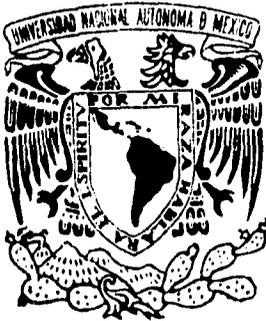


3  
2EJ



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS  
Y SOCIALES**

**PROPUESTA METODOLOGICA PARA  
LA ELABORACION DE MENSAJES  
INSTITUCIONALES EN EL SECTOR  
PRIVADO**

**T E S I S**  
**QUE PARA OBTENER EL TITULO EN**  
**LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE**  
**LA COMUNICACION**  
**P R E S E N T A**  
**LUIS GUILLERMO ALVARADO VAZQUEZ**

MEXICO, D. F.

1995

**FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON  
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 esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

## **AGRADECIMIENTOS**

**A MIS PADRES:**

**EN ESPECIAL, A MI PAPÁ**

**QUE ME HA ENSEÑADO**

**A RESPETAR Y A ADMIRAR**

**LOS VALORES QUE POSEE**

**EL SER HUMANO**

**¡GRACIAS!**

**A MIS HERMANOS:**

**EN ESPECIAL A MI HERMANA ALEJANDRA,**

**QUIEN CON SU TERNURA Y CARIÑO**

**ME HA ENSEÑADO A EXPRESAR MIS SENTIMIENTOS.**

**A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
QUE ME HA FORMADO CON VALORES SOCIALES Y CONCIENCIA CRÍTICA.**

**A MI DIRECTOR DE TESIS:  
LICENCIADO GERARDO GUIZA LEMUS, QUIEN ME IMPULSO EN TODO MOMENTO PARA  
LOGRAR MI TITULACIÓN.**

**A MIS SINODALES:  
MAESTRA NEDELIA ANTIGA TRUJILLO  
LICENCIADA VIRGINIA LÓPEZ VILLEGAS  
LICENCIADO HUGO SÁNCHEZ GOUDIÑO  
LICENCIADO LUIS FONSECA  
QUIENES AMABLEMENTE REVISARON Y CORRIGIERON MI TESIS.**

**A MIS ENTREVISTADOS PARA LA REALIZACIÓN DE LA TESIS:  
CARLOS SÁNCHEZ,  
ANGEL O'DOGERTHY M.  
ROSA MARÍA GARZA MOURIÑO  
GERARDO GUIZA LEMUS  
CARLOS ALFARO SÁNCHEZ  
XÓCHITL CALDERÓN RAMÍREZ  
RAÚL HUERTA LÓPEZ  
REGINA VERGARA RAMÍREZ  
JAIME GONZÁLEZ GRAF  
PEDRO TELLO VILLAGRÁN  
CARMEN LLORENS FABREGAT**

**A MIS PROFESORES DE LA CARRERA:  
LICENCIADA VIRGINIA LÓPEZ VILLEGAS  
DOCTOR CARLOS TORNERO DÍAZ  
MAESTRO JORGE CALVIMONTES  
DOCTOR FRANCISCO GÓMEZ MONT  
LICENCIADO ALFONSO MAYA NAVA  
POR SUS VALIOSAS ENSEÑANZAS Y CONSEJOS DURANTE MIS ESTUDIOS.**

**AL DOCTOR JORGE JAVIER CARAVEO ANDUAGA  
POR SU MOTIVACIÓN PARA REALIZAR MI TESIS.**

**AL LICENCIADO JAIME ALVAREZ  
POR SU APOYO EN MOMENTOS DIFÍCILES DE MI VIDA**

**A MIS AMIGOS:**

**JORGE HUGO SALAZAR MEZA, GERARDO UGALDE MARTÍNEZ, JUAN  
JOSÉ ORDOÑEZ, HUMBERTO YANINI, NICANDRO CÁRDENAS  
TOLEDO, ALFREDO RAMÍREZ TALAMANTES, JOHNY NIETO VÉRTIZ,  
JAVIER AMADOR BRETÓN, GERARDO DURAND ALCÁNTARA,  
ALBERTO PADILLA MONTOYA, JOSÉ LUIS GAYTÁN, RICARDO  
GONZÁLEZ, RUBÉN HERRERA GARCÍA DE LEÓN, FRANCISCO  
LÓPEZ GABINO, GERARDO GUIZA LEMUS, JUAN ANTONIO ARENAS,  
EDUARDO ZEPEDA MANRIQUE (QEPD)  
POR ENSEÑARME EL VALOR DE LA AMISTAD EN TODO EL SENTIDO  
DE LA PALABRA.  
¡GRACIAS!**

**A MIS AMIGAS:**

**DE TODA LA VIDA,  
ADRIANA GONZÁLEZ, LAURA GALINDO, GUADALUPE MANRIQUE,  
LAURA OCAÑA, MÓNICA RIVERO, MÓNICA MEDINA, MARISSA SAN  
MIGUEL, ENRIQUETA GODOY MENDOZA, GUILLERMINA ESCOTO,  
CRISTINA ROMÁN, IRMA ZUBIETA.**

**RECIENTES Y QUE QUIERO CULTIVAR SU AMISTAD,  
GUADALUPE FAJARDO, MÓNICA OLIMPIA DEVEUX, SILVIA ARRIAGA,  
PALOMA VERA GIL, AMÉRICA FIERRO, YOLANDA GARZA.**

**PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA  
ELABORACIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES EN  
EL SECTOR PRIVADO**

## INDICE

|  | Páginas   |
|--|-----------|
| <b>Introducción.</b>   |           |
| <b>Capítulo I - Contexto socioeconómico de México a principios de los noventa (1990-1993).</b> | <b>1</b>  |
| <b>1.1 Antecedentes</b>  | <b>2</b>  |
| <b>1.2 Década de los setenta</b>   | <b>4</b>  |
| <b>1.3 El cambio estructural de la economía mexicana</b>                                       | <b>5</b>  |
| <b>Capítulo II - Ideología del sector privado.</b>   | <b>12</b> |
| <b>2.1 Antecedentes</b>  | <b>12</b> |
| <b>2.2 Tesis del sector privado</b>  | <b>16</b> |
| <b>2.3 Tesis del sector industrial</b>   | <b>23</b> |
| <b>Capítulo III - Propuesta metodológica para la elaboración de mensajes institucionales.</b>  | <b>27</b> |
| <b>3.1 Consideraciones teóricas acerca de los mensajes</b>                                     | <b>27</b> |
| <b>3.2 Búsqueda y elección de información</b>  | <b>33</b> |
| <b>3.3 Elaborar un plan de contenido del mensaje</b>   | <b>38</b> |
| <b>3.4 Recursos para enriquecer el mensaje</b>   | <b>43</b> |
| <b>3.5 Ejemplo de elaboración de discurso</b>  | <b>55</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Capítulo IV - Entrevistas a expertos en la elaboración de mensajes institucionales.</b> | <b>61</b>  |
| <b>Capítulo V - Ejemplos de mensajes elaborados.</b>                                       | <b>93</b>  |
| <b>5.1 Mensajes de inauguración</b>  | <b>94</b>  |
| <b>5.2 Mensajes de clausura</b>  | <b>102</b> |
| <b>5.3 Ponencia</b>  | <b>108</b> |
| <b>5.4 Mensajes ante gobernadores</b>  | <b>117</b> |
| <b>5.5 Mensajes ante instituciones educativas</b>  | <b>127</b> |
| <b>5.6 Mensajes ante visitantes extranjeros</b>  | <b>130</b> |
| <b>5.7 Mensajes durante seminarios</b>   | <b>134</b> |
| <b>Conclusiones.</b>   | <b>138</b> |
| <b>Bibliografía y hemerografía.</b>  |            |

## **Introducción**

**El propósito de esta tesis es ampliar las posibilidades de otros campos de trabajo para el egresado de ciencias de la comunicación. Se busca que este tema abra las puertas hacia la fértil labor que representa la comunicación Institucional en lo referente a la realización de ponencias y discursos institucionales.**

**A finales de la década pasada y a inicios de los noventa somos testigos de un papel preponderante del sector privado en el modelo económico prevaleciente en el mundo actual. La globalización económica internacional, la descentralización de las paraestatales y bancos ha situado al sector empresarial en el centro de las actividades económicas de nuestro país.**

**Este proyecto de tesis, se inscribe como una propuesta de método para elaborar mensajes institucionales, ya que en la formación académica de nuestra carrera se adolece de alguna materia que muestre como redactar discursos y ponencias, y menos aún de carácter empresarial.**

**Por ello, en esta investigación se articulan estrategias para la construcción de mensajes tendientes a satisfacer las exigencias del sector empresarial.**

**Incluso en el mercado bibliográfico existe un enorme vacío para la redacción de mensajes institucionales, se cuenta con manuales muy generales para escribir discursos, o con recopilaciones y memorias de**

**mensajes empresariales. Pero en ninguno de los casos existe un método concreto para la realización de mensajes de esta índole.**

**La elaboración de discursos y ponencias para el sector privado necesita de una tónica general en su manejo ideológico, que exponga la importancia de la empresa en la vida social de la nación y promueva la participación privada en todas las áreas de la economía en que sea posible concurrir.**

**Este estudio está enfocado, en un momento coyuntural, como lo ha sido el inicio de la década de los noventa en México, que está pasando por un modelo económico neoliberal, con gran participación privada en la economía y con un Estado que interviene cada vez menos en las actividades económicas de nuestra nación. Sobre todo, será una investigación práctica que aporte una metodología para la elaboración de mensajes institucionales.**

**Esta tesis presenta algunas propuestas metodológicas utilizadas por profesionales que asesoran al sector privado para elaborar discursos o ponencias.**

**El trabajo inicia con una revisión del contexto socioeconómico actual y algunos de sus antecedentes, para ubicar al lector en los diferentes cambios sufridos en política económica en nuestro país, y conocer los lineamientos principales del modelo macroeconómico vigente.**

**El segundo capítulo aborda los principales planteamientos ideológicos del sector privado. Desde su impulso a la mayor participación de la iniciativa privada en la economía, la menor injerencia del Estado en estas actividades, hasta sus posturas sobre la educación, la familia y lo que llaman "valores trascendentes".**

**El tercer capítulo muestra una propuesta metodológica personal para la elaboración de estos discursos; desde la búsqueda de información, la elaboración de un guión, la redacción y algunas herramientas útiles que ayudarán a hacer más fácil este trabajo.**

**Las opiniones expresadas por expertos en la elaboración de estos mensajes, constituye el tema del capítulo cuarto. Aquí conoceremos los puntos de vista de sociólogos, comunicólogos, historiadores y economistas que se han dedicado en su vida profesional a realizar discursos y ponencias. El hecho de conocer diferentes opciones metodológicas en este aspecto, ayudará al lector a encontrar más recursos y elegir los que a su juicio y estilo en la redacción le sean más útiles.**

**El capítulo quinto aborda ejemplos de discursos y ponencias presentadas en diferentes eventos y foros. Lo cual ayudará de manera significativa a tener un ejemplo como base para la elaboración de algún discurso.**

**Al referirnos a los mensajes institucionales estamos entrando en una categoría muy amplia de posibilidades como pueden ser: boletines, declaraciones y entrevistas de prensa; publicaciones periódicas; discursos y ponencias, entre otros.**

**Es importante aclarar que en esta tesis, el término "mensaje" servirá para nombrar indistintamente a un discurso o ponencia. Definamos lo que es un mensaje institucional del sector privado en esta investigación.**

**Para definir lo que es un mensaje institucional se requiere conocer que significa un mensaje, y que es una institución. Por mensaje entendemos un conjunto ordenado de símbolos, de información. En tanto, por institución sabemos que es todo lo establecido en la sociedad, y cada institución puede tener un grupo de valores propios que le distinguen de otras instituciones.**

**Por ello, mensaje institucional es un conjunto ordenado de información destinado a vertir además de datos, los principios que sustentan determinada institución y su postura ante algún aspecto de la realidad social.**

**El objetivo de este trabajo es que sirva de guía para todo aquel que requiera elaborar un mensaje institucional. La intención es que sirva de base para ser usada como obra de consulta entre estudiantes y profesionales que quieran adentrarse en el tema.**

**En los capítulos primero y segundo se realizó una investigación de fuentes documentales, recabando información de libros y revistas, con el fin de reunir los datos que dieron sustento al contexto socioeconómico del México actual y a la ideología del sector privado.**

**El capítulo tercero es una recapitulación de la experiencia obtenida de parte del propio autor, basándose en fichas que se elaboraron mientras preparaba este tipo de mensajes, así como algunas ideas expresadas por parte de jefes y compañeros de trabajo.**

**En el capítulo cuarto se aplicó lo aprendido en la materia "géneros informativos" acerca de la entrevista, desde elaborar un cuestionario, efectuar la entrevista y redactar lo dicho por el entrevistado. Este capítulo es un ejemplo claro de investigación periodística.**

**El último capítulo es resultado de una selección representativa de esta clase de mensajes para mostrar las características generales de cada modelo: ya fuera en el caso de inauguración o clausura de algún evento, o donde sea dictada una conferencia, y otros tipos de discursos.**

## **CAPÍTULO I**

### **CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE MÉXICO A PRINCIPIOS DE LOS AÑOS NOVENTA (1990-1993)**

**La elaboración de los mensajes institucionales que se estudian en esta tesis se efectúan en un contexto socioeconómico y político de México a principios de los noventa, que permite situarnos en un modelo de crecimiento económico diferente al de 10 años atrás.**

**A partir del sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988) se inicia el tránsito de una economía cerrada, a una abierta, en donde se realizaron cambios importantes en la estructura productiva, con la aplicación de una política de contención inflacionaria y salarial. Se impulsó un papel protagónico del sector privado en la actividad económica. Asimismo, dio inicio el saneamiento de las finanzas públicas y se promovió la inversión extranjera como uno de los motores para alentar el crecimiento productivo del país.**

**Todos estos factores influyen en la construcción ideológica de los mensajes, porque conforman el contexto socioeconómico en el que se desarrolló el sector privado.**

## **1.1 Antecedentes**

**La economía mexicana desde mediados de los treinta hasta principios de los sesenta mantuvo una tasa anual de crecimiento del 6 por ciento, en lo que se ha llamado el milagro mexicano.<sup>1</sup>**

**En este período se impulsó la industrialización del país para sustituir las importaciones, producir para el mercado interno y exportar hacia otros mercados. Asimismo, se protegió el mercado nacional para favorecer la industrialización de México. Esta política proteccionista y de sustitución de importaciones se inicia en el período cardenista (1934-1940) y se acentúa en los tres siguientes sexenios: Manuel Ávila Camacho (1940-1946), Miguel Alemán Valdés (1946-1952) y Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958).<sup>2</sup>**

**Desde 1940, cerca del 70 por ciento de la inversión interna del país provino del sector privado, debido al clima de estabilidad política de los años postrevolucionarios que permitió una mayor participación de este sector en el proceso de desarrollo.**

**El crecimiento industrial y la creación de infraestructura física, requerían de grandes inversiones realizadas con antelación a su reembolso financiero.**

**En este contexto, la producción manufacturera nacional creció 8 por ciento durante el período de 1940 a 1970.<sup>3</sup>**

---

<sup>1</sup> Hansen, Roger. La política del desarrollo Mexicano. Ed. Siglo XXI, México, 1986, p. 7.

<sup>2</sup> *Ibid.*, p. 67.

<sup>3</sup> *Ibid.*, p. 57.

Hacia finales de los sesenta los productos manufactureros proporcionaban el 25 por ciento del total de las entradas derivadas de la exportación de mercancías mexicanas. La capacidad de exportación de artículos industriales es la prueba de la efectividad en ese momento de las políticas proteccionistas tendientes a estimular la sustitución de importaciones.

La industria manufacturera representaba para finales de los sesenta el 26 por ciento del producto nacional total, para principios de la década siguiente el sector manufacturero empleaba a más del 16 por ciento de la fuerza de trabajo. Hay que tomar en cuenta que desde inicio de los años cuarenta hasta finales de los sesenta, la fuerza de trabajo ocupada en los sectores Industrial y de servicios creció al doble que la tasa de ocupación agrícola.

En este tiempo el sector de más rápido crecimiento de la industria de transformación fue el de bienes de capital, al ser soporte para la industrialización del país.

A partir de los cuarenta, casi el 30 por ciento de la inversión pública se destinó al sector industrial. Durante esta década y la siguiente, Nacional Financiera, encauzó la mayoría de sus créditos a las industrias básicas destinados a la sustitución de importaciones.<sup>4</sup>

Asimismo, en esos años se destinaron grandes inversiones en energía eléctrica y petróleo, lo que produjo tasas anuales de crecimiento del 10 por ciento para la capacidad eléctrica instalada y del 6.6 por ciento para la producción de gas y petróleo.

---

<sup>4</sup> Ibid, p. 62.

**En tanto, durante esas décadas se reduce la participación del sector agrícola en algunos aspectos de la economía: la fuerza de trabajo que empleaba paso del 65 por ciento a menos del 50 por ciento en tres décadas y el producto nacional bruto que era de 23 por ciento en 1940 se redujo a 16 por ciento en 1970.**

**A pesar de ello, la producción se elevó a una tasa real del 4.4 por ciento al año, desde 1935 a finales de los sesenta. Este sector llevó al país a una virtual autosuficiencia alimentaria, permitiendo que una población en rápido crecimiento, obtuviera niveles de nutrición más altos.**

**En suma, la estrategia del desarrollo estabilizador fue exitosa porque la evolución sociopolítica del país apoyó las políticas públicas, así como la respuesta del sector privado que colaboró en acelerar el crecimiento. En este sentido, las políticas monetaria, fiscal, comercial y laboral estuvieron destinadas a favorecer el ahorro y la inversión del sector privado en el mercado nacional con sus utilidades que estaban en aumento. Pero también es cierto que estas políticas favorecieron una inequitativa distribución del ingreso.**

### **1.2 Década de los setenta.**

**Entre 1971-1976 aumentó la inflación y se creció moderadamente. La tasa media de crecimiento fue de 5 por ciento y la tasa inflacionaria anual**

ascendió al 14.2 por ciento. También se presentaron déficits en el sector público y en la cuenta corriente de la balanza de pagos.<sup>5</sup>

En este período, el Estado optó por el endeudamiento antes que elevar los precios de bienes y servicios de empresas estatales, porque así se evitarían presiones inflacionarias y una disminución de la tasa de beneficio de empresarios privados.

Después de la devaluación en 1976, nuestro país tuvo que buscar un acuerdo con el Fondo Monetario Internacional para acceder a financiamiento. Durante 1977-1979 se creció a una tasa del 6.1 por ciento. La inflación promedio fue de 19 por ciento. El déficit público ascendió en esos años al 6.4 por ciento del PIB.<sup>6</sup>

En este período los recursos petroleros figuraron como los principales elementos para corregir el desequilibrio externo, a tal grado que del 27 por ciento del total de exportaciones de 1977 se llegó al 61 por ciento en 1981.

### **1.3 El cambio estructural de la economía mexicana**

En la década de los ochenta, entre 1981 y 1988 se experimentó un estancamiento productivo y deterioro social. Este estancamiento es resultado de la contracción de la inversión total, rigidez en el financiamiento y la caída del consumo público y privado.

---

<sup>5</sup> Guillén Romo, Héctor. Orígenes de la crisis en México 1940-1982. Ed. ERA, México, 1986, pp. 46 y 47.

<sup>6</sup> Ibid, pp. 54, 55 y 56.

**La inversión total registró en 1988 una caída del 37.2 por ciento con respecto a 1981. En tanto, la inversión pública sufrió un decremento del 58.6 por ciento debido al saneamiento de las finanzas públicas por medio del recorte presupuestal, así como por la venta y liquidación de empresas paraestatales. Asimismo, la inversión privada mostró un descenso de 36 por ciento en este período.<sup>7</sup>**

**En esos años el financiamiento total otorgado por el sistema bancario en moneda nacional decreció en términos reales 28.9 por ciento.**

**Por otra parte, la persistencia de la inflación hasta 1987, la caída del ingreso y la preferencia por la liquidez propiciaron que en ese período el movimiento de la captación financiera se caracterizara por ser descendente.**

**El consumo público, luego de tener un incremento anual del 10.3 por ciento en 1981, registró al cierre de 1988, un decremento del 0.8 por ciento como resultado de la merma en sus ingresos por la baja en los petroprecios y el recorte presupuestal.<sup>8</sup>**

**El descenso del consumo, aunado a la restricción crediticia y los bajos niveles de inversión, dieron lugar a que el PIB nacional disminuyera en poco más del 2 por ciento en términos reales.**

**El sector agropecuario desaceleró su ritmo de expansión y al cierre de 1988 registró un descenso del 3.6 por ciento.**

---

<sup>7</sup> Canacindra. Macro Análisis, La Economía Hoy. México, Mayo de 1989. p. 4.

<sup>8</sup> *Ibid.*, p. 5.

