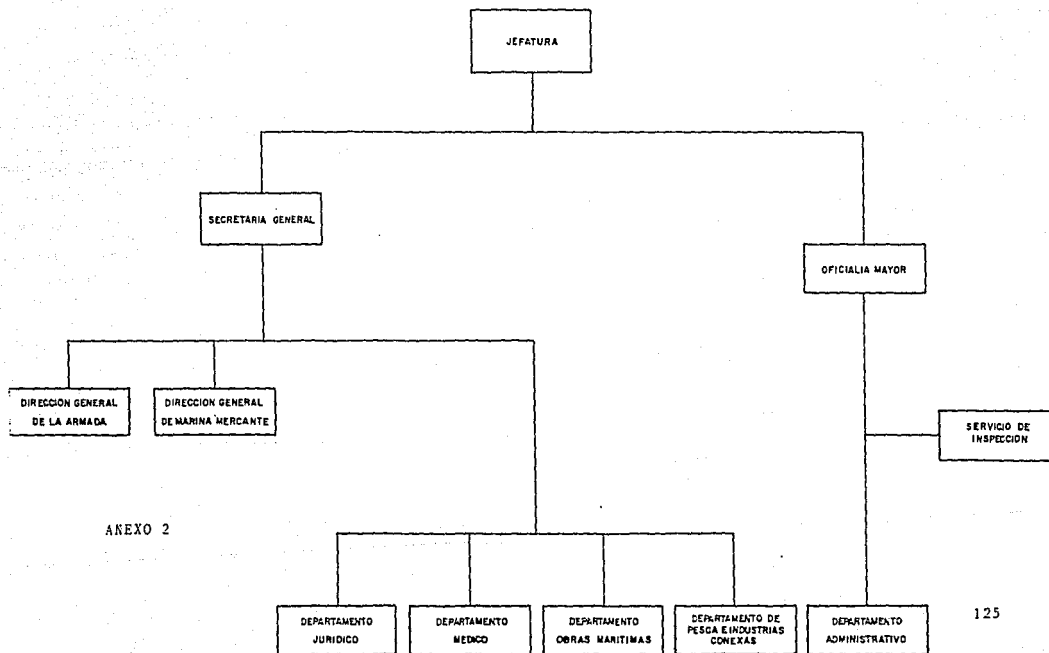
APPENDICE



FUENTE: Folleto L. 100

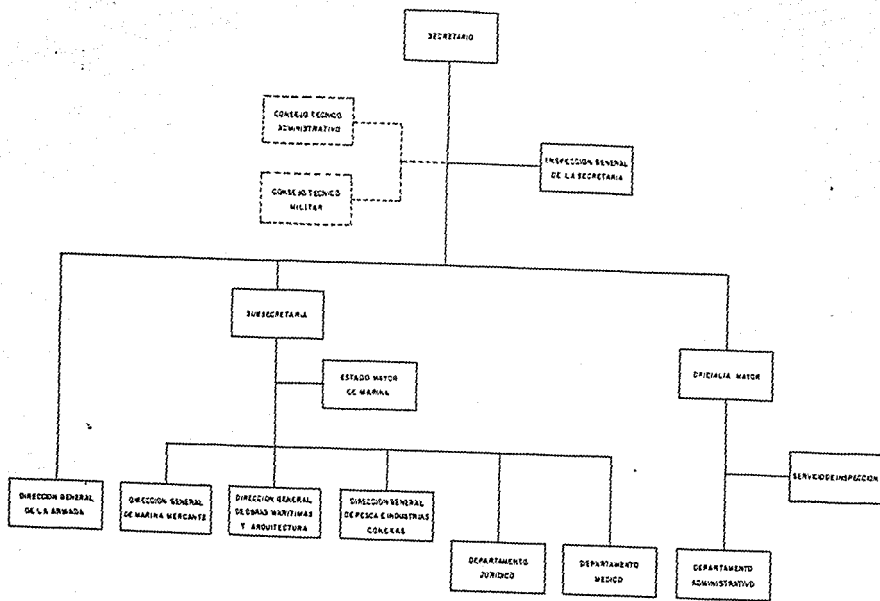
DEPARTAMENTO DE MARINA

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



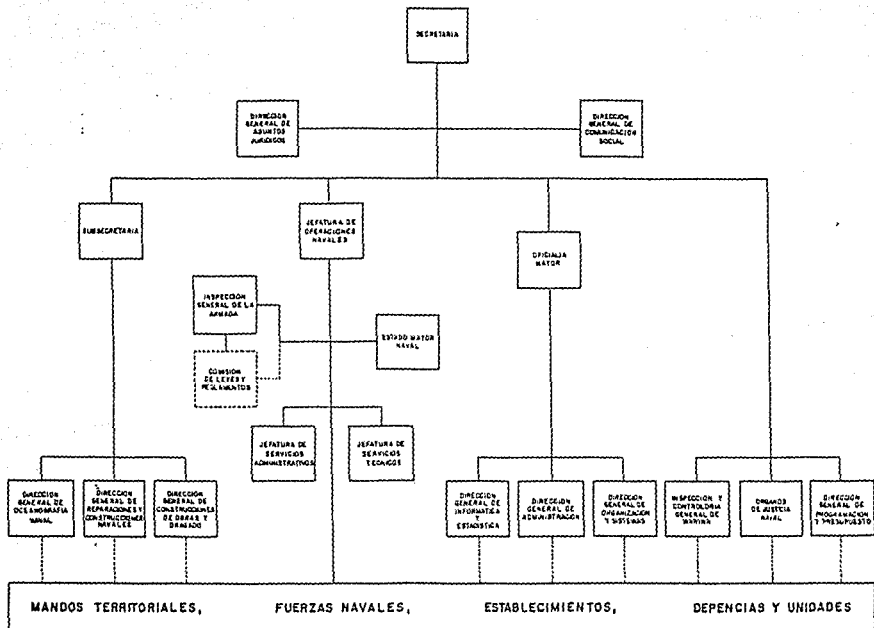
ANEXO 2

SECRETARIA DE MARINA
ORGANOGRAMA ESTRUCTURAL 1949



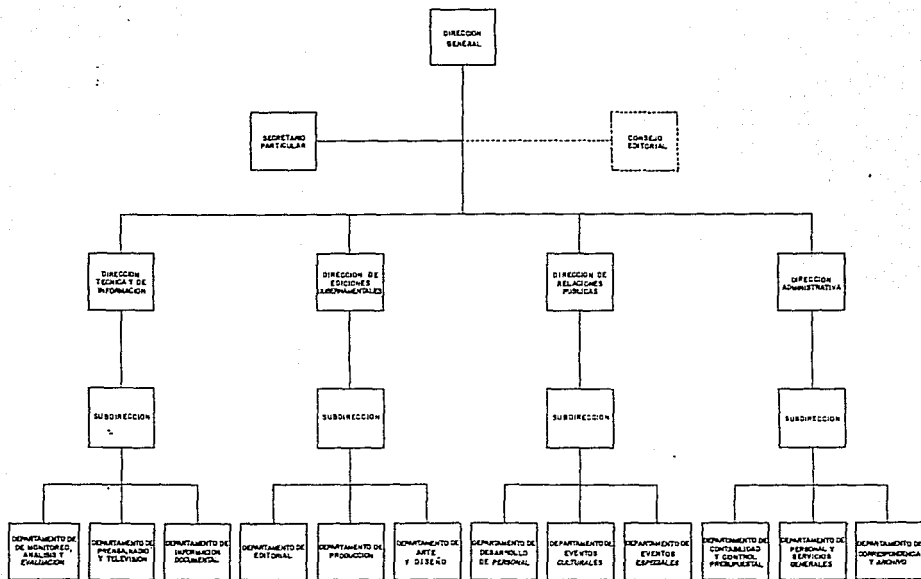
726