**La industria manufacturera logró mantener su participación en el PIB, luego de haber crecido durante casi 50 años.**

**Modificaciones en el esquema de protección arancelaria y ascenso sin precedente de las exportaciones no petroleras son los rasgos principales del sector externo. La industria manufacturera acrecentó sus ventas foráneas entre 1981 y 1988.**

**Después de varias décadas que nuestro país siguió con una política económica que se basaba en la sustitución de importaciones y en una política proteccionista, México se convirtió en una nación poco competitiva en relación a países con economías abiertas.**

**Desde el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988) se inicia un cambio estructural en nuestra economía. En el ejercicio de la siguiente administración se han acrecentado las reformas económicas para pasar de ser una de las economías más cerradas, a una de las más abiertas en un corto tiempo.**

**En esta época comienza el nuevo esquema de política económica, con el ingreso de México al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) en 1986, iniciándose formalmente el periodo de apertura comercial, y en 1982, con la desincorporación de paraestatales, se comienza con la menor participación del Estado en la economía. Asimismo, con la liberación comercial se promovió el despegue de las exportaciones no petroleras.**

**Desde 1987, hasta 1991, hemos presenciado cambios importantes en la política económica del país, entre los que destacan: la liberación comercial, menor participación del gobierno en la economía, transitando de un Estado propietario y sobregulador, a otro que atiende los aspectos básicos permitiendo al sector privado asumir la iniciativa en aquellas actividades en donde no se justifique la intervención estatal.**

**Asimismo, México se incorpora a las tendencias del actual orden económico internacional: la integración comercial con Chile, la colocación de valores en los mercados bursátiles de otras naciones, nuestro retorno a los mercados voluntarios de capitales, las colversiones entre empresas nacionales y del extranjero, así como las negociaciones internacionales con Europa, el Sudeste Asiático, América del Norte, Centro América y algunas naciones sudamericanas, con el fin de acrecentar la cooperación económica y abrir mercados para los productos nacionales, son puntos que confirman el fortalecimiento de nuestra relación con el exterior.<sup>9</sup>**

**Se consolida el saneamiento de las finanzas públicas, convirtiendo a México en uno de los países financieros más firmes a nivel mundial. Asimismo, la inflación mantiene su tendencia descendente en los cuatro años de este periodo. Después de haber alcanzado en 1987 el nivel más alto en el crecimiento de los precios, de 159.2 por ciento de inflación anual, se pasó a 18.8 por ciento en 1991.<sup>10</sup>**

**La producción, la inversión y el empleo presentaron una trayectoria ascendente en estos años.**

---

<sup>9</sup> Canacindra. Macro Análisis, La Economía Hoy. México, Julio de 1992, p. 2.

<sup>10</sup> *Ibid.*, p. 3.

Otro de los aspectos de la recuperación económica ha sido la re negociación de la deuda externa y la amortización de una parte del débito interno, que han permitido reducir la carga financiera de los pasivos gubernamentales sobre las finanzas públicas y las presiones sobre la disponibilidad de divisas y de recursos crediticios para el sector privado.

En la industria manufacturera el desempeño de las diversas ramas ha sido heterogéneo. Coexisten especialidades muy dinámicas por su orientación exportadora, con divisiones cuyo crecimiento es poco dinámico y actividades que no muestran signos de recuperación, a pesar de que la producción total creció en cinco años consecutivos.

La desincorporación de paraestatales ha permitido una mayor participación del sector privado en el ámbito económico nacional. De 1983 a 1992 se desincorporaron 934 empresas, es decir, se paso de 1155 a 221 empresas paraestatales, así como para apoyar programas de solidaridad.

Los recursos acumulados en el fondo de contingencia con el producto de los ingresos por venta de paraestatales y bancos fueron empleados para reducir el saldo de la deuda interna gubernamental.

El Producto Interno Bruto (PIB), total creció durante este período 3.1 por ciento y el PIB Industrial fue el más dinámico al crecer 4.1 por ciento, mientras el agropecuario creció a una tasa similar al PIB total (3.1 por ciento).<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Ibid, pp. 5 y 6.

**En la inversión total, se revela la menor participación del estado en la economía, al pasar del 46 por ciento en 1981 al 27 por ciento en 1991, en tanto en ese mismo periodo la inversión privada pasó de 54 por ciento al 73 por ciento.**

**Aumentó la participación de las exportaciones manufactureras al constituirse en el 59.1 por ciento de las ventas externas totales.**

**En 1992 el Producto Interno Bruto total creció 2.6 por ciento, mientras el sector agropecuario se contrajo 1.5 por ciento, la producción industrial creció 2.8 por ciento y la manufacturera sólo 1.8 por ciento.<sup>12</sup>**

**La inflación durante este año fue de sólo 11.9 por ciento acercándose a la meta inflacionaria de un sólo dígito. Se observó un crecimiento moderado y se mantuvo un elevado ritmo de expansión de la inversión privada.**

**La desaceleración económica experimentada en este año fue resultado del entorno desfavorable de la economía internacional que repercutió en la economía nacional, y también se debió a los efectos de las políticas de modernización de la planta productiva y de apertura comercial. Es notable que la economía mexicana ha conservado un ritmo de crecimiento nada despreciable en momentos de profundas transformaciones estructurales.**

**La meta anualizada de inflación de un sólo dígito se consiguió al fin en junio de 1993 con respecto al mismo mes de 1992, es decir, en esos doce meses**

---

<sup>12</sup> Banco de México, Informe anual de 1992. México, 1992.

**los precios al consumidor se incrementaron en solo 9.87 por ciento. Esta situación no se presentaba en la economía mexicana desde 1973, y ha sido uno de los principales propósitos en política económica del sexenio salinista. Durante todo 1993 la inflación fue del orden de 8 por ciento.<sup>13</sup>**

**En fin, México ha abierto su economía, ha realizado cambios importantes en su estructura productiva, ha mantenido una política de contención inflacionaria y salarial, ha saneado sus finanzas públicas, ha impulsado el papel protagónico del sector privado en la economía y ha promovido la inversión extranjera para alentar el crecimiento nacional.**

**Todos estos factores económicos influyen decisivamente en el contenido de los mensajes y en la construcción ideológica de los mismos al definir un rumbo macroeconómico por el que los empresarios deben transitar.**

---

<sup>13</sup>Banco de México, Informe Anual de 1993. México, 1993.

## CAPÍTULO II

### IDEOLOGÍA DEL SECTOR PRIVADO.

La ideología es toda aquella manifestación de valores que tratan de preservar o modificar el orden social, económico, político o cultural de un pueblo. Todo mensaje en la comunicación es portador de una ideología. El contenido ideológico del mensaje lo define el propósito del emisor para alcanzar cierto objetivo.

"Las ideas dominantes no son otra cosa que la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes, las mismas relaciones materiales concebidas como ideas; por tanto, las relaciones que hacen de una determinada clase la clase dominante son las que confieren el papel dominante a sus ideas"<sup>14</sup>

Los mensajes institucionales del sector privado contienen cierta ideología. Para su elaboración necesitamos conocer las principales tesis y planteamientos que conforman el pensamiento empresarial. Por ello, en este capítulo se abordan los principales lineamientos ideológicos del sector privado, y en particular, del industrial.

#### 2.1 Antecedentes

Después de la revolución mexicana el Estado creó las condiciones favorables para la conformación de una fuerte burguesía nacional que

---

<sup>14</sup> Marx, C., y Engels, F., La ideología alemana, Ediciones de Cultura Popular, México, 1977, p. 26.

**requería un entorno favorable para la inversión. Por lo que se dan en los años posrevolucionarios grandes inversiones en infraestructura.**

**Posteriormente, en 1936, con la expedición de la Ley de Cámaras de industria y Comercio, se crea un requerimiento jurídico para la organización del sector privado, con lo cual, organizaciones empresariales afirman su capacidad de interlocución y negociación ante el Estado. Como ya vimos en el capítulo I, por esos años, se establece la política de sustitución de importaciones, a través de aranceles prohibitivos a todos los productos extranjeros que se fabricaban en el país y exentando de impuestos a las nuevas actividades industriales.**

**En lo ideológico, los empresarios fueron paulatinamente desarrollando una notable influencia en la formación y difusión de valores a través de diversos medios, como lo son su participación en la educación privada, el control de los medios masivos de comunicación, particularmente la televisión, y la creación del Consejo Nacional de la Publicidad.**

**Más adelante, con la creación del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) en mayo de 1975, se aglutinan las principales organizaciones nacionales del sector privado, constituyéndose en la más importante y representativa del sector.**

**A nivel social, el CCE, impulsa la idea del dominio de la actividad económica por el sector privado, bajo la consideración de que "la célula básica de la sociedad es la empresa privada".<sup>15</sup>**

---

<sup>15</sup> Luna, Matilde. Los empresarios y el cambio político. Ed. ERA, México, 1992, p. 41.

**En su proyección ideológica el CCE combinará las tesis de las doctrinas liberales con el pensamiento social cristiano. Demandará la aplicación de criterios técnicos en la aplicación de políticas públicas y promoverá al empresariado a participar en una acción cívica, y difundir su pensamiento a la sociedad por medio de la educación privada y los medios masivos de comunicación.**

**A partir del sexenio de José López Portillo (1976-1982), los criterios de racionalidad técnica (tecnocráticos) prevalecerán sobre los de carácter político en la elaboración de las políticas públicas (lo cual en el siguiente sexenio de De la Madrid, se intensifica de manera notable). Se liberalizaron los controles gubernamentales en la política económica para dar paso a un nuevo esquema de participación: sectorial para el caso de los empresarios y excluyente para las mayorías.**

**Se consolida en estos años el predominio del eje financiero en la planeación económica y sobre la formulación de un proyecto global de desarrollo, lo que provoca como respuesta del poder Ejecutivo la nacionalización de la banca.**

**Ante ello, el sector privado convocó las reuniones "México en la Libertad" organizadas por el CCE a finales de 1982, donde definieron el pensamiento empresarial y su estrategia de acción ante la reciente nacionalización de la banca y los dos últimos sexenios.**

**Sostenían que la crisis económica era producto de la ineficiencia, corrupción y demagogia del régimen, y del excesivo gasto público. Demandaban instalar la economía social de mercado como modelo dominante de la economía política. En su discurso afirmaban que la crisis no sólo era económica, sino también política y de liderazgo social.**

**Calificaban a la nacionalización bancaria como una acción de carácter socialista. Al Estado intervencionista y al presidencialismo lo equiparaban con burocratismo, ineficiencia, corrupción y populismo.**

**Según el CCE, la economía social de mercado necesita de un ambiente sin enfrentamientos entre capital y trabajo, en el que productores y consumidores estén protegidos por la ley, en que los ciudadanos sean libres de elegir su profesión y el campo de actividad que elijan acorde a las leyes. En el que los habitantes puedan elegir democráticamente a sus gobernantes y donde vaya disminuyendo la lucha de clases.<sup>16</sup>**

**Ante la nacionalización bancaria, el eje financiero del sector privado se orientó hacia la actividad bursátil como medio para recuperar el terreno perdido en la banca.**

**En el periodo de Miguel De la Madrid Hurtado (1982-1988), el sector privado y el gobierno comparten la misma perspectiva ideológica para las estrategias de política económica, orientada a la adopción de políticas de corte**

---

<sup>16</sup> Ibid, pp. 71 y 72.

neoliberal. "En este sexenio se configuró en los empresarios un importante movimiento de carácter liberal conservador."<sup>17</sup>

El empresariado lucha por un predominio del sector privado en el mercado, una liberalización económica y un debilitamiento del poder estatal. Asimismo, sostiene que el interés privado debe prevalecer en las relaciones entre el Estado y la sociedad, para eliminar la intervención excesiva del gobierno en todas las áreas.

Los empresarios tratan de reducir la participación de los sectores populares en la toma de decisiones, no así en el establecimiento de compromisos sectoriales como en los pactos económicos, iniciados a finales de 1987.

El empresariado propone en 1988 que el gobierno deberá de dejar las actividades económicas no estratégicas para que el sector privado se haga cargo de ellas, eliminando subsidios y transferencias de las empresas paraestatales que provocan sangrías y déficits al sector público.<sup>18</sup> Esta propuesta se realiza antes de los elecciones del 6 de julio de ese año. La propuesta fue retomada en el sexenio salinista.

## 2.2 Tesis del sector privado

Los valores ideológicos predominantes en el sector privado son: los de la libre empresa y la no intervención estatal en la economía. En México, esta

---

<sup>17</sup> Ibid, p. 81.

<sup>18</sup> Concanaco y Coparmex. Propuestas del sector privado 1988-1994. México, 1988, pp. 17 a 21.

**ideología ha tenido sus propias particularidades debido a la influencia de la doctrina social de la Iglesia, de índole conservador. Asimismo, ha existido un perfil anticomunista en su discurso.**

**Esta ideología se ve reflejada en los hechos con el dominio de intereses particulares en las políticas de intervención estatal en detrimento del bienestar general y con el veto de la clase empresarial a las políticas contrarias a su sector.<sup>19</sup>**

**Los empresarios apoyan al concepto de iniciativa privada resaltando la importancia de la libertad de elegir de los consumidores. Las relaciones sociales las quieren presentar como una oposición entre lo público y lo privado, por una parte, haciendo una distinción entre productores y consumidores, no como capital y trabajo o burguesía y proletariado como en el marxismo. Asimismo, buscan hacer equivalente el concepto de sociedad con iniciativa privada para crear una identidad de intereses, ya que quieren presentar como equivalente el interés privado y el interés general.**

**El empresariado está en contra de la propiedad colectiva y a favor de la propiedad privada. Propone como sujetos de participación en las decisiones a los productores y consumidores en vez de utilizar los conceptos de patrones y trabajadores.**

**Los empresarios promueven una ética fundada en la importancia de la iniciativa privada y una revalorización de la familia, la religión y una educación de valores "trascendentes". Ellos sostienen "debe propiciarse el**

---

<sup>19</sup> Luna, M. Op, Cit., p. 29.

**fortalecimiento de la familia y de las asociaciones de todo tipo (políticas, culturales, gremiales, asistenciales, profesionales, etc.) que faciliten la organización de la acción social y cívica de sus componentes, para alcanzar eficazmente sus fines propios".<sup>20</sup>**

**Además de que el sector privado ha alcanzado una gran influencia social gracias a la educación privada y al control sobre los medios de comunicación masiva, ha instrumentado campañas específicas para la promoción de valores como la familia, la propiedad privada y la religión.**

**Como ejemplo de campañas realizadas por la iniciativa privada se encuentran las siguientes: por televisión las propuestas "empléate a ti mismo", "lo mejor de la vida queda en familia, mantengámosla unida", "cuidate a ti mismo, mereces respeto". Radiofónica "la iniciativa privada somos casi todos".**

**Por otra parte, el sector privado ha elaborado una propuesta concreta que trata de asegurar una familia estable a través de un curso sobre paternidad responsable e integración familiar, que sea requisito para contraer matrimonio y pueda ser impartido por organismos públicos, privados o religiosos.<sup>21</sup> Lo criticable de esta propuesta es su carácter de obligatoriedad y su visión subjetiva de creer que un simple curso pueda lograr una familia unida y responsable.**

**En relación a lo anterior, la clase empresarial sostiene que:**

---

<sup>20</sup> Coparmex y Concanaco. Propuestas del sector privado 1988-1994, México, 1988, p. 11.

<sup>21</sup> Coparmex, Canacindra y Concanaco. Propuestas del sector privado 1994-2000, México, 1994, p. 113.

**La preservación de los valores depende de la integración de las familias mexicanas, del buen cumplimiento de su función educadora y de la educación escolarizada.**

**En sus propuestas sobre educación el sector privado quiere "desterrar de programas y textos los prejuicios contra la libre empresa, la propiedad privada y la generación de riqueza".<sup>22</sup>**

**Según la clase empresarial, la escuela, desde hace años, ha dejado de cumplir con su función de promover la formación de hábitos, valores y virtudes cívicas.**

**A partir del período 1982-1988 (De la Madrid) el sector privado y el gobierno coinciden de forma notable en la misma perspectiva ideológica para las estrategias de política económica, que se orientó a la adopción de políticas de corte neoliberal.**

**El empresariado busca en este sexenio el predominio del sector privado en el mercado, la liberalización en la economía y el debilitamiento del poder estatal. Asimismo, sostiene que el interés privado debe prevalecer en las relaciones entre el Estado y la sociedad, para eliminar la intervención excesiva del gobierno en todas las áreas.**

**El sector privado pugna porque prevalezcan en la formulación de políticas públicas los criterios de mercado, productividad, calidad, competitividad frente a los criterios políticos, populistas y de distribución.**

---

<sup>22</sup> Coparmex y Concanaco. Propuestas del sector privado 1988-1994. México, 1988, p. 137.

**En el terreno laboral, "los empresarios presionan para que las relaciones obrero-patronales no rebasen el ámbito de la empresa a fin de impedir las negociaciones en bloque".<sup>23</sup> Buscan el control de las reivindicaciones salariales y quieren guiar la cultura de los trabajadores.**

**Quieren promover una "auténtica libertad sindical", en la que el trabajador decida libremente si quiere o no estar afiliado a un sindicato.<sup>24</sup> Y recomiendan reglamentar de manera más flexible y sencilla la contratación temporal.<sup>25</sup>**

**Hablar del empresariado sin mencionar específicamente al sector financiero, implicaría desconocer al grupo más poderoso y de mayor influencia dentro de la iniciativa privada, que con el regreso de la banca a manos privadas se fortalece aún más este conjunto.**

**El sector bancario es el que más se ha desarrollado y obtenido mayor poder económico, político, y por tanto, ideológico, debido a un "proceso de concertación creciente y a su asociación con el capital industrial, comercial y de servicios, que le confería un gran poder económico (...) y una posición dominante respecto a otros sectores en la toma de decisiones."<sup>26</sup> Esta situación propició que en el sector gubernamental descendiera la inversión pública en actividades estratégicas y en gasto social.**

---

<sup>23</sup> Luna, M. Op. Cit., p. 85.

<sup>24</sup> Coparmex, Canacintra y Concanaco. Propuestas del Sector Privado 1994-2000. México, 1994, p. 50.

<sup>25</sup> *Ibid*, p. 47.

<sup>26</sup> Luna, M. Op. Cit., p. 28.

No obstante, el resto de los sectores de la Iniciativa privada demandan del eje financiero una mayor eficiencia en la prestación de sus servicios ya que la competitividad de los rubros industrial, comercial, de servicios y turismo depende de manera creciente de la eficiencia y competitividad del sector financiero.

Por ello, los otros sectores de la iniciativa privada han demandado la competencia bancaria a través de la desregulación; el incremento de competidores (incluso extranjeros); y por medio de otras figuras jurídicas que puedan brindar financiamientos.<sup>27</sup>

Sabemos que la principal función del sector financiero debe ser apoyar el crecimiento y la estabilidad sostenida. El reto consiste en dinamizar el ahorro interno, captar ahorro externo y canalizar los recursos eficazmente hacia actividades productivas y no especulativas.

A continuación se presentan algunas de las propuestas y tesis del sector privado en los siguientes terrenos: el campo, el comercio, la inversión y la política fiscal:

En el campo este sector propone eliminar totalmente el control de precios al consumo; ingresar a un mercado libre de productos agropecuarios y establecer programas de estímulos fiscales a la inversión agropecuaria, en regiones identificadas que presentan ventajas comparativas para promover su desarrollo.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Coparmex, Canacindra y Concanaco. Propuestas del Sector Privado 1994-2000. México, 1994, p. 91.

<sup>28</sup> Ibid, pp. 68 y 69.

**Referente al comercio, la iniciativa privada busca la reubicación de la actividad comercial ambulante e informal, de modo que garantice su desarrollo en condiciones seguras, permitiendo una igualdad de condiciones entre esta actividad y el comercio establecido.<sup>29</sup>**

**En inversión, se espera lograr un aumento de ésta, incluso foránea. Los recursos del exterior se pueden convertir, entre otros factores, en motor del desarrollo de la planta productiva nacional.**

**En cuanto a política fiscal, sabemos que se padece una sobrerregulación que hace que las disposiciones fiscales sean muy complicadas en su aplicación e interpretación. Por lo que se busca concertar un nuevo marco tributario que estimule la inversión y el empleo productivo. También el sector privado propone que la política fiscal debe ser competitiva, sobre todo en materia de bases gravables, tasas y tarifas.<sup>30</sup>**

**Las tesis aquí presentadas conforman las principales ideas del sector privado, que dan sustento al contenido de los mensajes elaborados durante la década de los noventa. Podemos definir al "contenido como el material del mensaje que fuera seleccionado por la fuente para expresar su propósito."<sup>31</sup>**

---

<sup>29</sup> Ibid, p. 76.

<sup>30</sup> Ibid, p. 40.

<sup>31</sup> Berio, David. El proceso de la comunicación. Ed. El Ateneo, Argentina, 1972, p. 47.

### **2.3 Tesis del sector industrial**

**El sector industrial sostiene que es necesario buscar la vinculación estrecha con el resto de las actividades económicas. Logrando con ello la unidad nacional y la articulación efectiva entre todos los sectores económicos.**

**Los industriales afirman que "el desarrollo es un avance equilibrado, consistente y duradero de los sectores económicos del país, cuya expresión más importante es el mejoramiento en el bienestar de la población y no sólo el aumento cuantitativo de la producción."<sup>32</sup>**

**Asimismo, en su discurso proponen la distribución de los beneficios de una integración eficiente de los sectores productivos porque no sólo es una necesidad de justicia social, sino también es un requerimiento económico para lograr el ensanchamiento del mercado interno, que es el motor del crecimiento de cualquier país.**

**En este sentido, los industriales consideran necesario el desarrollo de las unidades productivas de menor tamaño, estimular la descentralización económica y aprovechar los recursos y potencialidades regionales del país, como vías para alcanzar la modernización económica de México.**

**Para ello, el sector sostiene varias propuestas para el fomento industrial:**

---

<sup>32</sup> Canacindra. Tesis de Canacindra 1941-1991. México, 1991, p. 9.

- **Conformar una industria integrada hacia todas las regiones y articulada con el resto de los sectores. Así como con una mayor presencia en el comercio mundial**
- **Otorgar estímulos fiscales y financieros a las empresas de menor tamaño**
- **Apoyar el desarrollo y transferencia de tecnología**
- **Concentrar los esfuerzos en las ramas industriales más afectadas**
- **Fortalecer la capacidad de la industria para generar empleos y mejorar las remuneraciones salariales.<sup>33</sup>**

**Dentro del discurso del sector industrial mexicano se menciona continuamente las ventajas de las empresas de menor tamaño, entre las cuales destacan las siguientes:**

**Tienen flexibilidad para incorporar adelantos tecnológicos y responder rápidamente a las variaciones del mercado. Son fuentes generadoras de empleo, impulsan el desarrollo regional y permiten diversificar la inversión. "La mayor parte de la planta fabril está conformada por micro y pequeñas empresas. Su potencial es poco aprovechado debido a la escasa integración que existe entre ellas y las grandes empresas."<sup>34</sup>**

---

<sup>33</sup> Canacindra. Tesis institucionales de la Convención Nacional de Industriales 1993. El impulso al sector industrial. México, 1993, pp. 21 a 27.

<sup>34</sup> Canacindra. Tesis de Canacindra 1941-1991. México, 1991, p. 25.

**En datos estadísticos la importancia de este núcleo productivo radica en el 98 por ciento del total de establecimientos fabriles son micro, pequeña y mediana empresa, y emplean al 50 por ciento del personal manufacturero.**

**Los Industriales consideran que el desarrollo tecnológico para las empresas es una inversión necesaria pero que implica gasto, donde la micro y pequeña industria no cuenta con los recursos para tal erogación, por lo que , proponen una reducción de impuestos por tecnologías, lo cual otorgaría a estas empresas mayor liquidez y margen de maniobra. La eficiencia industrial requiere de una política de desarrollo tecnológico vinculada a las características propias de las plantas fabriles y a los problemas de calidad y productividad que éstas deben enfrentar en la competencia por los mercados.**

**En el renglón del comercio exterior, el sector industrial enfrenta los retos de diversificar sus mercados, por lo que en su discurso piden una reciprocidad con sus socios comerciales, el fomento a las exportaciones manufactureras y un ambiente en el que puedan operar en igualdad de condiciones que sus competidores del exterior.**

**En torno a la educación y capacitación, este sector demanda la revisión de los planes y programas de estudio, y la participación del sector privado en la educación y una vinculación más estrecha entre escuela e industria; lo que permite adscuar la formación académica a las necesidades del quehacer fabril y del mercado de trabajo.<sup>35</sup>**

---

<sup>35</sup> Canacindra. Tesis institucionales de la Convención Nacional de Industriales 1993, Educación, tecnología y modernización económica. México, 1993, pp. 75 a 90.

**Acerca de la preservación ecológica, los empresarios sostienen que el desarrollo sustentable se basa en hacer compatibles: crecimiento económico, equidad social con el cuidado del medio ambiente.<sup>36</sup>**

**Asimismo, buscan restituir al medio ambiente lo que la naturaleza les ha dado, ya que la industria utiliza insumos del entorno natural, los transforma en bienes, y si los restituye logra cerrar el ciclo de la producción con respeto al medio ambiente.<sup>37</sup>**

**Finalmente, el sector industrial lucha por conseguir una mayor desregulación fiscal, ya que los impuestos elevan considerablemente los costos de operación fabril, así como busca obtener créditos con intereses más bajos para estimular el desarrollo productivo de México.**

**Estos planteamientos conforman la aportación ideológica del sector industrial acerca de temas nacionales relacionados a su actividad económica y que el comunicólogo deberá tener en cuenta para la construcción de su mensaje.**

---

<sup>36</sup> Canacindra. Tesis Institucionales de la Convención Nacional de Industriales 1993. Medio ambiente y desarrollo industrial. México, 1993, pp. 58 a 74.

<sup>37</sup> Concamin. Tesis y conceptos de Concamin, 1992-1993. México, 1993, p. 61.

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS MENSAJES**

#### **3.1 Consideraciones teóricas para la elaboración de los mensajes**

**Las ciencias de la comunicación estudian la estructura del mensaje desde varias perspectivas, como la semiología, la lingüística, la retórica, entre otras. En esta tesis abordaremos un enfoque metodológico elaborado por el autor para la realización de discursos y ponencias institucionales del sector privado.**

**Aristóteles (384-322 a.c.) en su Retórica menciona el primer esquema de la comunicación que se conoce como: orador-discurso-auditorio, que se puede traducir al esquema más simple de esta materia, como: emisor-mensaje-receptor.**

**En la década de los treinta, Harold Lasswell diseña uno de los modelos más difundidos de la comunicación, conocido como el paradigma de Lasswell: quién dice qué a quién y con qué efectos.**

**A partir de este modelo Thayer (1960) amplifica más el modelo comunicativo con otros elementos. A continuación se presenta un esquema propio elaborado a partir del paradigma de Thayer y las ideas de la nueva comunicación de los investigadores de Palo Alto, California:**

**Quién dice-qué dice y qué no dice-con qué intenciones-en qué código-porqué canal-con qué ruido-a quién se dice-dónde y cuándo-con qué efectos-en que circunstancias-con una retroalimentación (feedback) simultánea.**

**Según los investigadores de Palo Alto la comunicación no es como un juego de ping-pong donde la pelota (mensaje) va de un lado a otro entre emisor y receptor de forma alternativa. Más bien la comparan con una orquesta en donde todos los sujetos comunicativos tienen una participación simultánea en la emisión y recepción de mensajes y no alternativa como en el primer caso.**

**A partir de este modelo comunicativo se pueden construir los mensajes institucionales. A continuación se presentan breves comentarios a cada uno de los elementos de este último esquema en su relación con la construcción de discursos y ponencias.**

**Quién dice: El redactor del mensaje es el sujeto emisor que a través de algún dirigente empresarial comunica el discurso que este último externa como vocero del pensamiento del sector privado. Hay que recalcar que el comunicador debe escribir tomando en cuenta la ideología de los empresarios.**

**Qué dice y qué no dice: Tan importante como la elección del tema o temas sobre los que tratará el mensaje lo es saber que asuntos no son adecuados mencionar en el mismo.**

**Con que intenciones:** Hay que conocer las intenciones del empresario, lo que quiere lograr con su discurso. A su vez, el redactor puede conservar cierta intencionalidad en el mensaje.

**En qué código:** Según la semiología que es la ciencia de los signos, nos dice que todo tiene un significado y un significante. Por ello, requerimos tanto emisor como receptor manejar el mismo código, que es un sistema de convenciones explícitas y socializadas, según Pierre Guiraud.

**El mensaje presenta dos niveles de significación:** un sentido técnico basado en uno de los códigos y un sentido poético que está dado por el receptor a partir de sistemas de interpretación implícitos y más o menos socializados y convencionales por el uso.

**Lo importante en nuestro caso, es desde lo más simple:** manejar el mismo idioma que los escuchas, y utilizar un nivel de lenguaje de acuerdo al tipo de auditorio.

**Porqué canal:** El canal en este caso es doble. Primero es transmitido por los fenómenos físicos de luz, los cuales permiten percibir de forma visual lo impreso. Pero al exponer el discurso en forma oral por las ondas sonoras para ser percibido por la audición, es transmitido a través de otro canal. Por lo que, como se mencionará más adelante en el capítulo IV, el mensaje será elaborado en "un tercer lenguaje", como lo ha nombrado la Lic. Regina Vergara, es decir, una combinación del escrito con el oral.

**Ruido o interferencia:** En comunicación se conoce este fenómeno como la interferencia o distorsión de los mensajes. En este caso concreto, se puede deber a: una redacción confusa del discurso que no sea clara al lector ni al auditorio. O a una lectura oral inadecuada del mismo, que lo haga poco entendible en ciertas partes. O realmente a un ruido acústico que interfiere la percepción de las palabras del expositor.

**A quién se dice:** El receptor del mensaje es el auditorio. El tipo de auditorio al cual nos vamos a dirigir es fundamental para escoger la clase de léxico que vamos a utilizar, el contenido y tratamiento que se le dé al discurso.

**Dónde y cuándo:** Es importante tener contemplado el lugar y la fecha del evento en el cual se expondrá el mensaje para tener en cuenta las condiciones del contexto momentáneo de los sucesos del país.

**En qué circunstancias:** Conocer las circunstancias económicas, políticas y sociales que predominan en cierta coyuntura es esencial para elaborar un mensaje que esté dentro del contexto concreto que vive nuestra sociedad.

**Con qué efectos:** Este es el resultado que se espera; lo idóneo es que los fines o intenciones del mensaje se cumplan con los efectos deseados. Ese es el propósito final de la comunicación en su parte retórica, según Aristóteles.

**Feedback:** La retroalimentación constante y simultánea que ocurre durante el proceso comunicativo influye en todos los sujetos de la comunicación.

**Para este análisis, existen dos clases de feedback: el del emisor, que consiste en la propia evaluación del mensaje por parte del redactor del mismo. Es decir, en una autorevisión y autocorrección del mensaje. Posteriormente el empresario que va a exponer el mensaje puede dar algunas recomendaciones sobre el contenido y la estructura del discurso, logrando también una retroalimentación.**

**El feedback del receptor sucede al momento que el empresario dirige su mensaje al auditorio. En esos momentos es cuando percibimos la respuesta del receptor a determinado mensaje. Por ejemplo, el emisor puede proseguir con su lectura o en un caso no muy común puede dejar de mencionar cierta parte que no está obteniendo una respuesta favorable de los escuchas.**

**Asimismo, es importante tomar en cuenta la perspectiva de la semántica y la lingüística en la elaboración de los mensajes institucionales. La semántica nos permite ubicar el sentido de las palabras para darle a nuestro mensaje la precisión y la claridad de las ideas que se quieren transmitir.**

**Lo ideal en la comunicación es que existiera siempre un sólo nombre para cada sentido y un sólo sentido para cada nombre. Pero en realidad existen muchos sentidos para una misma palabra, lo que se llama polisemia. O la existencia de diferentes palabras que tienen el mismo sentido, como sucede con las homonimias y los sinónimos.**

**Toda palabra está inmersa en su contexto, del que extrae su sentido. Existe siempre un sólo sentido en una situación particular, que es el sentido**

**contextual. A la palabra en un contexto corresponde una sola imagen conceptual.**

**El lenguaje tiene una función lógica o cognitiva. Esta función sirve para comunicar conceptos evocando en la mente del interlocutor las imágenes que se forman en la nuestra propia.**

**Esta comunicación cognitiva tiene por meta transmitir fielmente los conceptos de emisor a receptor, siguiendo los objetivos de la ciencia o el conocimiento lógico. Mientras que la meta de la comunicación social es la obtención de ciertas respuestas, de ciertas reacciones a nuestros mensajes, es decir, la meta es la persuasión.**

**Existen valores sociales que derivan de cierto grupo económico, social, profesional, regional, etc. Otros participan de la naturaleza de la comunicación, de las intenciones y de la situación de los sujetos hablantes, del tono, del estilo.**

**A cada una de estas categorías corresponden palabras que les son propias y que, por estar asociadas a ellas, las evocan en la mente.**

**Estas asociaciones son naturales y espontáneas. Desde el momento en que su poder evocador es reconocido, pueden convertirse en procedimientos de estilo, medios de expresar un aspecto particular de sentido.**

**Así sucede con ciertos conceptos y términos utilizados en el lenguaje de los mensajes empresariales. Esas palabras expresan una cierta ideología**

tendiente a preservar sus valores y difundir su contenido en otros sectores sociales.

A continuación se presenta una la propuesta metodológica paso por paso para elaborar mensajes institucionales en el sector privado.

### 3.2 Búsqueda y selección de información

Cualquier mensaje, como cualquier tipo de escrito que esté bien fundamentado, necesita de información fidedigna y actualizada. También requiere de lógica en su argumentación, orden en el desarrollo de las ideas, así como un lenguaje y redacción sencillos y claros.

Al elaborar "un mensaje para expresar su propósito, el emisor está facultado para seleccionar una u otra información, uno u otro conjunto de afirmaciones o de evidencias. Puede disponer su contenido de una u otra manera, repetir una parte de éste, resumirlo todo al final ..."38

Para construir mensajes necesitamos primero, recabar información, leerla y seleccionar sólo la que nos sea de utilidad. A partir de la información recabada podemos comenzar a reflexionar sobre la posible estructura del mensaje, cuáles puntos abordar, cuáles no, de qué forma los abordaremos, cómo nos enlazaremos de un tema a otro, cuál será el inicio y cuál el final, cuál será la principal tesis que sostendremos en el discurso y saber si tenemos los argumentos suficientes para sustentarla.

---

<sup>38</sup> Berlo, David. El Proceso de la Comunicación. Ed. El Ateneo, Argentina, 1972, p. 47.

**Todo ello, requiere de un método, paso por paso, de técnicas que serán las herramientas que nos ayudarán a construir el todo. Comencemos por la búsqueda de información.**

### **Búsqueda de información**

**La búsqueda del material informativo y la selección de éste son pasos indispensables para poder llegar a la redacción. La revisión diaria de los periódicos en las secciones de información general, económica y financiera, nacional e internacional, entre otras, nos permite tener un contexto global del acontecer diario y nos da herramientas para construir mensajes bien fundamentados y que no estén fuera de contexto.**

**También la lectura de revistas especializadas facilita la tarea de encontrar información útil para algún evento. Por ejemplo, para la inauguración de un evento industrial de la rama de la fundición, existe una revista especializada que dota de información precisa de este sector y es muy recomendable para adentrarse en el tema.**

**Muchas veces en nuestro quehacer cotidiano se nos requiere como todólogos, pero en realidad todo depende de lo bien que podamos documentarnos para determinado tema.**

**Así como un día se puede hablar de tratamientos y servicios para el agua, en otra ocasión se debe abordar un tema de vinculación escuela-industria, o**

**brindar un mensaje de bienvenida a un importante visitante nacional o extranjero.**

**Por lo cual, la adquisición del material informativo más representativo y actualizado que se pueda obtener es condición indispensable para la elaboración de un discurso aceptable en contenido y veracidad.**

**Para ello necesitamos seleccionar la información, porque tan importante es escoger lo adecuado, como eliminar la información que no servirá, para así desprendernos de la paja y dejar únicamente lo esencial.**

**En la recopilación de información podemos obtener valiosos datos de documentos internos de alguna institución, de bancos de datos, y de libros en general.**

**Otro de los recursos es la investigación de campo con sus dos principales instrumentos: la observación y la entrevista, recursos utilizados también en el periodismo.**

**La observación de fenómenos sociales, políticos y económicos, como pueden ser manifestaciones, huelgas, modo de vida de alguna cultura, constituyen claros ejemplos de que sólo la experiencia directa nos puede dar una visión clara del suceso, mucho más que leyendo textos acerca de algún acontecimiento.**

**En el caso de tener que elaborar un mensaje para clausurar la exposición de un evento, es conveniente antes de redactar, hacer una visita a la expo para**

**verificar lo que se exhibe y ver realmente la respuesta del público ante la misma.**

**El otro instrumento importante es la entrevista, que en nuestra carrera hemos aprendido de ella como un género periodístico: con ella es posible conocer aspectos que sólo en una plática podríamos conocer, es material que generalmente no obtendríamos de un texto; con la entrevista podemos enterarnos de diversas facetas de personajes, conocer los puntos que deben tratarse en algún mensaje y los que serían intocables, en fin, proporcionar datos de forma directa entre interlocutores que nos permite conocer aspectos a veces subjetivos pero esenciales para el desarrollo del mensaje.**

**La encuesta puede ser englobada en esta categoría dentro de la entrevista, pero es un determinado número de entrevistas acerca de algún tema para conocer la opinión pública sobre él. Se necesita tener una muestra representativa del universo, aplicar la encuesta, sacar los resultados y analizarlos; es un instrumento de conocimiento social. Es útil para conocer ciertos rasgos que nos interesen de algún tema y poder después escribir acerca de ello. Por ejemplo, una encuesta industrial sobre equipo anticontaminante nos permite conocer la respuesta del industrial hacia la adquisición de ese equipo. Su apreciación para saber si consideran de utilidad ese equipo o lo ven como un gasto innecesario, etc.**

**De hecho la encuesta se utiliza poco, muy poco, en la elaboración de mensajes institucionales, pero existen casos en que constituye el único medio de información al alcance.**

### **Selección de la información**

**Después de revisar o leer los materiales de apoyo, el siguiente paso es seleccionar sólo lo que pueda ser útil para el mensaje que tengamos en puerta. Pero, ¿cuáles son los criterios para seleccionar sólo lo necesario? Lo único seguro es que es variable en cada caso. Hay que tomar en cuenta el auditorio al que se dirige el mensaje, a los demás participantes (si los hay), para evitar repetir o poner en contradicción lo que se dice en el presidium, esto no obsta a que no se pueda diferir con algún ponente, pero en algunos casos no es conveniente que existan contradicciones.**

**Asimismo, tenemos que estar en condiciones de evitar declaraciones que resulten peligrosas para la institución, que puedan ser retomadas en prensa y crear "controversia" en la opinión pública que se manifieste en un clima adverso para el desenvolvimiento natural de la institución.**

**Por ello, hay que ser muy selectivos en la clase de información que utilicemos para evitar riesgos en lo que se diga y evitar reacciones contraproducentes de la exposición discursiva.**

**Esta selección tiene que tomar en cuenta que todos los datos se puedan articular en un mensaje coherente, sólido en sus argumentos e información, que guarden línea argumental y no se pierdan en ideas inconexas.**

**En ocasiones se puede seleccionar cierto material de base para la elaboración del mensaje, mismo que puede dejar de ser útil más tarde, por lo que será necesario buscar otra información que sea apropiada.**

**La información que seleccionemos, además de veraz y confiable, tiene que sustentar los argumentos o la posición que defendamos, es decir, hay que encontrar congruencia entre lo que queremos decir, y los datos que utilicemos para apoyarlos.**

### **3.3 Elaborar un plan de contenido del mensaje**

**Debido a la premura con que pueda ser requerido un trabajo, es posible iniciar la redacción del mismo sin un plan previo escribiendo ideas dispersas, sin orden sobre el tema, para después tejer hilados, sin embargo, no es lo más recomendable porque puede carecer de estructura, de forma, pero el trabajo imprevisto es parte de la responsabilidad del periodista. O como ha dicho Fernando Benítez: el periodismo es literatura bajo presión.**

**Lo más conveniente es partir de un plan de contenido del discurso para formar un mensaje que tenga orden en el desarrollo argumental, que sea lógico en su proceso comunicativo.**

**Es imprescindible contar con un plan de contenido del mensaje que abarque las principales variables del tema, siempre y cuando estén en relación con el evento.**

**Propondremos varias técnicas que nos ayuden a elaborar un plan de contenido, una de ellas, es ir formulando preguntas: Qué, Quién, Cuándo, Dónde, Cómo, Porqué, Para qué, (tal y como ocurre en algunos géneros periodísticos) permitiéndonos desarrollar un guión con los puntos que se abordarán en el discurso.**

**El uso de preguntas facilita la tarea de clasificar los objetivos del mensaje, de conocer cuáles son los puntos más importantes del tema. Estas siete preguntas pueden ir formando otras cada vez más elaboradas que nos permitan ir arribando a una argumentación cada vez más concreta. Por ejemplo, en una ponencia sobre medio ambiente y desarrollo industrial, en donde asistirán industriales y Secretarios de Estado, podríamos partir de esta pregunta ¿Porqué es importante el cuidado del medio ambiente para el industrial mexicano?**

**Cuando se tiene el cuadro claro de cómo empezar un discurso y cómo terminarlo, se ha avanzado gran parte en la elaboración del mensaje, porque se conoce de esta forma el objetivo del escrito y su posible estructura.**

**Por ello, antes de empezar a escribir es importante tener en claro con cuál palabra se va iniciar y con cuál se va a terminar, lo que implica necesariamente conocer cuál sería la estructura del mensaje.**

**Esto implica conocer de antemano el orden y secuencia de las ideas para que el mensaje esté construido con una lógica argumentativa.**

Podemos construir un cuadro sinóptico que sea la guía para la estructura de un discurso. Creando un cuadro sinóptico con los temas principales que se utilizarán en el mensaje, ordenándolos y disponiendo después un encadenamiento de temas acorde a las necesidades del discurso, estaremos realizando una línea argumental del mismo.