SECRETARIA DE MARINA
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



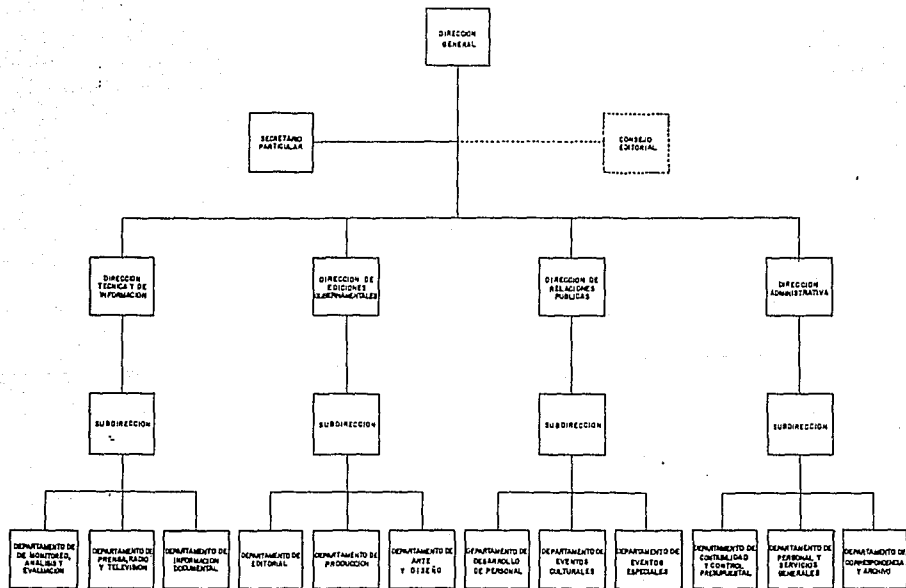
2.35

SECRETARIA DE MARINA
DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



627

SECRETARIA DE MARINA
 DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL
 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