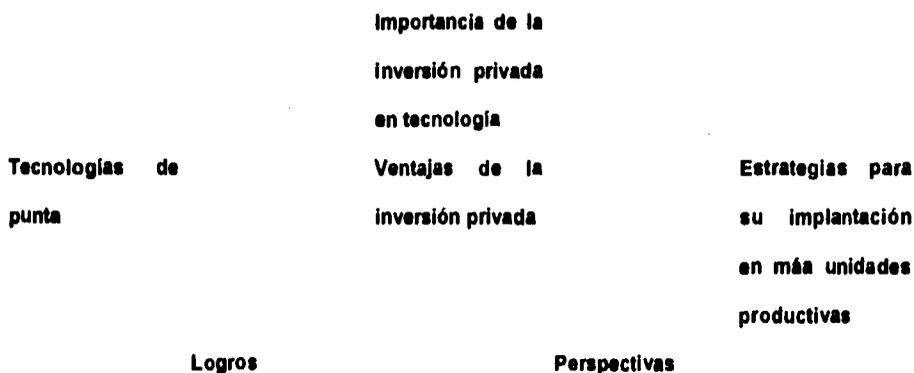
**Ejemplo:**



**O partir de un esquema dialéctico de lo general a lo particular**



**Partiendo de una idea general podemos ir tejendo un discurso con ideas secundarias y así sucesivamente par ir conformando un cuerpo del mensaje desde lo abstracto a lo concreto. Ejemplo: mensaje sobre la inversión privada en tecnología.**



**O simplemente haciendo una lista en forma de guión que contenga los principales puntos que se abordarán en un orden lógico y secuencial. Ejemplo:**

## **MENSAJE SOBRE CALIDAD TOTAL EN LA INDUSTRIA NACIONAL**

### **Saludos**

**Importancia de la calidad total en la industria**

**Qué es calidad**

**Qué es calidad total**

**Sus beneficios para el quehacer fabril**

**Como factor para elevar la competitividad industrial**

**Propuestas para aplicaria en la actividad productiva nacional**

**Recapitulación**

**Despedida**

**En la definición del plan podemos construir un modelo propio o seguir modelos preelaborados como: un orden cronológico de los hechos; pasado, presente y futuro; de lo abstracto a lo concreto, es decir, método dialéctico; un modelo analítico, problema, causas, efectos, soluciones, etc.**

**Otra técnica consiste en revisar otros mensajes para que surjan ideas en torno a la estructura del que se esté elaborando. Es muy útil conocer como abordan el mismo tema otras personas y enriquecemos con algunos recursos que utilizan en la realización de sus discursos, así como descubrir la lógica que utilizan en el desarrollo de los mismos.**

**Cada mensaje, cada constructor, cada público es diferente; hay líneas generales para la clase de discurso que se requiera, pero cada evento**

**particular requiere una construcción específica del mismo para que cumpla con su cometido: decir algo, ahí y en ese momento al público.**

### **3.4 Recursos para enriquecer el mensaje**

**Al principio al elaborar mensajes institucionales es muy útil contar con recursos que nos ayuden en la construcción de los mismos. Uno de ellos es irse familiarizando con la terminología que más se utiliza en el sector privado. Se usa mucho el lenguaje económico, no demasiado técnico. También es pertinente tener conocimiento de que sinónimos o conceptos afines se pueden utilizar en vez de otros, sobre todo, para tener un estilo más rico y variado en la expresión escrita y oral.**

#### **Frases de apertura**

**Para comenzar la redacción del discurso, ya sea un primer borrador o el posible documento final de acuerdo al tiempo disponible, es conveniente en la mayoría de los casos iniciar con una frase de apertura, es decir, una oración que contenga una fórmula de cortesía y brinde un efecto de respeto y atención hacia el público.**

**Por ello, recomendamos iniciar con una de ellas, aunque existan muchas formas de comenzar el mensaje. En este apartado presentamos las principales frases que se pueden utilizar al iniciar algún discurso empresarial.**

### **Frases de apertura para mensajes**

- ◆ **Es un honor**
- ◆ **Es particularmente grato para mi**
- ◆ **Es muy significativo para un servidor**
- ◆ **Es para mí un honor**
- ◆ **Agradezco la amable invitación**
- ◆ **Me siento honrado**
- ◆ **Es para mí motivo de gran satisfacción**
- ◆ **Me es grato**
- ◆ **Me complace participar**
- ◆ **Nos encontramos nuevamente reunidos**
- ◆ **Es muy grato para mí**
- ◆ **Es para nosotros motivo de profunda satisfacción**
- ◆ **Me da mucho gusto**
- ◆ **Agradezco cumplidamente la invitación**
- ◆ **Con mucho agrado asisto**
- ◆ **Tengo la oportunidad de reunirme**
- ◆ **Como todos sabemos, nos encontramos hoy reunidos**
- ◆ **Con especial entusiasmo**
- ◆ **Me resulta muy grato tener la oportunidad**
- ◆ **Me dirijo a ustedes**
- ◆ **Es un honor y un placer**
- ◆ **Siempre es un honor para un servidor**
- ◆ **Es motivo de satisfacción el convivir con**
- ◆ **Concurro a esta reunión**
- ◆ **Verdaderamente resulta alentador y reconfortante**

- ◆ **Concurro cumplidamente**
- ◆ **Una vez más nos reunimos**
- ◆ **En nombre de**
- ◆ **En ausencia de nuestro**
- ◆ **Al acudir ante ustedes**
- ◆ **Siempre resulta satisfactorio asistir**
- ◆ **Siempre es grato**
- ◆ **Para el presidente de... es un honor reunirse con ustedes**
- ◆ **Para un servidor, reunirse con...representa una ocasión especial**
- ◆ **Como es tradición**
- ◆ **Con la representación de... acudo a esta importante**
- ◆ **Una vez más estamos reunidos**
- ◆ **Para quién ocupa la presidencia de...**
- ◆ **La oportunidad de reunirme con ustedes no podía ser más propicia**
- ◆ **Es sumamente satisfactorio**

**Conceptos y términos más utilizados en estos mensajes.**

**En los mensajes elaborados para el sector privado es conveniente familiarizarse con los términos más utilizados para poderlos usar con propiedad. Conocer su significado nos permitirá contar con un lenguaje claro y preciso. A continuación presentamos una lista de términos económicos utilizados en los mensajes. El objetivo es que cada uno se habitúe con los conceptos. No es la idea presentar aquí un diccionario, el término y su definición. Sino más bien proponemos la investigación de éstos y la comparación de sus definiciones tratando de encontrar una explicación propia y acorde a su concepción técnica.**

**Conceptos y Términos más utilizados en economía**

|  |   |                                     |
|--|---|-------------------------------------|
| <b>Productividad</b>                     | <b>Competitividad</b>                       | <b>Exportaciones</b>                |
| <b>Importaciones</b>                     | <b>Producto</b>                             | <b>Mercancía</b>                    |
| <b>Libre Mercado</b>                     | <b>Libre competencia</b>                    | <b>Liberalización</b>               |
| <b>Producto Interno Bruto</b>            | <b>Per cápita</b>                           | <b>Inflación</b>                    |
| <b>Salario</b>                           | <b>Sueldo</b>                               | <b>Mercado</b>                      |
| <b>Mayor apertura comercial</b>          | <b>Calidad final</b>                        | <b>Modernización económica</b>      |
| <b>Neoliberalismo</b>                    | <b>Menor participación del Estado</b>       | <b>Rectoría del Estado</b>          |
| <b>Desregulación</b>                     | <b>Cargas fiscales</b>                      | <b>Capacitación productiva</b>      |
| <b>Mérito empresarial</b>                | <b>Nueva cultura empresarial</b>            | <b>Deflación</b>                    |
| <b>Sector manufacturero</b>              | <b>Llamadas fiscales</b>                    | <b>Impuesto al valor agregado</b>   |
| <b>Control cambiario</b>                 | <b>Monto total de las exportaciones</b>     | <b>Eficiencia productiva</b>        |
| <b>Ramas estratégicas</b>                | <b>Áreas estratégicas</b>                   | <b>Rubros económicos</b>            |
| <b>Desarrollo regional</b>               | <b>Saneamiento de las finanzas públicas</b> | <b>Tasas de crecimiento</b>         |
| <b>Sobre endeudamiento</b>               | <b>Sector informal de la Economía</b>       | <b>Economía subterránea</b>         |
| <b>Población económicamente activa</b>   | <b>Expansión económica</b>                  | <b>Economías de Nueva Industria</b> |
| <b>Proveedores de bienes y servicios</b> | <b>Cooperación económica</b>                | <b>Complementación económica</b>    |
| <b>Globalización económica</b>           | <b>Paridad cambiaria</b>                    | <b>Oferta</b>                       |
| <b>Demanda</b>                           | <b>Unificación monetaria</b>                | <b>Pérdidas</b>                     |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Ganancias</b>                             | <b>Crisis de energéticos</b>                         | <b>Licencia de importaciones</b>               |
| <b>Generación de empleos</b>                 | <b>Mercados dinámicos</b>                            | <b>Capitalización</b>                          |
| <b>Bloques regionales</b>                    | <b>Tecnología de punta</b>                           | <b>Déficit de las finanzas públicas</b>        |
| <b>Valores bursátiles</b>                    | <b>Deuda externa</b>                                 | <b>Deuda interna</b>                           |
| <b>Ingresos</b>                              | <b>Egresos</b>                                       | <b>Comercio exterior</b>                       |
| <b>Finanzas internacionales</b>              | <b>Balanza comercial</b>                             | <b>Actividad exportadora<br/>menufacturera</b> |
| <b>Sector público</b>                        | <b>Sector privado</b>                                | <b>Superávit comercial</b>                     |
| <b>Privatización de paraestatales</b>        | <b>Reprivatización</b>                               | <b>Integración comercial</b>                   |
| <b>Cambio estructural</b>                    | <b>Estabilización</b>                                | <b>Crisis económica</b>                        |
| <b>Recesión</b>                              | <b>Inversión foránea</b>                             | <b>Balance económico</b>                       |
| <b>Transferencia de recursos al exterior</b> | <b>Pérdida del poder de compra<br/>(adquisitivo)</b> | <b>Deterioro productivo</b>                    |
| <b>Inaeficiente nivel de inversión</b>       | <b>Presiones inflacionarias</b>                      | <b>Insuficiente nivel de ahorro</b>            |
| <b>Organismos financieros</b>                | <b>Banca acreedora</b>                               | <b>Programas de ajuste</b>                     |
| <b>Estancamiento productivo</b>              | <b>Inestabilidad macroeconómica</b>                  | <b>Moratoria</b>                               |
| <b>Ajustes fiscales</b>                      | <b>Desaceleración del<br/>crecimiento productivo</b> | <b>Fuga de capitales</b>                       |
| <b>Hiperinflación</b>                        | <b>Capitales especulativos</b>                       | <b>Bonos de productividad</b>                  |

**Palabras o conceptos utilizados como sinónimos.**

**De igual forma es conveniente contar con una lista de los conceptos más utilizados y sus posibles sinónimos o palabras afines que nos permitan utilizarlos en oraciones o párrafos cercanos al concepto original,**

expresando la misma idea y cuidando que el estilo sea más rico y menos repetitivo.

Como ejemplo, presentamos la siguiente lista:

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Delegaciones</b><br><b>Comisioinea</b><br><b>Direcciones</b>  | <b>Exportaciones</b><br><b>Ventaa al exterior</b>                                   | <b>Importaciones</b><br><b>Ventas al interior</b>                             |
| <b>Iniciativa privada</b><br><b>Sector privado</b><br><b>Sector empresarial</b>                                | <b>Modernización</b><br><b>Reconversión productiva</b>                              | <b>Inflación</b><br><b>Crecimiento de los precios</b>                         |
| <b>Mercado exterior</b><br><b>Mercado internacional</b><br><b>Mercado foráneo</b><br><b>Mercado extranjero</b> | <b>Industria</b><br><b>Establecimiento fabril</b><br><b>Unidad productiva</b>       | <b>Mercado Interno</b><br><b>Mercado nacional</b><br><b>Mercado doméstico</b> |
| <b>Crecimiento del PIB</b><br><b>Crecimiento económico</b>   | <b>Comercio</b><br><b>Mercado</b>   | <b>Calidad</b><br><b>Eficiencia</b><br><b>Excelencia</b>                      |
| <b>Actividad manufacturera</b><br><b>Quehacer fabril</b><br><b>Actividad industrial</b>                        | <b>Inversión foránea</b><br><b>Inversión extranjera</b><br><b>Inversión externa</b> | <b>Ingresos</b><br><b>Entradas</b>  |
| <b>Egresos</b><br><b>Gastos</b>  | <b>Ramas fabriles</b><br><b>Ramas manufactureras</b><br><b>Ramas industriales</b>   | <b>Productividad</b><br><b>Eficiencia productiva</b>                          |
| <b>industriales asociados</b><br><b>industriales adscritos</b><br><b>industriales afiliados</b>                | <b>México</b><br><b>Nuestra nación</b><br><b>Nuestro país</b>                       | <b>Poder adquisitivo</b><br><b>Poder de compra</b>                            |

|  |                              |                             |
|--|------------------------------|-----------------------------|
| <b>Micro y pequeña industria</b>         | <b>Sector industrial</b>     | <b>Agentes productivos</b>  |
| <b>Núcleo productivo de menor tamaño</b> | <b>Sector productivo</b>     | <b>Sectores productivos</b> |
| <b>Unidades fabriles de menor tamaño</b> | <b>Sector manufacturero</b>  |                             |
|  | <b>Sector transformación</b> |                             |
| <b>Entorno económico</b>                 | <b>Productos</b>             | <b>Sector público</b>       |
| <b>Ambiente económico</b>                | <b>Mercancías</b>            | <b>Sector gubernamental</b> |
| <b>Contexto económico</b>                | <b>Bienes</b>                | <b>Gobierno</b>             |
| <b>Libre mercado</b>                     | <b>Salario</b>               |                             |
| <b>Libre competencia</b>                 | <b>Sueldo</b>                |                             |

#### **Encadenamiento de ideas (párrafos, frases)**

**Es conveniente no saltar abruptamente de un tema a otro sin establecer un puente que enlace dos ideas distintas, porque se perdería el hilo conductor del discurso, el sentido y orden de las argumentaciones.**

**Por ello, es recomendable emplear todos los recursos disponibles para evitar la interrupción del discurso en su lógica argumental.**

**Para esto, podemos utilizar numeraciones, signos de puntuación, frases como: por otra parte, por su parte, asimismo, de igual manera, ante ello, etc.**

**También es conveniente apoyarnos en preguntas para adentrarnos en otro tema y que el salto temático no sea brusco. Además la pregunta enriquece el estilo, y si está bien formulada, puede interesar significativamente al auditorio y aumentar su atención durante la respuesta a la pregunta.**

**Muchas veces partir del esquema o plan general para la redacción del mensaje final, conlleva establecer puentes de apoyo entre los puntos principales, porque para darle forma armoniosa al mensaje, necesitamos unir todos sus elementos de manera ordenada y sistemática.**

**Hay que tomar en cuenta que el discurso tiene una dirección que nos lleva a un punto central, por que debemos conocer la secuencia de puntos para enarbolar el mensaje de forma lógica y coherente.**

**En ocasiones necesitamos de una frase que sirva de puente entre dos párrafos, que relacione las ideas de ambos y que sirva para estructurar una secuencia lógica entre ellos.**

### **Redacción de discursos**

**La redacción exige a todo profesional de la comunicación escribir lo más claro posible, con un estilo ágil, sencillo y con el menor número de palabras, por lo que es recomendable redactar las ideas de un discurso con párrafos y frases cortas.**

**Para la redacción de discursos hay que tomar en cuenta que no se repitan palabras iguales en el mismo párrafo o en algunos cercanos. Sobre todo**

**aquellas que sean sustantivos, adjetivos, verbos o adverbios, porque incurrir en la repetición demuestra pobreza en el lenguaje.**

**En los casos en que existan repeticiones es conveniente buscar sinónimos o reformular un poco la oración sin perder la idea original.**

**Se pretende evitar el uso de palabras pomposas, grandilocuentes y superfluas, así como las oraciones inútiles y las frases hechas.**

**Utilizar palabras simples, cortas, concretas.**

**Escribir la palabra importante al principio o al final de la frase pero nunca en medio.**

**Aplicar todos los recursos de los signos de puntuación:**

**"El punto separa oraciones cuando los pensamientos que ellas contienen, aunque relacionados entre sí, no lo están de modo inmediato".<sup>39</sup>**

**Los dos puntos sirven para introducir una enumeración y para anunciar la explicación, el análisis o la consecuencia de la frase precedente.**

**El punto y coma para separar oraciones largas o complejas que guardan relación entre sí.**

---

<sup>39</sup> Martín Vivaldi, Gonzalo. Curso de Redacción. Ed. Paraninfo, España, 1976, p. 24.

**La coma para separar figuras semejantes o aclaratorias y para evitar la repetición de un verbo o de una palabra enunciada en la frase precedente.<sup>40</sup>**

#### **Utilización de cifras estadísticas**

**Para el uso idóneo de cifras numéricas que sustentan el contenido del mensaje es vital contar con las mejores fuentes de dicha información. Pongamos un ejemplo, en México las cifras más confiables en carácter económico, poblacional y de otros provienen de INEGI, Banxico, Bancomext, Secofi, IMSS y algunas otras instituciones, es decir, la mayor parte de información estadística se obtiene del sector gubernamental, todavía el sector privado se encuentra rezagado en este aspecto a nivel nacional.**

**Asimismo, es muy recomendable verificar las cifras varias veces para evitar que se vaya algún dato falso que pueda ser crucial en el análisis de determinado tema.**

**También es conveniente, probar de que forma es más presentable el porcentaje, en por ciento o en tantas partes, ejemplo 75 por ciento o 3/4 partes, lo cual, nos sirve para mejorar nuestro estilo y darle mayor versatilidad a las cifras que manejamos.**

**Las cifras estadísticas tienen que ser lo más actualizadas posibles y en algunos casos no es necesario agregar de que año data, sólo en ponencias muy especializadas, y en las que tal vez se manejen cifras de años diferentes acerca de un mismo rubro.**

---

<sup>40</sup> Couchaerc, M. José. *Escriba mejor y sólo lo importante*. Ed. Vergara. Argentina, 1991, pp. 3 a 10.

## **Mosaicos**

**En algunas ocasiones el requerimiento del mensaje llega de último momento y se dispone de poco tiempo para la preparación del mismo.**

**¿Qué hacer? En estos casos se utiliza el recurso del material ya elaborado y se adecua el discurso en las partes de salutación, presentación del evento, cifras ya rebasadas, y toda la información que sea necesaria habrá que actualizarla.**

**Se utilizan los mosaicos, que son uno o varios párrafos que son viables de insertarse en varios mensajes sin cambiarles nada o en todo caso realizar detalles mínimos. Un ejemplo: en varios mensajes de comercio exterior, apertura comercial y de GATT, así como otros de política económica nacional se puede utilizar el siguiente párrafo como mosaico que presenta el contexto macroeconómico del país:**

**"México ha abierto su economía, ha realizado cambios importantes en su estructura productiva, ha saneado sus finanzas públicas, en momentos en que se registra una intensa competencia mundial por los mercados, el capital y la tecnología".**

### **El cierre de un mensaje**

**Para cerrar un discurso podemos empezar por recapitular todos los puntos que se han tocado, para después proseguir con una conclusión y tal vez con una fórmula de despedida según lo requiera el evento.**

**Para recapitular podemos utilizar palabras de enlace como: En fin, en suma, por último, en síntesis, por todo lo anterior, resumiendo, etc. Estas nos permitirán seguir inmediatamente después con la recapitulación de los puntos.**

**Las conclusiones surgen de reflexiones y análisis de la información y los argumentos que se desarrollaron durante el discurso, es dar una opinión institucional y final al respecto. En algunos casos se puede requerir un análisis no sólo de los hechos, sino también de las perspectivas, es decir, una reflexión prospectiva, hacia el futuro.**

**Las fórmulas de despedida se utilizan continuamente en mensajes de inauguración o de clausura, por ejemplo, puede ser algo como: me resulta muy grato participar en esta ceremonia. Declaro formalmente inaugurado este evento en donde se condensa la... y terminar con: muchas gracias, gracias, etc.**

#### **Recursos para dotar de línea argumental un mensaje.**

**En algunas ocasiones es difícil tender un puente entre diversos puntos que versen sobre un mismo tema. Se percibe el rompimiento entre uno y otro si dejamos que sólo un punto y aparte, los separe.**

**En estos casos recomendamos usar el recurso de apoyos como las balitas o enumeraciones.**

**Por ejemplo: algunas de las principales características de la micro, pequeña y mediana industria son las siguientes:**

- ◆ **Constituyen el 98 por ciento de las unidades fabriles del país**
- ◆ **Cuentan con flexibilidad para la incorporación de adelantos tecnológicos**
- ◆ **Responden rápidamente a los fluctuaciones del mercado**

**O en el caso de las enumeraciones presentamos un ejemplo:**

**Para que las verificaciones ecológicas cumplan eficazmente con su función deben atender los siguientes tres puntos:**

**Primero. Capacitación de los inspectores**

**Segundo. Perfil académico afin a las áreas de ingeniería**

**Tercero. Contar con el instrumental adecuado durante las verificaciones.**

**Las enumeraciones también pueden ser con número ordinario: (uno, dos, tres), con letra (a,b,c), etc.**

### **3.5 Ejemplo de Construcción del Mensaje**

**Requerimiento de mensaje para la inauguración de las Jornadas Tecnológicas Italianas sobre maquinaria para trabajar el mármol, con la asistencia del embajador de Italia e industriales del Instituto Italiano para el Comercio Exterior.**

**Para dar inicio al mismo buscamos información del evento y fue posible conseguir un tríptico con información alusiva al mismo, y que contenía lo siguiente:**

♦ 75 por ciento de la producción mundial de maquinaria para el trabajo del mármol y el granito se produce en Italia

♦ Participan las tres regiones más importantes de Italia en la producción del mármol: Lombardia, Venetto y Toscana.

♦ El profesionalismo de los trabajadores italianos se deriva de su conocimiento de las tradiciones artesanales de varios siglos atrás

De manera complementaria nos remitimos al diccionario Larousse ilustrado 1992 y el Diccionario Enciclopédico de Selecciones del Readers Digest, para indagar sobre aspectos relacionados al mármol y se extrajo lo siguiente:

♦ Mármol: piedra caliza con lo que se edifican obras artísticas y construcciones de gran belleza. Posee una textura compacta y cristalina susceptible de buen pulimento.

A partir de esta información podemos empezar a construir el plan de contenido, en este caso formamos un guión:

**A. Saludos**

**B. Importancia del evento para la organización y para esta industria italiana**

**C. Valor del mármol en la construcción**

**D. Productores participantes**

**E. Antecedente artesanal de la producción del mármol**

**F. Nexos comerciales y culturales y de amistad entre México e Italia**

**G. La globalización económica y la apertura comercial nos permite negociar con otras latitudes**

**H. Situación macroeconómica del país**

**I. Dirigimos al señor embajador**

**J. Interés por acrecentar los vínculos comerciales con la nación y nuestro país ya que ambos cuentan con raíces latinas**

**K. Fórmula de despedida**

**A raíz de cada inciso desarrollamos la idea en forma de discurso que, a continuación presentamos con un inciso para identificar lo redactado a partir del guión.**

**A. Honorable embajador de Italia en México, Señor Sergio Cattani;**

**Amigos del Instituto italiano para el Comercio Exterior;**

**Amigas y amigos industriales;**

**Señoras y señores:**

**B. Me complace de manera muy especial la invitación que se me ha hecho para inaugurar estas jornadas tecnológicas Italianas sobre maquinaria para trabajar el mármol, donde se condensa el interés por conocer las innovaciones en esta loable actividad productiva.**

**Para la Cámara Nacional de la Industria de Transformación, es motivo de orgullo participar en este evento, porque sabemos la importancia estratégica de esta industria en Italia, ya que realiza el 75 por ciento de la producción mundial de maquinaria para el trabajo del mármol y el granito.**

**C. Con esta piedra caliza se edifican obras artísticas y construcciones de una estética inigualable por su textura compacta y cristalina susceptible de buen pulimento.**

**D. En estas jornadas participan productores de las tres regiones más importantes en este rubro, como son: Lombardia, Venetia y Toscana, esta última sin duda, sigue siendo la principal zona productora del mármol en todo el orbe.**

**E. Además de la capacidad tecnológica de los productores Italianos se cuenta con el calificado profesionalismo de los trabajadores, que derivan su conocimiento de las tradiciones artesanales heredadas de varios siglos atrás.**

**F. En este sentido, las jornadas marcan no sólo un encuentro fraternal y de posibles nexos comerciales, sino también simbolizan un verdadero encuentro cultural entre dos países que han aportado mucho de sus tradiciones y conocimientos al mundo: Italia y México.**

**G. Eventos de esta naturaleza permiten estrechar lazos de amistad y de intercambio comercial con posibles socios Italianos en momentos en que los procesos de apertura económica en el mundo entero continúan floreciendo.**

**Ello, nos está conduciendo a una plena globalización de las economías, en donde la competencia mundial por los mercados, el capital y la tecnología se está convirtiendo en un incentivo para volvernos más**

**productivos y trabajar con mayor calidad en todas las etapas del quehacer fabril.**

**México, es un claro ejemplo de apertura en sus fronteras comerciales con el exterior, lo que nos ha permitido negociar acuerdos mercantiles con naciones de nuestro continente y de otras regiones del planeta.**

**H. Aunado a una estabilidad macroeconómica, producto del saneamiento de las finanzas públicas y del control de la inflación, nuestro país se ha convertido en un área estratégica para inversiones extranjeras, lo que nos permitirá afianzar nuestro crecimiento mientras en otras latitudes se sufren los efectos ocasionados por la recesión económica.**

**I. Señor embajador:**

**J. Queremos dejar constancia de nuestra voluntad por mantener e incrementar los nexos comerciales con una gran nación, como es Italia. Usted como representante diplomático de su país, es depositario de las tradiciones latinas, como de la civilización occidental que son un legado para nuestros pueblos latinoamericanos. Por ello es un orgullo para nosotros fomentar estas relaciones comerciales ya que México es una cultura híbrida en la que predominan nuestras raíces latinas y precolombinas.**

**K. Por todo lo anterior, me es muy grato declarar inauguradas las jornadas tecnológicas italianas sobre maquinaria para trabajar el**

**mármol, que sin duda reflejan la trascendencia por conocer los avances productivos en otras latitudes.**

**Les deseo el mejor de los éxitos en esta y en todas sus empresas.**

**Muchas gracias.**

**Después de plantear el método utilizado para la elaboración de mensajes institucionales que se basa en algunas técnicas periodísticas de investigación de datos, en el siguiente capítulo se abordan las opiniones de expertos en este tema.**

## **CAPÍTULO IV**

### **ENTREVISTAS A EXPERTOS EN LA ELABORACIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES.**

**A continuación se presentan 11 entrevistas realizadas a expertos en la elaboración de Mensajes Institucionales entre los que destacan profesionales con formación académica en sociología, economía, historia y comunicación, los cuales efectúan cotidianamente este tipo de trabajo.**

**Conocer su experiencia directa es una fuente de conocimiento difícil de encontrar en otro tipo de textos. La entrevista constituye una fuente de información no lo suficientemente explotada en estos temas. Por ello, se decidió dedicar un capítulo entero a las respuestas de los expertos para conocer su metodología en la elaboración de estos mensajes.**

**Primero se presenta el cuestionario empleado, para posteriormente pasar a la revisión de las respuestas obtenidas.**

#### **Cuestionario**

- 1. ¿Cómo inicias un mensaje, partes de un plan general o comienzas por escribir ideas dispersas sobre el tema para después tejer hilados?**
- 2. ¿Cómo estableces el cierre de un mensaje?**

3. **¿Tus párrafos y oraciones son cortos, largos o combinas ambos, y cuál es la ventaja de cada uno de ellos?**
4. **¿El tipo de lenguaje que utilizas es muy técnico o es coloquial y sencillo y en que casos sugieres utilizar cada tipo de lenguaje?**
5. **¿Cuáles son tus principales fuentes para investigación y recolección de información?**
6. **¿Cuáles son los recursos que utilizas para conseguir la extensión requerida en el mensaje?**
7. **¿Cómo construyes mensajes cuando existe muy poca información de algún evento y sólo se proporciona fecha, lugar y nombre del tema y/o evento?**
8. **¿En que ocasiones es válido retomar lo ya elaborado para incluirlo en algún mensaje?**
9. **Cuando es rechazado algún mensaje y se solicita de nuevo el requerimiento ¿de qué forma cambias los lineamientos básicos de tu mensaje?**
10. **En resumen, ¿cuál es tu metodología paso por paso para la elaboración de un mensaje, ponencia o discurso institucional?**

**Carlos Sánchez C.\***

- 1. Parto de un guión general. Posteriormente reviso la primera versión, con el propósito de aclarar y/o enriquecer el documento con ideas adicionales.**
- 2. Trato de reforzar la idea principal, intentando no ser repetitivo.**
- 3. De preferencia cortos, ya que facilitan la lectura.**
- 4. De preferencia sencillo, a menos que se requiera formalizar y/o sustentar para las conclusiones del documento.**
- 5. Depende del tipo de trabajo. Principalmente revistas especializadas (técnicas) y publicaciones oficiales (datos).**
- 6. La extensión del mensaje depende de la complejidad del tema y de la cantidad de ideas que se requieren desarrollar. Al elaborar el guión previo se establece, con ciertos márgenes, la extensión del mensaje.**
- 7. Si se trata de un evento conocido, se toma como referencia esa información, sin hacer conclusiones al respecto, sólo estableciendo esbozos sobre el tema.**
- 8. No contestó.**

---

\* Licenciado en economía. Labora en el Grupo de Economistas Asociados (GEA).

9. **Sí, cuando el mensaje es erróneo. Si no únicamente se hacen las adecuaciones pertinentes.**
  
10. **En primer lugar, determino las ideas que pretendo incluir en el documento. Posteriormente analizo las principales metodologías con las que se podrían establecer conclusiones sobre las mismas.**

**El documento generalmente incluye las siguientes secciones:**

**Objetivos**

**Aspectos Metodológicos**

**Pruebas de las hipótesis**

**Conclusiones**

**Ángel O'Dogerty M.\***

- 1. A partir de un guión previo sobre el tema. Cada uno de sus elementos, deben enriquecer y contribuir al mensaje que se pretende transmitir.**
- 2. El cierre del mensaje debe estar relacionado con el primer párrafo del texto, donde se plantea la idea central que será desarrollada (mensaje), e incluir las principales implicaciones o conclusiones que se derivan del mismo.**
- 3. De preferencia cortos, por razones de claridad y facilidad en la lectura.**
- 4. Depende del público al que está dirigido.**
- 5. Depende del tipo de trabajo.**
- 6. La extensión del mensaje depende de la complejidad del tema y de la cantidad de ideas que se requieren desarrollar. Al elaborar el guión previo se establece, con ciertos márgenes, la extensión del mensaje.**
- 7. La extensión, complejidad, tipo de lenguaje (técnico o coloquial), etc., depende del público al que esté dirigido y, por tanto, al tipo de evento. Si no hay suficiente información sobre el mismo, es preferible suponer que estará dirigido a un público que tiene conocimientos previos sobre el tema.**

---

\* Licenciado en Economía. Trabaja en el Grupo de Economistas Asociados (GEA).

- 8. No contestó.**
- 9. Depende de las razones por las cuales fue rechazado el mensaje**
- 10. En primer término, es necesario elaborar un guión previo sobre el tema, haciendo explícitos los mensajes que se pretenden transmitir y las ideas o planteamientos que apoyan dichos mensajes. En segundo término, buscar la información necesaria para apoyar el mensaje que se quiere transmitir. El texto debe incluir como mínimo tres secciones.**

**En primer lugar, plantear los mensajes principales. En segundo lugar, desarrollar los planteamientos que apoyan el mensaje central y, por último, mencionar las conclusiones o implicaciones que se derivan del mismo.**

**Rosa Ma. Garza Mourifo\***

- 1. Siempre establezco un plan general que incluye una estructura integrada por a) saludo, b) planteamiento del problema, c) propuestas o soluciones posibles, d) corolario o síntesis, e) despedida.**

**Las ideas "sueitas" para cada una de estas partes de la estructura, dependen de las fuentes de información disponibles, siempre que uno ya haya elaborado la estructura. Un diccionario de "ideas afines" es útil para saber que fuentes conviene consultar.**

- 2. El cierre debe ser necesariamente la conclusión de un planteamiento desarrollado primero como problema y luego como solución o propuesta a lo largo de todo el mensaje.**
- 3. La extensión de los párrafos siempre debe ser preferentemente corta, porque el mensaje va a ser escuchado y no leído por el auditorio. Hacer un párrafo corto significa lograr desarrollar una idea completa y al mismo tiempo sintética, si esto no puede ser posible -por la complejidad del tema- lo mejor es "partir" la idea en tantos párrafos cortos como sea posible, y después "sumar" las partes a un párrafo final de "articulación" que vuelva a recuperar la idea central siguiendo una lógica inductiva (de lo particular a lo general).**
- 4. El tipo de lenguaje depende por un lado del perfil del orador y por otro del perfil del auditorio. Al mismo tiempo depende del tema a desarrollar.**

---

\* Licenciada en ciencias de la comunicación. Se ha desempeñado como asesora externa de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación.

Entre los industriales, en términos generales siempre es mejor el lenguaje sencillo con utilización mínima de conceptos técnicos; ideas claras con lenguaje directo.

5. Para mensajes del sector industrial las fuentes pueden clasificarse entre institucionales y externas. Dentro de las institucionales están los especialistas (técnicos o industriales) a quienes se les puede entrevistar, también hay documentos de análisis y publicaciones clasificados por tema, fecha y contexto. En el caso de las fuentes externas, las recopilaciones hemerográficas por tema son muy útiles así como otros documentos específicos de análisis, de divulgación o estadísticos producidos por el gobierno o por otros sectores, con el tema a tratar. En algunos casos, puede ser conveniente entrevistar especialistas externos sobre un tema específico.
6. La extensión requerida es un problema que se resuelve una vez terminado el mensaje con toda la información que uno considera que debe llevar. Si nos ha quedado demasiado breve, habrá que profundizar -documentar- más el planteamiento del problema o la parte propositiva; si por el contrario nos ha quedado demasiado extenso, habrá que sintetizar cualquiera de estas dos partes del mensaje. Una cuartilla de 28 líneas a doble espacio equivale a un minuto y medio de lectura en público. Sólo conviene pensar en la extensión una vez que ya hemos redactado un borrador completo.
7. Nunca existe muy poca información; si sólo tenemos fecha, lugar y tema, ¡con eso es suficiente! Lo que hay que hacer es buscar antecedentes de un

evento análogo; también hay que revisar el archivo disponible de información sobre el tema de referencia, también se puede verificar si la fecha o el lugar son significativos -ya sea para el orador o para el interlocutor- desde el punto de vista histórico. De preferencia, siempre es importante verificar directamente con el orador cuál es su expectativa en relación al objetivo y características del mensaje.

8. Nunca es válido retomar lo ya elaborado porque cada mensaje debe ser único, tan único como el evento mismo. Se pueden revisar otros mensajes sobre el mismo tema, pero copiarlos significa renunciar a la oportunidad de decir algo nuevo con impacto.
9. Siempre hay que investigar el motivo del rechazo y corregir el mensaje en función de dicho motivo.
10. Cada mensaje es único, irrepetible, a la medida. A nivel metodológico se puede establecer una "receta" muy general, pero en la práctica, cada mensaje -con sus interlocutores, fecha, tema y contexto- te piden un tratamiento muy particular.

Si tuviera que establecer pasos básicos -muy generales- diría que:

1. Antes de redactar, es preciso hacer algunas preguntas:

- a) ¿quién da el mensaje?
- b) ¿a quién va dirigido?
- c) ¿por qué existe un interés de a) en enviar un mensaje a b)?
- d) ¿cuál es el contexto de a)? (sus más recientes)

- e) ¿cuál es el contexto de b)? (sus más recientes declaraciones sobre el tema a tratar)
- f) ¿cuál es el contexto nacional e internacional del tema a tratar?
- g) ¿a quiénes y cómo les afecta -positiva o negativamente- el tema?
- h) ¿cuál es la manera de enfocar críticamente el tema?
- i) ¿cuál es la manera de enfocar propositivamente el tema?
- j) ¿cómo motivar a b) para que sea receptivo al mensaje?

II. Una vez respondidas estas preguntas, elaborar una estructura general según lo indicado en la respuesta 1 de este cuestionario.

III. Definir las fuentes más importantes de consulta y tomar las notas necesarias para redactar cada parte de la estructura.

IV. Redactar sin interrupciones todo el mensaje sin importar la extensión.

V. Dejarlo "reposar" por lo menos un día.

VI. Sintetizar o ampliar el mensaje según necesidades de extensión.

VII. Revisar si la retórica empleada puede llegar a ser aún más sencilla y directa.

VIII. Revisar si el cierre contiene efectivamente una idea fuerte -consistente con el conjunto del mensaje-.

**IX. Revisar en la prensa el día para verificar si existen noticias de última hora sobre el tema tratado. Si es el caso, corregir lo necesario y volver a hacer todo desde el paso VI.**

**X. Revisar ortografía.**

**XI. Cuidar personalmente la presentación en tarjetas según las necesidades del orador.**

**Gerardo Guiza Lemus\***

- 1. Consultar toda aquella información de que disponga al respecto, ya sea de mensajes archivados, información hemerográfica del área, que me brinden ideas generales para la elaboración de un mensaje.**
- 2. Reflexiono sobre el tema, considero quien leerá el mensaje y qué tipo de público lo escuchará, con base en ello, se le imprime un toque solemne, de seriedad, de exhortación a algo, de emotividad, o simplemente realizo el cierre con un saludo de despedida.**
- 3. Manejo oraciones cortas o largas, dependiendo de la idea que se esté desarrollando, pero en general prefiero los párrafos cortos que considero le dan agilidad a la lectura del mensaje. A través de las oraciones breves, pienso que es posible imprimir un mayor énfasis a la lectura de ciertos conceptos.**
- 4. Yo diría que es mixto, porque ni puede ser totalmente técnico o coloquial, depende del evento, del público al que va dirigido, de quién lo pronunciará.**
- 5. Dípticos, trípticos, folletos, boletines, notas hemerográficas, entrevistas con los organizadores que me brinden un panorama general del evento, porque a través de estos documentos y con las entrevistas logras formarte una idea más precisa de lo que debes abordar en el tema en cuestión.**

---

\* Licenciado en ciencias de la comunicación. Ha laborado durante cinco años en el Centro de Estudios Económicos de Canacinfra, donde ocupa el puesto de Gerente de Análisis e Investigación.

6. El mismo tipo de mensaje te lo indica, si es de inauguración o clausura de una exposición, o simplemente una reflexión o participación en torno a cierto tema. En ocasiones te indican el tiempo destinado al ponente, y cuando no es así, escribo hasta agotar la información y las ideas de que disponga.
7. En estos casos, algo frecuentes, readapto algún mensaje ya elaborado, o hago fusión de varios de ellos que en ocasiones resultan documentos interesantes ya que terminan siendo un collage de ideas y de reflexiones propias, así como de otras personas, solo hay que darle uniformidad al estilo para que no termine siendo una mezcolanza, un refrito o un texto con un contenido pobre e intrascendente.
8. Cuando dispones de poco tiempo para construir un mensaje ya que en ocasiones este es requerido a último momento, y hay que aprender a hacer recurso de lo ya elaborado, sólo debes darle un matiz de actualidad y originalidad en tiempo, y en ideas.
9. Usualmente no ocurre porque se deben de prever este tipo de eventualidades, sin embargo, siendo así, tomo nota de los puntos de interés que deben incluirse y libras el problema. Para que esto no ocurra, hay que tener la certeza plena de lo que se va a escribir.
10. Todo cuanto he mencionado.

**Carios Alfaro Sánchez\***

- 1. Esquema previo, en los objetivos del mensaje deben estar muy claros el foro, el contexto.**
- 2. Dependiendo el mensaje, existen ciertos patrones (de tipo político, reconocimiento a la labor del funcionario y la disposición de la institución de trabajar en conjunto). De patrón (salida rutinaria) (entrada).**
- 3. Párrafos cortos y muy buena puntuación.**
- 4. Dependiendo del foro, dependiendo del ponente, si es una ponencia técnica o un técnico.**
- 5. Disponibles en la institución, prensa, mensajes anteriores, información biográfica de algún funcionario, sobre sectores manufactureros, y sobre estados de la república.**
- 6. Estar muy pendiente de las acciones de la institución, muy en contacto.**
- 7. Recopilar la información no documental con las áreas interna y externa.**
- 8. Depende de la situación, se tiene un contexto, se tiene un tiempo, es válido dependiendo del tiempo y la pertinencia del mensaje.**

---

\* Licenciado en sociología. Se desempeñaba como Coordinador de la presidencia nacional de Canacintra. Actualmente es asesor del gobierno del Estado de México.