129

BIBLIOGRAFÍA

1. A. Moles Abraham, Rohner Elizabeth. TEORÍA ESTRUCTURAL DE LA COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD. México, Ed. Trillas 1983.
2. Berlo K. David. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN. México, Ed. El Ateneo, 1981.
3. Blake Reed H. TAXONOMÍA DE CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN. México, Ed. El Ateneo, 1984.
4. Blecia José Manuel. REVOLUCIÓN DE LA LINGÜÍSTICA. México, Biblioteca Salvat, tomo 87, 1973.
5. Baena Paz Guillermina. ANÁLISIS POLÍTICO. Serie Comunicación, Centro de Estudios Políticos. F.C.P. y S. México 1984.
5. Beltrán Romiro Luis, de Corona Fox Elizabeth. COMUNICACIÓN DOMINADA, Estados Unidos en los Medios de América Latina. Ed. Nva. Imagen.
7. Biblioteca Salvat. LAS NOTICIAS Y LA INFORMACIÓN. España. Tomo 9, Salvat, 1974.
8. COMPILACIÓN JURÍDICA, Secretaría de Marina, México 1987.

9. Curran James, Gurevitch Michael, Wollacot Janet, SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económica 1981.
10. CONSTRUCCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. México 1987.
11. Claude Heller, PODER, POLITICA Y ESTADO, México, Edical, 1976.
12. Deutch Karl W. LOS NERVIOS DEL GOBIERNO, 2/da. ed. Buenos Aires Paidós 1971.
13. Esteva Gustavo. EL ESTADO Y LA COMUNICACION. México, Ed. Nva. Política, 1979.
14. Ferrer Rodríguez Eulalio. COMUNICACION Y COMUNICOLOGIA. México, Ed. Edefesa, 1980.
15. Fedmann Erich. TEORIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. Colección Estudios e Investigaciones, Buenos Aires Argentina, Ed. Kapeluzs, 1977.
16. Fernández Fátima. LOS MEDIOS DE DIFUSION MASIVA EN MEXICO. México, Juan Pablos 1984.
17. Granados Chapa Miguel Angel. EXAMEN DE LA COMUNICACION EN MEXICO. México, Ed. El Caballito, 1983.

18. Guajardo Honacio. ELEMENTOS DEL PERIODISMO. México, Gemika, 1982.
19. González Llaca Edmundo. TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA PROPAGANDA. México, Ed. Grijalbo 1981
20. Goded Jaime. 100 PUNTOS SOBRE COMUNICACIÓN DE MASAS EN MÉXICO. México, Juan Pablos, 1985.
21. J.L.M. Arreguín. SISTEMAS DE COMUNICACIÓN Y ENSEÑANZA. Area: Metodología de la Enseñanza Superior. Cursos Básicos No. 4. México, Ed. Trillas, ANUJES, 1983.
22. LA MAR, Secretaría de Marina. México 1988.
23. LEY ORGANICA DE LA ARMADA DE MEXICO, México 1986.
24. Mattelart Armand, COMUNICACION MASIVA Y REVOLUCION SOCIALISTA. México, Ed. Diogenes, 1980.
25. MacBride Sean. UN SOLO MUNDO, VOCES MULTIPLES. UNESCO, México 1981.
26. Moragas Spa de Miguel. TEORIAS DE LA COMUNICACION. Gustavo Gili, España 1981.

27. Madrid Esteiro Javier. LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CONSOLIDACION DE LA HEGEMONIA. CIESTEM. México, Ed. Nva. Imagen 1983.
28. Molinero César. LIBERTAD DE EXPRESION PRIVADA. España Textos de Periodismo, Ed. ATE 1981.
29. Méndez Antonio. COMUNICACION SOCIAL Y DESARROLLO. Facultad de C. P. y S. UNAM, México 1972.
30. M.L. DeFleur. TEORIA DE LA COMUNICACION DE MASAS. México, Paidós 1982.
31. MEMORIAS DE LA SECRETARIA DE MARINA. Diarios Oficiales e Informes de Labores de la Secretaría de Marina.
32. Prieto Castillo Daniel. RETORICA Y MANIFESTACION MASIVA. Ed. Edicol.
33. Paoli J. Antonio. COMUNICACION E INFORMACION. México. Ed. Trillas 1983.
34. Ponúa Pérez Francisco. TEORIAS DEL ESTADO. México, Ponúa 1984.

35. Secretaría de Marina. MANUAL DE ORGANIZACION DE LA DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL. México 1982.
36. Schramm Wilbur. LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA. México, Ed. Grijalbo 1982.
37. Toussaint Florence. CRITICA DE LA INFORMACION DE MASAS. México, Ed. Trillas 1986.

DOCUMENTOS

Diario Oficial 13/VII/1940

D.O. 7/VI/72

D.O. 10/VI/77

D.O. 11/III/86

Memorias de la Secretaría de Marina 1941

Informe de Labores 1978-79

Informe de Labores 1979-80