9. No contestó.

10. Tener el esquema basado en varios puntos: el contexto, el interlocutor, hacia quién va dirigido, ¿cuál es la intención?

**Xóchitl Calderón Ramírez\***

1. **Cuando inicio un mensaje hago las siguientes consideraciones para establecer claramente el tono y el manejo de las ideas que voy a plasmar:**
  - . **Público al que me voy a dirigir**
  - . **Medio a través del cual se va a transmitir el mensaje**
  - . **Posición de la institución, el directivo o el ponente frente a las ideas que se van a expresar en el discurso (crítica, formativa, informativa, etc.)**
  - . **Inicio el mensaje ubicándolo en su contexto general.**
  - . **Desarrollo la temática haciendo énfasis en las tesis más relevantes.**
  
2. **Mis cierres siempre buscan resumir las tesis principales haciendo un llamado a la reflexión. Retomo las ideas en las que supongo habrá mayor identificación con el interlocutor, y lo invito a participar en el cambio a través de la acción directa (desde invitarlo a utilizar un servicio, hasta demandar un derecho que le corresponde como agente de cambio).**
  
3. **Es indispensable que los párrafos no tengan más de 3 oraciones (6 o 7 líneas justificadas). Las ideas más importantes generalmente procuro que sean muy cortas, claras y contundentes para que no pierdan fuerza.**

**Los párrafos demasiado largos tienen el peligro de confundir al receptor; sin embargo, cuando son necesarios hago uso de ellos.**

---

\* Licenciada en ciencias de la comunicación. Se desempeñó como Gerente del área de Cooperación Internacional de Canacinttra. Actualmente es Directora del EuroCentro.

- 4. Independientemente del público mi tendencia es la de escribir mensajes con lenguaje muy sencillo y coloquial. Hay que estar conscientes de que las buenas ideas no son necesariamente de enciclopedia. Los mensajes inteligentes son mucho más aceptados.**
- 5. Utilizo los estudios, ponencias, y escritos que encuentro sobre el tema, y trato de involucrarme directamente y crear mi propia postura.**
- 6. Si el mensaje es corto procuro incorporar únicamente las ideas básicas. Si el mensaje es de mayor extensión, sitúo la problemática en su contexto, me refiero a sus repercusiones en el pasado, en el presente, e incluso me permito prospectar diversos escenarios en el futuro.**

**Cuando es necesario hago mención de otros asuntos que están relacionados con el tema principal.**

- 7. En estos casos me planteo 2 alternativas:  
  . Si no conozco el tema busco otro (de preferencia general) que esté íntimamente relacionado, y me baso en este último para desarrollar el discurso sin olvidar hacer mención varias veces del tema principal. Si por ejemplo tuviera que hablar de los residuos sólidos en la industria, mi mensaje hablaría de la importancia de cuidar los aspectos ecológicos y de su incidencia en la calidad de vida de los habitantes...asimismo, hay que reconocer que la falta de una cultura ecológica repercute severamente en la calidad y productividad de las empresas, bla, bla, bla, y evidentemente uno**

de los elementos que debemos considerar y analizar seriamente, es precisamente el de los residuos sólidos.

. Si por el contrario tengo conocimiento del tema, el no recibir mayor información nos da la libertad de escribir todo aquello que se nos ocurra.

8. Yo creo que siempre se vale retomar lo ya escrito para elaborar un mensaje. Aquí lo importante es analizar si la persona simplemente copia una idea, la desarrolla, la debate, la critica o modifica. Lo importante es no considerar a las ideas como un algo estático; el análisis y la imaginación pueden dar como resultado algo totalmente distinto.

9. Si un mensaje es rechazado yo no cambio los lineamientos básicos, en toda ocasión procuro pedir que el interesado defina claramente los objetivos que persigue con su mensaje.

10. Establezco las líneas básicas del tema (personales, de grupo o de un tercero que ha solicitado la elaboración del mensaje).

. Analizo el tipo de receptor y el medio de comunicación a utilizar para la transmisión del mensaje.

. Ubico el tema

. Desarrollo la idea central y si es necesario la vinculo con temas que interesan al receptor.

. Redondeo la idea y procuro establecer ciertas conclusiones

. Invito a la reflexión o a la acción inmediata.

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

**Raúl Huerta López'**

- 1. Por lo regular establecemos un plan general a fin de tener una visión global del tema a desarrollar. No obstante, de acuerdo con la ponencia en cuestión, hay ocasiones en que es necesario tomar información aislada y realizar notas para después incorporarlas al cuerpo del texto.**
- 2. Realizando una breve síntesis de los aspectos más relevantes de la ponencia.**
- 3. Debido a la diversidad de temas que se tocan en el área, los párrafos y oraciones utilizados varían de acuerdo con la finalidad del trabajo. Así por ejemplo, cuando se trata de un mensaje que va a ser leído por el expositor, generalmente se utilizan expresiones cortas y directas; no obstante, hay ocasiones en que la ponencia se entrega por escrito a los organizadores y, en ese caso, el estilo de redacción suele ser diferente al anterior buscando mayor claridad en algunos conceptos.**
- 4. Es común que los trabajos que se realizan en el área se destinen a personas cuya actividad no se relaciona directamente con temas económicos y de planeación; en consecuencia, el lenguaje utilizado debe ser sencillo y directo con el fin de explicar claramente los temas tratados. En nuestro caso recomendamos utilizar preferentemente este último ya que resulta más accesible para la mayoría de las personas a las que deben llegar los trabajos.**

---

**\* Licenciado en Economía. Subdirector de planeación estratégica de Banca Cremi.**

- 5. La fuentes de información básica son: documentos oficiales, revistas especializadas, periódicos, libros técnicos y documentos de empresas especializadas en asesoría económica. No obstante, dependiendo el tema a desarrollar se pueden llegar a utilizar otros recursos como entrevistas directas con personas relacionadas con el tema.**
  
- 6. En términos generales las ponencias que se elaboran para presentaciones personales se ajustan a los requerimientos del expositor, en ese caso el nos "da línea" acerca de la ponencia. En los casos en que el trabajo no se presenta verbalmente, la extensión del mismo se determina de acuerdo con la complejidad del tema tratado.**
  
- 7. Este caso para nosotros es muy remoto; sin embargo cuando no existe claridad suficiente en cuanto a los puntos a desarrollar en algún trabajo, se consultan con el interesado algunos aspectos sugeridos por nosotros para elaborar la ponencia. En caso de que el trabajo sea sólo por escrito se busca contactar a los organizadores del evento para tratar de conocer aspectos importantes del mismo tales como: el objetivo del trabajo, el público a quién va dirigido, y otros.**
  
- 8. No contestó.**
  
- 9. En estos casos, una vez que ya se realizó un primer esfuerzo por desarrollar el trabajo y este no convenció a la persona que lo encargó, se le "plde línea" a fin de establecer claramente cual debe ser el contenido de la ponencia. En**

consecuencia, los lineamientos básicos se cambian de acuerdo con los nuevos requerimientos solicitados.

**10. En términos generales la metodología que utilizamos en el área es la siguiente:**

**1.- Identificación del tema.- Buscamos qué es lo que se debe decir en el trabajo**

**2.- Identificación de fuentes de información.- Se establecen las principales fuentes de información a consultar.**

**3.- Recolección de información.- Se recaba la información que se encuentra de manera más accesible.**

**4.- Elaboración de notas.- Se realizan notas manuscritas acerca de las principales ideas que se desarrollarán en el trabajo.**

**5.- Redacción del trabajo.- Se redacta el cuerpo del trabajo.**

**6.- Revisión final y entrega.- Se realiza una visión final (básicamente de la ortografía) para posteriormente entregar la versión final del trabajo.**

**Regina Vergara Ramírez\***

- 1. Por lo regular, el desarrollo del mensaje partió de un esquema general de ideas, previamente discutidas a detalle con el expositor.**
- 2. El cierre del mensaje se orientó a dos propósitos: una exhortativa a la acción, o bien, una recapitulación de las ideas desarrolladas en el cuerpo del discurso.**
- 3. Los mensajes pueden tomar diversas formas, desde discursos propiamente dichos, hasta editoriales, artículos o conferencias. En función de tal forma, se determina la extensión de frases y párrafos. En el primer caso, frases y párrafos se redactan de manera directa y concisa. En el segundo, se opta por extensiones combinadas, aún y cuando frases y párrafos cortos marcan la pauta general.**
- 4. La eficiencia del mensaje puede medirse atendiendo a la cabal comprensión sobre su contenido y, entonces, el lenguaje empleado está directamente relacionado con el tipo de auditorio a que se dirige, sin embargo, aún en casos en que el tema a tratar encierra una dificultad técnica, el uso de conceptos complejos debería restringirse a lo mínimo, en tanto que es deseable buscar más un lenguaje común y corriente, así como palabras de uso coloquial.**

---

\* Licenciada en sociología. Ha sido asesora de las mesas directivas de Concamin y del Consejo Coordinador Empresarial.

5. Archivos de información reunidos por el equipo de trabajo, libros, periódicos, documentos, correspondencia y revistas, todo lo cual se apoya en la consulta con expertos en la materia y en entrevistas personales con las partes involucradas en el tema a desarrollar en el mensaje.
6. La extensión del mensaje final es un dato de primera importancia, porque de los minutos de que se dispone, dependen la forma, tratamiento y desarrollo del tema. Muchas veces es más difícil hacer composturas que hacer un mensaje corto o largo a la primera, esto es, resulta más difícil redactar en largo para luego recortar, o, redactar en corto para luego extender, que escribir directamente con la clara conciencia del tiempo que se tiene para exponer una tesis.
7. Desde luego, para la elaboración de cada mensaje, son condiciones indispensables: información, tiempo, línea, destreza y capacidad comunicativa. Lamentablemente, dada la dinámica del organismo empresarial, la situación ideal no sólo no es la más frecuente, sino incluso, puede haber ocasiones en que fecha, lugar y tema son los únicos datos a la mano. En este caso extremo, respaldadas tanto por la experiencia como por un banco informativo eficiente, destreza y capacidad comunicativas se ponen a prueba.
8. No contestó.
9. No es raro que el mensaje pase por varias versiones antes de llegar a su forma última, en especial cuando el expositor y su asesor empiezan a conocerse. Si están en esta etapa, es útil que la primera versión del mensaje

responda exactamente a lo que el expositor quiera decir, de manera llana y literal, sin matices ni estilo. Las versiones posteriores, enriquecidas por el asesor con investigación y con habilidad comunicativa, así como por un mejor entendimiento mutuo, estarán cada vez más cerca de un buen mensaje. No obstante, insisto en lo dicho antes: muchas veces es más difícil hacer composuras que hacer el mensaje a la primera.

10. En suma, la elaboración de un "buen mensaje", esto es, que resulte políticamente eficaz, exige el cumplimiento de ciertos requisitos:

\* contener ideas claras; expresarse con eficiencia y corrección; abordar los intereses de su auditorio, proponer alternativas y metas; exhortar a la acción; y, por ende, convencer a quien lo oiga, al igual que señalar un rumbo a seguir.

Para esto, la elaboración de un "buen mensaje" debe fincarse en un sistema de planeación que supone cumplir con tres condiciones básicas:

\*información (archivos informativos reunidos por el equipo de trabajo, libros, periódicos, documentos, correspondencia, revistas y consultas continuas con expertos en la materia); línea (entrevistas personales tanto con las partes involucradas en el tema, como en el expositor del mensaje), y tiempo (entre 3 y 5 días de trabajo por parte del asesor).

**Jaime González Graf\***

- 1. Se tiene que partir de un plan general y a su vez de un proyecto. Un discurso para que sea exitoso requiere de un proyecto que vaya atrás de él. La anécdota: hace 40 años un aprendiz de política en Israel le comenta al primer ministro Ben Gurión que quiere ser político. A su vez el primer ministro pregunta: "¿Que hace un primer ministro? Responde el aprendiz: un primer ministro toma las grandes decisiones nacionales. Contesta Gurión: no. Entonces, dice el aprendiz crea planes. Tampoco, lo que hace un primer ministro es elaborar un discurso y luego actúa en consecuencia a él." Todo discurso necesita un objetivo y ese objetivo parte de un proyecto del dirigente político o empresarial.**
  
- 2. Si el discurso es consistente con el proyecto el cierre se da solo. Es la consistencia entre la pieza oratoria y el cierre . Se consigue al elaborar el razonamiento del discurso.**
  
- 3. Ideas claras**  
**Frases cortas y directas**  
**Párrafos cortos- Una sola idea**  
**Lenguaje corto**
  
- 4. Siempre lenguaje llano**

---

\* Licenciado en Sociología. Fue asesor de organismos empresariales durante muchos años. En la actualidad es presidente del Instituto Mexicano de Estudios Políticos.

5. **La historia** libros  
**La teoría** libros  
**La información cotidiana** prensa  
**La información especializada** prensa y revista  
**La estadística** información oficial  
**El análisis** revistas de información general y especializada
6. **La imaginación.**
7. **¿Quién es el público? Idea clara del público, falta el público**
- 8- **No contestó.**
9. **Los tiro a la basura y lo vuelvo a comenzar, lo peor es remendar el discurso.**
10. **Fijo el tema, al fijar el tema fijo el objetivo**  
**Fijo el objetivo**  
**Específico el objetivo**  
**Preclaro más conceptos**  
**Hago la crítica de la realidad actual y de la historia**  
**Analizo los datos y hago las propuestas**

**Pedro Tello Villagrán\***

- 1. No escribo una sola línea sin tener un guión previo. Para saber lo que voy a anotar en la introducción y cuáles van a ser las conclusiones del mensaje. La idea es partir de un plan general.**
- 2. Establezco el cierre del mensaje por medio de la recapitulación de las tesis del mensaje, fijando con precisión la opinión de la Institución con respecto al tema central del mismo.**
- 3. Un discurso con párrafos y oraciones más reducidos, que le permita al auditorio conocer con más precisión y contundencia. De este modo se logra captar la atención de los escuchas y darle mayor consistencia.**

**Se escribe una hipótesis al principio del párrafo, para comprobarla con frases cortas y separadas por punto y seguido, o punto y coma.**

- 4. Tratándose de mensajes institucionales se debe garantizar un lenguaje coloquial, sencillo, común. Lo mejor es combinar el lenguaje sencillo con algunos términos técnicos. Hay que evitar que el lenguaje técnico rebase más del 50 por ciento del contenido como máximo. Puede haber mensajes con lenguaje sencillo totalmente o con un 95 por ciento pero nunca que la proporción se incline hacia el lenguaje técnico, ni en foros de especialistas.**
- 5. Las principales fuentes son:**

---

\* Licenciado en economía. Es Director del Centro de Estudios Económicos de Canacintra, con experiencia de 10 años en la materia.

- I.- Tesis Institucionales**
- II.- Información periodística reciente**
- III.- Fuentes del sector público y del medio académico**
- IV.- Estadísticas**

- 6. Desde el guión hay que saber cuantas páginas se van a dedicar a la introducción, cuantas al desarrollo de cada tema, y conocer la extensión de las conclusiones.**
  
- 7. Al principio del mensaje se puede resaltar la importancia del evento, para después plantear otros temas de actualidad y de interés para la comunidad empresarial. Aprovechar los medios de comunicación y los temas que están en la mira de la opinión pública.**
  
- 8. I.- Siempre es válido si las ideas siguen siendo vigentes**  
**II.- Siempre que la consistencia de las ideas fuerza no suscite duda alguna**  
**III.- Siempre que resulta importante reafirmar alguna postura sobre un tema abordado tiempo atrás o en foros diferentes**  
**IV.- Siempre que el traer ideas fuerza sea sólo un recurso para fortalecer el contenido**
  
- 9. Cuando existen recomendaciones precisas para modificar el mensaje, habrá que analizar que partes pueden ser cambiadas y en sustitución de que ideas se incorporarán las recomendaciones. Esto para no desechar lo realizado y si enriquecer su contenido. Cuando sea necesario se puede cambiar la estructura del mensaje original.**

**Para hacer esto es necesario hacer un ejercicio crítico, qué tan satisfactorio es el resultado final. De qué manera modificar el discurso sin eliminar las ideas fuerza.**

**10. I.- Elaborar un guión**

**II.- Establecer la extensión de cada parte del guión.**

**III.- Investigación bibliográfica y hemerográfica para revisar tesis e ideas novedosas**

**IV.- Tomar notas de la investigación realizada**

**V.- Incorporar las notas al guión**

**VI.- Redactar**

**Y al final agregaría que son necesarias dos tareas permanentes para la elaboración de mensajes:**

- a. Estar pendiente de la información noticiosa y de análisis de todos los medios de comunicación para tomar notas de lo importante.**
- b. No perder de vista que la mejor manera de aprender a redactar discursos es leyendo discursos ajenos, para observar como los estructuran otras personas y lanzarse al agua redactando los propios.**

**Carmen Llorens Fabregat\***

- 1. Inicio un mensaje investigando acerca del carácter general del evento en el que el ponente va a emitir un mensaje. Investigo el aspecto de la forma antes que el fondo, ya sea con los organizadores del evento o con otras fuentes trato de obtener mayores datos, que permitan conocer las condiciones del evento y del mensaje requerido.**

**Se necesita un conocimiento previo de las tesis de la institución y del sector para sustentarias en el discurso.**

**La entrada puede ser coloquial, protocoloria.**

**Hay que tomar en cuenta que el discurso es una oportunidad para afianzar lazos de colaboración y refrendar vínculos.**

**La estructura del discurso que elaboro es la siguiente:**

- I. Entrada coloquial.**
- II. Reforzar vínculos con otros sectores**
- III. Hablar del contexto nacional**
- IV. Entrar al tema del mensaje. Aterrizar conceptos generales y ligarlos a la problemática concreta de la institución.**

---

\* Licenciada en historia. Es coordinadora del área de comunicación de Canifarma.

- V. Conocer las tesis del sector sobre diversos conceptos**
- VI. Hacer recapitulación de las ideas principales y elaborar conclusiones de la argumentación.**
- 2. Mencionar las tres o cuatro ideas básicas del mensaje. Los cierres deben ser referidos al sector al que pertenece la institución y hacerlos propositivos.**
  - 3. Ideas precisas, concisas, contundentes y argumentadas.**
  - 4. Ideas de acuerdo al público y al tipo de foro. Si el mensaje es ante especialistas el lenguaje tiene que ser técnico**
  - 5. La propia institución; todas las fuentes que habien sobre el sector al que pertenece la Institución. Documentos internos.**
  - 6. Tocar los temas con más profundidad y tener apoyos técnicos así como audiovisuales.**
  - 7. Investigando con los organizadores del evento y con toda persona que nos pueda brindar información**
  - 8. No estoy de acuerdo en retomar lo ya elaborado; jamás es eficaz retomar porque el escenario es otro, cambia siempre de un evento a otro. Hay que replantear un nuevo discurso.**

**9. Estar consciente que puede ocurrir. Hay que aconsejar al expositor sobre los cambios que el proponga si no son muy acertados.**

**10. Investigación formal.**

**Plan de contenido**

**Investigación del fondo.**

**Redactar.**

**Corrección de estilo. (Nunca se tiene que ir un error de ortografía, redacción o de dedo).**

## **CAPÍTULO V**

### **EJEMPLOS DE MENSAJES ELABORADOS.**

**Siempre es útil contar con una pequeña guía de ejemplos para diferentes eventos que nos muestre como están contruidos los discursos, en forma y contenido.**

**Una tesis que presente sugerencias metodológicas para elaborar discursos y que no presente ejemplos concretos de mensajes, sería una investigación incompleta.**

**Por ello, a continuación se presentan diez ejemplos: dos mensajes de inauguración, dos de clausura, una ponencia, dos mensajes ante gobernadores, uno con el sector académico, uno con expositores extranjeros y una intervención durante un seminario.**

**Estos diferentes tipos de discursos empresariales sería lo equivalente en periodismo a los diferentes géneros periodísticos.**

**Los mensajes que se presentan a continuación son el resultado final de aplicar una metodología para su elaboración.**

### **5.1 Mensajes de Inauguración**

**Los mensajes de inauguración, en general son breves, hacen alusión al evento, y terminan casi siempre con una breve declaratoria de inauguración del mismo.**

**Mensaje durante la inauguración de la Expo Mochis 93.**

**Mochis, Sin.**

**Mayo 6, 1993.**

**Ingeniero Renato Vega Alvarado,  
Gobernador Constitucional del Estado de Sinaloa;**

**Amigas y amigos industriales;**

**Señoras y señores:**

**Al englobar a los principales productores de bienes de consumo de Sinaloa, la Expo Mochis 93, se erige como un evento que resume la trascendencia de la modernización industrial para la región del Pacífico Centro y para todas las delegaciones de la institución en la zona.**

**En México hemos sido testigos del cambio estructural de nuestra economía. El entorno macroeconómico ahora es favorable para la inversión privada nacional y extranjera, ya que se ha logrado sanear las finanzas públicas, controlar la inflación, abrir las fronteras comerciales para competir en otros**

**mercados y algunos cambios más que favorecen el crecimiento de la actividad fabril del país.**

**Todo ello nos está conduciendo a una consolidación de las reformas económicas y a una reestructuración de nuestras relaciones comerciales con el resto del mundo.**

**Pero hay que recalcar que todavía faltan caminos por recorrer. Existen disparidades importantes entre diversos sectores de la planta productiva. Mientras algunos se encuentran en un dinamismo ascendente de su producción, otros se encuentran en estancamiento y otros más muestran rasgos de recesión.**

**En un marco más general, los dividendos que se han obtenido por el crecimiento económico del país aún no se traducen en la creación de un mayor número de empleos y mejor remunerados, ni tampoco los avances macroeconómicos se reflejan en la totalidad de la población.**

**Ante esto, todos los sectores de la sociedad estamos interesados en elevar el nivel de vida de los mexicanos, porque sabemos que sólo con la estabilidad económica se alcanzarán las metas de crecimiento económico al que aspiramos.**

**El gobierno sigue esforzándose con ayuda de trabajadores y empresarios para conseguir el abatimiento de la inflación y llegar al nivel de un sólo dígito, acorde al nivel inflacionario que manejan nuestros socios comerciales de América del Norte: Estados Unidos y Canadá.**

**En lo concreto, el gobierno, en colaboración con el sector privado, está impulsando los programas sectoriales de competitividad que buscan estimular la reactivación de ramas industriales que aún presentan un estancamiento productivo.**

**Asimismo, en concordancia con estas acciones, se encuentra la obligación particular de cada una de las empresas por alcanzar la eficiencia microeconómica, indispensable para poseer una planta productiva capaz de competir con las economías más poderosas del orbe.**

**Por otra parte, el desempeño desigual de los sectores productivos se explica a su vez por el comportamiento del mercado interno, a lo que a continuación quiero referirme.**

**La demanda en el mercado interno se ha modificado en la última década, la desincorporación de paraestatales ha provocado una menor demanda de bienes y servicios de parte de este sector; las empresas exportadoras se aprovisionan de insumos en el exterior; la contención de los salarios se ha traducido en un menor poder de compra de gran parte de la población, induciendo cambios en todos los patrones de consumo, estos elementos se reflejan en el estado actual del mercado interno.**

**También el aumento de artículos de consumo provenientes del exterior que se comercializan en grandes y medianas cadenas de autoservicio y en el creciente comercio ambulante, están provocando una reducción en la**

**demanda de productos nacionales, debido en cierta forma al bajo costo de las mercancías extranjeras.**

**Ante ello, en el sector industrial estamos pugnando por reorientar la producción, modernizar las estructuras de producción y comercialización, mejoras en la calidad y en el servicio y promover una política de fomento que sea apropiada a la estrategia económica nacional.**

**Señor gobernador:**

**Seguimos siendo testigos del entusiasmo que su gobierno ha imprimido al trabajo coordinado y productivo de todos los sectores sociales de este próspero estado.**

**La modernización de la entidad está consolidándose hacia una mayor diversificación en los servicios y actividades productivas, logrando con ello una mayor competitividad en la región.**

**El gobierno que usted dirige es claro ejemplo de compromiso por fortalecer y hacer extensivo el bienestar a todos los sinaloenses, y de encabezar los cambios que requiera la modernización estatal.**

**La realización de esta expo demuestra el interés del industrial sinaloense por promover la modernización de la actividad productiva en la entidad.**

**En suma, en el sector de transformación seguiremos trabajando intensamente para promover los cambios que el país requiere, les deseo el más amplio éxito.**

**Muchas gracias.**

**Mensaje durante la inauguración de la doceava juguetiexpo.**

**México, D.F.**

**Mayo 18, 1993.**

**Señoras y señores:**

**Es para mi un honor dirigir unas palabras en la inauguración de esta doceava juguetiexpo 93, evento que ha acaparado en los últimos once años la atención de los industriales del juguete.**

**Ha sido ya tradicional que la expo del juguete sea un escaparate de lo producido por mexicanos para el consumo nacional y para mercados del exterior, porque congrega el interés de este sector en exhibir las últimas manufacturas que se han realizado en nuestro país.**

**Asimismo, esta expo permitirá a los fabricantes del ramo establecer canales de comunicación más directos con los consumidores.**

**Eventos como el que hoy nos reúne, promueve enlaces entre los principales oferentes y demandantes con los que se acrecienta la posibilidad de cubrir los mercados, y satisfacer al consumidor con los precios y la calidad que le favorezcan.**

**Resalta la importancia de fortalecer el vínculo entre productor-consumidor porque fortalece a la industria nacional en momentos en que la apertura comercial ha incrementado la afluencia de mercancías extranjeras.**

**Esta apertura ha ocasionado problemas al productor nacional de juguetes porque ingresan al país manufacturas extranjeras que no garantizan las normas de calidad, y sólo por el precio bajo son atractivos para el público. Por ello, creemos que sanciones como la que SECOFI impuso a las importaciones de juguetes de origen chino favorece una competencia más igualitaria.**

**El contexto actual plantea varios retos al industrial del juguete, entre los que destacan: la conservación del mercado, el aumento de la productividad y la conquista de mercados foráneos.**

**Sin embargo, todo el esfuerzo para enfrentar estos desafíos será en vano si no se consigue la colaboración de todos. Autoridades y público consumidor deben cooperar en la búsqueda de una competencia más equitativa y evitar las importaciones que violen las normas aplicables en el país.**

**La juguetiexpo al reunir en un sólo espacio a productores, compradores y vendedores permite consolidar intereses económicos y comerciales de los que se deriven proyectos de subcontratación, asistencia técnica e inversión, entre otros factores de importancia para el sector.**

**Este evento, que es organizado brillantemente por la Asociación Mexicana de la Industria del Juguete, reúne a más de cien expositores que exhiben la calidad del juguete mexicano. Calidad que se perfecciona día con día.**

**En nuestra institución seguiremos apoyado los esfuerzos de esta naturaleza, para promover las manufacturas nacionales en un marco de competencia más leal por los mercados.**

**Por todo lo anterior me resulta muy grato declarar inaugurados los trabajos de la doceava jugueteexpo 93, a la cual le auguro el más amplio éxito.**

**Muchas gracias.**

## **5.2 Mensajes de clausura**

**Los mensajes de clausura también son breves, pueden aludir al desarrollo del evento, la respuesta del público asistente y cerrar con la declaratoria de clausura.**

**Mensaje durante la clausura del Noveno Congreso Nacional de la Asociación Mexicana del Envase y Embalaje.**

**México, D.F.**

**Octubre 8, 1992.**

**Amigos industriales;**

**Señoras y señores:**

**Me causa una gran satisfacción participar en la clausura de este Noveno Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Envase y Embalaje, ya que en este foro se han expuesto reflexiones importantes acerca de las tendencias del mercado en este rubro, el cuidado ecológico, los desafíos para el incremento de las exportaciones, entre otros temas trascendentes para el desarrollo de esta industria.**

**Quisiera exponer algunas de las tendencias que se vislumbran en un mundo cada vez más interconectado en todos los niveles como el económico, el cultural, el informativo.**

**Ya que a nivel macroeconómico, México ha abierto su economía, ha realizado cambios importantes en su estructura productiva, ha logrado el saneamiento de sus finanzas públicas, en momentos en que se registra una intensa competencia mundial por los mercados, el capital, y la tecnología, aunado a una recesión de las economías de los principales países industrializados.**

**Por otra parte, con la rúbrica al documento final del tratado de libre comercio, el día de ayer, se ha dado un paso trascendente para la internacionalización de nuestra economía, que nos permitirá acceder a un mercado con cerca de 360 millones de consumidores potenciales. Esto nos coloca como uno de los países con mayores oportunidades para crecer industrial y comercialmente.**

**Este acuerdo comercial repercutirá favorablemente en el aumento de las exportaciones, inversiones, salarios y empleos, al eliminar las barreras arancelarias y contar con la zona de libre comercio más grande del orbe.**

**Además facilitará el acceso de nuevas tecnologías, que permitirán producir un mayor número de bienes con altos niveles de calidad, y con menores costos para el fabricante, por lo tanto, nos volveremos más competitivos en esta era de la revolución científica y técnica.**

**Una de las principales tendencias en la actualidad, sobre todo en las unidades fabriles de menor tamaño, es la especialización en procesos y productos que permitan establecer alianzas estratégicas con grandes empresas en la conformación de cadenas productivas.**

**Por último, para tener éxito en este reto de la globalización necesitamos aplicar la calidad total en la actividad de las empresas, concepto que implica hacer las cosas bien desde la primera vez, con eficacia en la planeación y en el proceso productivo.**

**Agradezco la amable invitación que me ha extendido la Asociación Mexicana de Envases y Embalaje, y me es muy satisfactorio declarar clausurados los trabajos de este Noveno Congreso Nacional, el cual ha cumplido con su objetivo de reunir en su seno a los industriales de este sector para el análisis de su quehacer productivo.**

**Muchas gracias.**

**Mensaje durante la clausura de la Convención Nacional de la Industria de Pinturas y Tintas.**

**Cancún, Quintana Roo.**

**Septiembre 27, 1992.**

**Amigas y amigos industriales;**

**Señoras y señores:**

**Me es particularmente grato acudir a la clausura de la Convención Nacional de la Industria de Pinturas y Tintas, evento que a lo largo de estos cuatro días ha recogido relevantes conclusiones para este importante sector de la industria química.**

**Ante esta oportunidad que nos brinda la apertura comercial y la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, esta industria tiene la posibilidad de acceder a otros mercados y diversificar sus contactos con nuevos socios comerciales.**

**No ha sido fácil avanzar en lo interno, hay costos sociales y productivos. Sin embargo, podemos afirmar que transitamos por el camino correcto. Ahora, corresponde a las empresas desempeñar el papel protagónico, ya que depende de ellas alcanzar los niveles de productividad y calidad requeridos para competir con éxito en los mercados internacionales.**

**Por ello quiero expresar nuestro reconocimiento a la industria de pinturas y tintas, ya que por medio de las convenciones que realiza año con año, busca abrir canales de comunicación que faciliten la tarea de enlazar esfuerzos y coordinar objetivos, que se plasmen en un quehacer productivo que beneficie a la sociedad en su conjunto.**

**La utilización de los últimos adelantos científicos y tecnológicos en la elaboración de estos materiales se ha convertido en auténtica necesidad, y en uno de los grandes retos para consolidar a este sector como uno de los más dinámicos.**

**Este segmento industrial que se encuentra en constante evolución y experimenta cambios a un ritmo vertiginoso, se ha convertido en uno de los motores del crecimiento no sólo de la industria química, sino también de la actividad fabril en su conjunto.**

**Los insumos que se utilizan en este sector son en su mayoría de origen nacional, lo que favorece a otros sectores de la economía nacional y permite constituir cadenas productivas benéficas para el crecimiento económico del país.**

**Como los propios industriales de esta rama lo han asumido, la variable ecológica ha cobrado una gran importancia en la actividad productiva. En su actividad se busca equilibrar el cuidado del entorno natural con los procesos de producción, ya que un medio ambiente armónico constituye la base para sustentar un crecimiento industrial limpio a largo plazo.**

**Con la firma del pacto ecológico-industrial, la rama de pinturas y tintas está realizando grandes esfuerzos para introducir equipos anticontaminantes que reduzcan las emisiones tóxicas al ambiente y favorezcan un medio natural más saludable para toda la población.**

**Además de su utilidad social al proporcionar empleos y consumir insumos y bienes nacionales para su producción, esta industria, que bien podría llamarse industria del color, tiene importantes desafíos y oportunidades que atender. Lo mismo en productividad, calidad, ecología, consolidación de su presencia en el mercado interno, generación de divisas por exportaciones, que en lo concerniente a empleos, aprovechamiento de los recursos del país, su sector tiene mucho que aportar al avance industrial de México.**

**De ahí la importancia de foros como el que nos congrega, ya que en eventos como este se fomenta el diálogo constructivo entre los industriales de esta rama fabril, y sirve además para mantenernos al tanto de los avances efectuados en otras regiones.**

**Por todo ello, me es sumamente grato declarar formalmente clausurados los trabajos de esta décimo octava Convención Nacional de la Industria de Pinturas y Tintas. Estoy seguro que todas las expectativas y objetivos planteados antes del evento se hayan cumplido cabalmente.**

**Muchas gracias.**

### **5.3 Ponencias**

**Una ponencia siempre es un mensaje más profundo, con un análisis más detallado del tema en cuestión, generalmente en el foro donde se dirige se cuenta con especialistas por lo que el expositor debe contar con un documento que sustente todas las tesis mencionadas. Su extensión es mayor que un discurso.**

**Mensaje durante el III Foro México Joven, con el tema "Reconversión Productiva para un Desarrollo Sustentable".**

**México, D.F.**

**Septiembre 8, 1993.**

**Mientras nuestro país está alcanzando niveles inflacionarios de un sólo dígito y el sector manufacturero está experimentando un comportamiento recesivo de 25 de las 49 ramas al primer trimestre del año, se continúa promoviendo la reconversión productiva como factor clave para la elevación de la competitividad y el desarrollo sostenible.**

**Durante el año pasado la mayor parte de las importaciones estuvo fundamentada en la adquisición de bienes de capital necesarios para la reconversión productiva, así como de insumos intermedios que están reemplazando a aquellos que por su mala calidad, precio alto, o falta de abastecimiento estaban impidiendo un adecuado nivel competitivo con otras industrias.**

**La reconversión productiva es el proceso de implantar en las industrias tecnología y maquinaria más moderna y eficiente, trasladando a nuestro país sistemas y métodos productivos que nos permitan obtener mayor calidad a menores costos.**

**Esta reconversión se basa en cuatro aspectos:**

- **La internacionalización de la planta productiva nacional, que nos permite modernizarnos para competir en mejores condiciones en el concierto mundial de la globalización económica**

- **El desarrollo tecnológico y el mejoramiento de la calidad y competitividad, al ser factores esenciales para arribar a una estructura productiva capaz de sostener un crecimiento industrial acorde a las necesidades de nuestra nación**

- **La desregulación de las actividades económicas, porque colabora en la tarea de la reconversión productiva al permitir que los agentes económicos intercambien capital, bienes y servicios de forma más fluida y libre**

- **El fomento a las exportaciones, que obliga a renovar nuestro aparato productivo y contar con maquinaria más moderna que nos permita enfrentar los retos de la apertura comercial**

**Es por esto que, necesitamos actualizar equipos de producción, infraestructura, transporte, sistemas administrativos y de comercialización para evitar rezagos que acrecienten la brecha existente entre México y las**

**naciones industrializadas que han emprendido desde hace años todo un proceso de modernización en sus estructuras económicas.**

**No podemos esperar que la modernización del país se finque únicamente en el esfuerzo de los industriales, pues las materias primas que se utilizan, los recursos crediticios para las empresas, la formación académica de recursos humanos, el transporte de nuestros productos, y los trámites en las dependencias gubernamentales, por mencionar algunos aspectos, no dependen de nuestro sector; constituyen áreas que también deben atenderse para evitar que el esfuerzo que realicemos sea obstaculizado por inercias prevaletentes en el entorno de las industrias.**

**Coincidimos en la necesidad de que los apoyos y esfuerzos en torno a la actualización de los procesos industriales deben privilegiar a los establecimientos de menor tamaño, esto es, a la micro, pequeña y mediana industria, pues en ellos se genera cerca del 50 por ciento del empleo manufacturero, a la vez que representan el 98 por ciento de los establecimientos fabriles del país.**

**El éxito de la reconversión productiva solo es concebible dentro de un ambiente global de cambio estructural, que comprometa a todos los sectores de la economía y la sociedad.**

**La competitividad de nuestras manufacturas y la modernización de los procesos fabriles deben apoyarse no sólo en los esfuerzos que a nivel productivo realiza el sector empresarial; es necesario, además que existan**

**Instrumentos de fomento industrial y protección equiparables a los de los países industriales más adelantados.**

**La consolidación de la apertura comercial permitirá la modernización de la estructura industrial, mejorar las escalas de producción y lograr así su inserción eficaz en la economía mundial. También se favorecerá el uso de tecnologías más adecuadas para aumentar la productividad de los procesos, mejorar la calidad de los productos, y maximizar, así, las ventajas comparativas de la economía mexicana.**

**El desarrollo científico y tecnológico puede contribuir entre varios factores, a resolver problemas ecológicos si se invierten los recursos financieros necesarios para desarrollar los procesos, materiales y productos que sustituyan aquellos que mayor incidencia tienen en el deterioro del medio ambiente.**

**En el futuro están contemplados el uso de fuentes alternativas de energía que no sólo disminuirán el consumo de recursos naturales, sino además sus emisiones al ambiente serán menos contaminantes. Estas fuentes alternativas necesitarán el uso de materiales superconductores que optimizarán el uso de energía y reducirán la utilización de los recursos naturales.**

**El desarrollo de la biotecnología, es una de las vertientes más esperanzadoras, que contribuirá a preservar las especies en extinción y a lograr la auto suficiencia alimentaria.**

**Asimismo habrá que seguir impulsando la investigación de nuevos equipos anticontaminantes para la industria y los medios de transportes, que favorezcan la eliminación de gases tóxicos al ambiente.**

**Debemos evaluar el costo-beneficio de incluir nuevas tecnologías en los procesos productivos para ser más eficientes económica y ecológicamente.**

**También se requiere impulsar la transferencia de tecnologías ecológicas con mayor fluidez.**

**Por otra parte, el desarrollo sustentable es un proceso de transición en el que se requiere ir transformando las formas de vida, la tecnología y la producción para sostener un crecimiento económico con equidad social y equilibrio ecológico.**

**El desarrollo es un avance equilibrado, consistente y duradero de los sectores económicos del país, cuya expresión más importante es el mejoramiento en el bienestar de la población y no sólo el aumento cuantitativo de la producción; sabemos que a partir de la articulación y complementariedad entre los distintos agentes productivos, es factible propiciar un crecimiento estable, sostenido y ordenado con un uso racional de los recursos naturales.**

**El derecho al desarrollo debe ejercerse de forma tal que atienda equitativamente a las necesidades de desarrollo y a las ambientales de las generaciones presentes y futuras. Por ello, debemos armonizar la producción con la naturaleza. Porque para conseguir el desarrollo**

**sustentable, la protección ambiental debe constituir parte integral del proceso de desarrollo, no pudiendo ser considerada aisladamente de este.**

**A fin de brindar una mejor calidad de vida a toda la población se requiere eliminar patrones no sustentables de producción y consumo, así como promover políticas para un menor crecimiento demográfico.**

**Para colaborar en la construcción de un desarrollo sustentable debemos impulsar el desarrollo científico y tecnológico, sobre todo, la investigación de esquemas propios para la búsqueda de autonomía en estos sectores.**

**Pero, ¿cómo financiar el desarrollo sustentable?**

**¿Asignar los recursos disponibles para la preservación del ambiente o canalizarlos para promover el crecimiento económico?**

**Este dilema es falso, porque ambos propósitos pueden hacerse compatibles. El desarrollo sustentable sostiene que debe vencerse el problema de la pobreza en la presente generación pero sin dañar el medio ambiente. Porque sin crecimiento económico y del ingreso no habrá mejoría ambiental.**

**Para alcanzar el desarrollo sustentable tenemos que partir de cinco principios:**

**1) Los recursos naturales renovables deben ser utilizados en la producción y el consumo sólo hasta el nivel marcado por el ritmo de recuperación.**

**2) Las emisiones y los desechos tóxicos deben restringirse hasta el nivel que permita al ambiente asimilarlos o dispersarlos.**

**3) Los recursos no renovables deben explotarse hasta el nivel en el que la tecnología vaya utilizando nuevos sustitutos.**

**4) Tener acceso a financiamiento para la adquisición de tecnologías limpias y la compra e instalación de equipos anticontaminantes.**

**5) El uso de energéticos menos contaminantes.**

**Por otra parte, la solución de fondo de la problemática ecológica requiere de la colaboración y el compromiso de todos los sectores, porque todos han contribuido a degradar el ambiente: tanto agentes económicos y sociales.**

**El reto es a largo plazo; significa en primer lugar redoblar los esfuerzos concertados y de voluntad unificada, en segundo lugar, verificar el cumplimiento de los compromisos asumidos, y por último, integrar en esta cruzada contra la contaminación a la población en su conjunto.**

**Revertir el deterioro ambiental conlleva un replanteamiento del carácter depredador de los recursos naturales y de los hábitos de consumo que caracterizan a la sociedad contemporánea.**

**En esta misma tónica, debemos evaluar el costo-beneficio que seguirá al planear y seguir un modelo de crecimiento que tenga en cuenta los**

**resultados ecológicos y económicos como un todo. Porque el objetivo es producir más y mejor con menor cantidad de energéticos.**

**Si bien el acceso al financiamiento y la utilización de tecnologías limpias son aspectos claves para superar este reto. Lo es también el comercio abierto para que el exterior no sea una traba para el desarrollo interno. Más que ayuda Internacional para resolver la ecología, necesitamos asegurar un flujo más libre de bienes, servicios y recursos financieros.**

**Si las actividades ecológicas se convierten en un negocio económicamente rentable se podrá asegurar la participación de empresas privadas y el inicio de un nuevo mercado para la inversión nacional y extranjera.**

**En suma, las políticas ambientales y de desarrollo deben integrarse, porque ahora las actividades que se guiaban por criterios puramente económicos tendrán que satisfacer también criterios de conservación ambiental. Por ello, tenemos la necesidad de armonizar el desarrollo con la protección de la naturaleza y con el uso racional de los recursos para su conservación.**

**Necesitamos ampliar el círculo de la producción; antes sólo tomábamos las materias primas y las transformábamos en bienes, ahora hay que tener en cuenta la retribución que tenemos que hacer con el medio ambiente.**

**Si algo le quitamos a la naturaleza, habrá que restituirlo, para no desequilibrar la ecología y para asegurar un futuro abastecimiento de recursos naturales necesarios en la producción.**

**Por último, hemos intensificado la reconversión productiva con la apertura comercial, que nos obliga a ser más competitivos y productivos; el desarrollo sustentable nos orienta a ser más racionales en el uso de las materias primas y de tecnologías limpias en los procesos fabriles. Por ello, en la industria nacional estamos comprometidos con la reconversión para hacer viable el desarrollo sustentable de nuestro país.**

**Muchas gracias.**

#### **5.4 Mensajes ante gobernadores**

**En los mensajes ante gobernadores se sugiere mencionar algunos rasgos importantes a destacar de los estados sobre actividades productivas, oportunidades de negocios; hacer alusión al motivo del evento y dirigir unas palabras al mandatario estatal con un tono político.**

**Mensaje durante la Expo Forja'93.**

**Cullacán, Sin.**

**Marzo 25, 1993.**

**Licenciado Renato Vega Alvarado,  
Gobernador Constitucional del Estado de Sinaloa;**

**Ingeniero Héctor Niebla Salazar,  
Presidente de la Delegación Culiacán;**

**Amigos Industriales;**

**Señoras y señores:**

**Es motivo de gran satisfacción personal estar presente en el inicio de esta sexta muestra Industrial sinaloense Expo Forja'93, que representa un importante escaparate para que el empresario visitante conozca de manera oportuna las potencialidades productivas de esta próspera y pujante región.**

**Sinaloa es un estado en el que se conjuga la diversidad de actividades industriales, con el empeño y el trabajo de su gente. Representa un verdadero ejemplo de desarrollo fabril en el país.**

**Este estado encara el enorme reto que supone compartir la producción propia con la generada fuera de nuestras fronteras, debido al proceso de apertura comercial; pero lo está haciendo sustentado en un alto grado de competitividad y calidad, de tal modo que muestra al mundo su potencial de conjunto que le caracteriza como un importante polo de desarrollo manufacturero.**

**En estos últimos años, los Industriales hemos superado en su mayoría los problemas que se han presentado en el quehacer productivo. Tal avance ha sido resultado de la concertación de los diferentes sectores que intervienen en el desarrollo industrial de nuestro país, prueba de ello es la realización de eventos de esta naturaleza que enmarcan el espíritu emprendedor de los Industriales mexicanos, y en este caso particular el de los sinaloenses.**

**En materia de financiamiento, tal vez la preocupación central de los Industriales del país, hemos creado en nuestra Sede Nacional el Centro de Apoyo Financiero a la Industria (CAFI) con la participación de Mercantil Probusa, Banca Serfin y Nacional Financiera, por medio del cual ofrecemos servicios integrales de financiamiento a las micro, pequeñas y medianas industrias.**

**En nuestras delegaciones duplicamos el número de entidades de fomento para atención primordial de la microindustria, al pasar de 15 a 30 entidades**

**en diferentes regiones del país. Esta acción ha sido posible gracias a la coordinación con el Programa Nacional de Solidaridad, Nacional Financiera, y tiene el objetivo de apoyar las labores de artesanos y microindustriales afiliadas a nuestra institución.**

**La modernización y productividad de la planta industrial debe propiciar una transición hacia nuevas y modernas estructuras productivas, que permitan elevar tanto la competitividad como su flexibilidad para adecuarse a los cambios que se suceden en el mercado a nivel mundial.**

**Nuestra institución promueve la realización de foros como este, cuya finalidad radica en darnos a conocer y hacemos más competitivos, mediante un desarrollo tecnológico y regional acorde a las necesidades propias de cada región, zona, rama o giro industrial.**

**En este sentido destaca el papel de la ciudad de Culiacán en la composición industrial de todo el estado Sinaloense, al representar poco más del 30 por ciento de los 4 mil establecimientos de toda la entidad, la mayoría de los cuales están compuestos por unidades de menor tamaño, hacia las cuales se dirige nuestra especial atención.**

**Es un hecho que el alto potencial económico de esta región es resultado de la gran cantidad de manufacturas exportadas al ser cotizadas en los mercados foráneos, lo que ha convertido a esta entidad como una plataforma hacia otros mercados del comercio internacional.**

**Señor gobernador:**

**Somos testigos del tesón que ha caracterizado al pueblo sinaloense en la realización de sus objetivos. Hemos visto los avances sustanciales en materia agrícola, pesquera, ganadera e industrial en este estado que usted tan acertadamente gobierna.**

**Sinaloa es un digno representante de la modernización nacional, al conjugar el perfil de una fuerza de trabajo diversa con una industria en constante cambio, que le permite adaptarse a las fluctuaciones del mercado.**

**Los Industriales de Sinaloa y nuestra Cámara a nivel nacional vemos con entusiasmo el decidido impulso que su gobierno está dando a la actividad productiva y en particular al sector fabril.**

**La colaboración entre los sectores productivo y estatal, es clave para fincar con bases más sólidas el desarrollo nacional, y regional, a partir de una distribución más justa de la riqueza y por ende una reactivación del mercado.**

**Los industriales estamos convencidos del rumbo económico del país; a través de un crecimiento moderado con una estricta disciplina de las finanzas públicas y un adecuado control de la variable inflacionaria.**

**Estamos ciertos de que el Tratado Trilateral de Comercio con Estados Unidos y Canadá dará inicio en enero de 1994. Es por ello que trabajamos intensamente en todos los frentes.**

**Sabemos que el cambio es difícil; tendremos que optimizar todos nuestros recursos y sumar esfuerzos, porque el rezagarnos implicaría costos mayores.**

**Amigos todos:**

**Nuestra institución apoya con firmeza todas las muestras industriales que fomentan la participación del sector productivo nacional, en su búsqueda constante y permanente por mejorar su calidad y competitividad; por todo lo anterior felicito a la delegación Culiacán por la brillante organización de esta sexta muestra industrial sinaloense, enmarcada en la expo forja'93, la cual le auguramos el más amplio éxito.**

**Muchas gracias.**

**Mensaje durante la reunión de la Cena de Consejo Directivo.**

**México, D.F..**

**Junio 30, 1992.**

**Lic. Antonio Riva Palacio López,  
Gobernador Constitucional del Estado de Morelos;**

**Amigos y amigas industriales;**

**Señoras y señores:**

**Nos sentimos muy complacidos por contar con la grata presencia del licenciado Antonio Riva Palacio López, Gobernador Constitucional del Estado de Morelos, como distinguido invitado a esta cena de Consejo Directivo, que mes a mes reúne a presidentes y directivos de la Institución con funcionarios públicos, a fin de fomentar un fructífero diálogo entre los sectores empresarial y gubernamental.**

**Queremos extender nuestro reconocimiento al trabajo desempeñado por todas las delegaciones, subdelegaciones y secciones, ya que se han esforzado ampliamente en la realización de los objetivos comunes de nuestro sector.**

**Las reuniones de Consejo Directivo nos han permitido detectar errores, proponer soluciones y sugerir cambios que repercutan en un mejor funcionamiento de nuestra Cámara.**

**Conformamos un organismo que se ha esmerado en brindar sus servicios al sector industrial, y que ha influido en las últimas cinco décadas en el desarrollo del México actual.**

**Nuestra Cámara está constituida por cerca de 90 mil industrias afiliadas, 78 delegaciones regionales, 15 subdelegaciones y 113 secciones en la zona metropolitana que integran una organización involucrada en el quehacer industrial y el crecimiento económico de la nación.**

**Con respecto a nuestra representación asentada en el estado de Morelos, la delegación Cuernavaca que se fundó el 1 de noviembre de 1979 es presidida en la actualidad por Enrique Mejía y Ruiz Velasco. Quién en su gestión ha logrado alcanzar la suma de tres mil afiliados.**

**La delegación Morelos se ha encargado de sumar los esfuerzos del sector industrial de la entidad, al promover un mayor diálogo con las autoridades estatales y de esta forma impulsar el crecimiento económico de la región.**

**Destaca entre los servicios que ofrece nuestra delegación, el muy efectivo enlace entre nuestros socios y sus contrapartes en los Estados Unidos, especialmente en el Estado de Texas.**

**Con la reciente firma de convenios entre esta delegación y la Cámara de comercio de la ciudad de Memphis, Tennessee y la Cámara de comercio de Edinburgh, Texas, se subraya la importancia de la cooperación entre ambas naciones.**

**El Estado de Morelos cuenta con una buena producción de granos de consumo como lo son: el maíz, sorgo y arroz, así como la caña de azúcar, misma que podrá incrementarse con las reformas efectuadas al artículo 27 constitucional, permitiéndole capitalizar y modernizar al agro mexicano, y lograr una mayor articulación entre el campo y la industria.**

**Morelos, cuyo nombre significa "lugar de los árboles", cuenta también con un gran desarrollo turístico; es una entidad con grandes recursos naturales y atractivos centros de recreo que brindan hospitalidad y bienestar al visitante, y que interesan a nuestro sector en lo referente a la infraestructura turística.**

**Los sectores más dinámicos de la industria morelense son la rama química, textil, automotriz y la alimenticia que en los últimos tiempos se han modernizado en forma significativa en comparación a otras actividades empresariales.**

#### **Amigos industriales:**

**El acceso al financiamiento ha sido una de las demandas más sentidas de nuestro sector en los últimos tiempos. Es por ello que la actual mesa directiva ha intensificado sus gestiones con la Banca Comercial y con Nacional Financiera, a fin de encontrar mecanismos más ágiles para la obtención de crédito suficiente y oportuno.**

**Es así como el día de hoy firmamos un convenio de colaboración y acción conjunta con Nacional Financiera, para el establecimiento de entidades de fomento en nuestras delegaciones, a fin de promover un mejor acceso al financiamiento para las microindustrias asentadas en todo el país.**

**Hemos avanzado también en las negociaciones con las autoridades hacendarias en la conformación de un entorno fiscal acorde con las necesidades de las industrias y con la situación actual de nuestra economía.**

**El empresario requiere estar bien informado de lo que sucede en su entorno, y poder así tomar las decisiones más adecuadas en la dirección de su empresa.**

**También es esencial, conocer el perfil global del mercado para lograr la satisfacción de las necesidades reales del cliente, así como mantener una excelente comunicación con los proveedores que permita hacerlos copartícipes en el buen funcionamiento de las empresas y de la calidad de los productos.**

**Apoyamos con decisión las disposiciones ecológicas acordadas con el gobierno federal para procurar un entorno ambiental más favorable. Asimismo, colaboramos permanentemente en la realización de una cultura ecológica no sólo a nivel industrial, sino donde se involucre también a toda la sociedad en su conjunto.**

**Señor Gobernador:**

**En su estado hemos encontrado una gran disposición para impulsar el crecimiento de la planta industrial debido al favorable ambiente social que predomina en Morelos, suscitado por las acertadas acciones emprendidas por su gobierno.**

**A nombre de esta institución, ratifico a usted, nuestro compromiso de seguir impulsando el desarrollo industrial de la entidad, para que el Estado de Morelos continúe como hasta hoy ha ocurrido, por la vía del crecimiento y el bienestar de su comunidad.**

**Muchas gracias.**

### **5.5 Mensajes ante instituciones educativas**

**Cuando se elabora un mensaje para un evento de alguna institución académica se recomienda motivar al estudiantado y hacer énfasis en la vinculación escuela-trabajo como medio de acercamiento a la realidad productiva, y asimismo, deberá hacerse alguna mención sobre el evento escolar.**

**Mensaje durante el apadrinamiento de la Generación de Técnicos Mecánicos Electricistas y Constructores del IPN, Generación 1989-1992.**

**México, D.F.**

**Julio 20, 1992.**

**Señoras y Señores;**

**Jóvenes Estudiantes:**

**Llegan a mi memoria gratos recuerdos de esta institución educativa, como egresado politécnico, me es muy significativo tener el honor de apadrinar a esta generación de carreras técnicas, porque estoy convencido que de la misma saldrán los nuevos cuadros laborales que impulsarán el desarrollo tecnológico de nuestro país, y lo dotará de la infraestructura que necesita la industria para continuar con el crecimiento de la economía nacional.**

**Nuestra institución como representante del sector industrial de la transformación, impulsa el desarrollo de la calidad académica de las**

**instituciones de educación media y superior, porque queremos fincar la modernización industrial sobre bases sólidas y firmes.**

**La vinculación entre escuela-industria es un requerimiento de nuestro tiempo, no se puede posponer, porque corremos el riesgo de quedar rezagados en materia educativa.**

**Por lo anterior necesitamos que los planes educativos se elaboren pensando en las necesidades de la industria nacional, para estar en condiciones de afrontar el desafío que representa la apertura comercial con Estados Unidos y Canadá.**

**La creación de una cultura tecnológica en el país es uno de los pilares para alcanzar una modernización plena y además poder competir en un entorno cada vez más productivo.**

**Por ello, es tan importante el apoyo a las carreras técnicas de mecánicos electricistas, electrónicos y constructores porque se constituirán en los cimientos para la construcción de un México más moderno.**

**Estimados estudiantes:**

**Como representantes del sector industrial estamos empeñados en seguir participando en la vinculación escuela-industria, y en proponer adecuaciones a los planes y programas de estudios para cubrir las necesidades del aparato productivo nacional.**

**Los profesionales técnicos contribuyen al desarrollo tecnológico e industrial del país porque propician un mejor aprovechamiento de la infraestructura productiva y coadyuvan a la modernización de México.**

**Al reconocer la importancia del desarrollo tecnológico e industrial, el Instituto Politécnico Nacional contribuye con su capacidad educativa en la preparación de los cuadros técnicos requeridos para la modernización permanente de nuestra planta productiva nacional.**

**Estamos convencidos que esta generación de egresados técnicos del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos, Wilfrido Massieu 1989-1992, alcanzará sus metas profesionales, ya que su preparación técnica ha sido extensa y eficiente.**

**Quiero desearles el mayor de los éxitos, en esta nueva etapa de su vida, su desarrollo profesional, y seguro estoy de que con los conocimientos adquiridos podrán contribuir al crecimiento industrial y tecnológico por el bien de México.**

**Muchas gracias.**

## **5.6 Mensajes ante visitantes extranjeros**

**Ante visitantes extranjeros, lo importante es conservar un tono diplomático que intensifique las buenas relaciones con nuestro país.**

**Mensaje durante la muestra denominada: salud para todos.**

**México, D.F.**

**Junio 22, 1992.**

**Doctor José Ignacio Golcochea,  
Vicepresidente de Salud del Gobierno  
de la República de Cuba;**

**Doctora Mercedes Juan,  
Subsecretaria de la Secretaría de Salud;**

**Señoras y señores:**

**Refrendar nuestros lazos de amistad con la bella isla de Cuba es un suceso de gran significado para nuestra institución, ya que en México sentimos una gran admiración por este pueblo que ha defendido con tesón y valentía sus ideales.**

**Esta exposición denominada "salud para todos", es una ventana que sirve para mostrarnos las innovaciones y los alcances que está teniendo Cuba con respecto al cuidado de la salud.**

**Sabemos que la medicina en la isla caribeña es una de las más avanzadas en todo el mundo, por lo cual, es también un privilegio contar con su presencia como expositores de esta muestra.**

**Ejemplo de lo anterior, lo podemos constatar en el bajo índice de mortalidad que presenta la República de Cuba en comparación a la mayoría de los países latinoamericanos, con un promedio de vida de su población que rebasa los 60 años.**

**Asimismo, nuestros hermanos caribeños cuentan con grandes adelantos en biotecnología, en tratamientos para problemas óseos, en operaciones de los ojos, así como medicamentos para tratar el vitiligo, entre otros importantes avances clínicos.**

**La asistencia médica en Cuba es gratuita, es un derecho fundamental para todo ciudadano y sus servicios son de los mejores a nivel Internacional, por que fue uno de los logros alcanzados por la revolución cubana y simboliza uno de los pilares fundamentales de la misma gesta heroica.**

**Para el turismo nos hemos encontrado con gratas sorpresas, porque en los casos de accidentes y enfermedades en la estancia del viajero, existe toda una infraestructura de primera calidad para atender al visitante.**

**La medicina es una de las ramas científicas que más necesita el hombre, y sus aportaciones a la humanidad han sido definitivas para salvar la vida de millones de personas a lo largo de la historia moderna.**

**Todos los productos que aquí se exhibirán como: equipo médico, medicamentos y materias primas, por citar algunos, cuentan con el respaldo del ministerio de salud pública de Cuba, y son un ejemplo de lo que una nación con pocos recursos económicos puede alcanzar en la materia, aunque a decir verdad, cuenta con el elemento más importante, constituido por el humano.**

**La capacidad del pueblo cubano por subsistir con sus principios es encomiable. Sabemos de su capacidad para producir con calidad, por lo que estamos seguros de que los productos que aquí nos presentan son inmejorables en su especialidad.**

**La medicina actual se encuentra en crisis, hemos pasado de un modelo de tipo humanista a uno mercantil, en donde predomina un trato impersonal hacia el enfermo, que es visto como una cifra más y en el que el dinero vale más que la restauración de la salud del paciente.**

**Por eso es siempre conveniente mirar a otras partes, a otros sistemas de salud, para conocer sus virtudes y también sus defectos, porque así nos enriquecemos mutuamente y retomamos interesantes cuestiones de índole científico y administrativa en lo que al cuidado de la salud se refiere.**

**Por ello, al reunimos con representantes de una medicina como la cubana, estamos seguros que aprenderemos no sólo nuevas tecnologías, sino además un sistema de salud exitoso y de carácter eminentemente social.**

**Felicito ampliamente a todos los organizadores del evento y les deseo el más amplio éxito.**

**Muchas gracias.**

## **5.7 Mensajes durante un seminario**

**En la elaboración de un mensaje durante un seminario es tan importante como en las ponencias, realizar un análisis más profundo del tema y tener en cuenta al auditorio al que se va a dirigir el mensaje.**

**Mensaje durante el seminario "control integral de las aguas residuales de la industria de la Galvanoplastia".**

**México, D. F.**

**Agosto 27, 1992.**

**Señoras y señores;**

**Amigos industriales:**

**Con la representación de nuestro presidente nacional, acudo a este seminario sobre control integral de las aguas residuales de la industria de la galvanoplastia, con una profunda convicción de que con eventos como el que hoy nos reúne, podemos equilibrar la relación entre industria y ecología.**

**En particular mucho nos entusiasma el encontrar entre nuestros empresarios nuevos estímulos y expresiones de atención sobre los asuntos ambientales que a todos nos competen y preocupan.**

**Ya que la contaminación es un problema que se conforma por una sucesión de fenómenos asociados al incremento poblacional y a la actividad**

**económica, que demandan grandes volúmenes de líquido y generan más residuos y descargas de agua.**

**En este evento se cuenta con la asistencia de 150 industrias de la sección 72 del consejo metálico, que se reúnen con el fin de dialogar acerca de las alternativas técnicas disponibles a nivel internacional, para que se elija la que más se adapte a sus procesos productivos.**

**Además se tiene contemplado abordar las perspectivas económicas de las empresas, y los apoyos financieros que se requieren para lograr el control de las aguas residuales.**

**Ante todo requerimos normas ecológicas que regulen el buen funcionamiento de las aguas residuales para que no se afecte el medio ambiente, porque según datos de la Comisión Nacional del Agua se generan actualmente doscientos metros cúbicos por segundo de aguas residuales, en tanto la capacidad instalada para tratamiento de las mismas no llega ni al cincuenta por ciento de lo requerido, lo que nos refleja el problema ecológico en el que se desenvuelve nuestro país.**

**Por su parte, Nafin estima que para el año dos mil se necesitara un millar de plantas de tratamiento de aguas residuales para hacer frente al problema de la contaminación del líquido.**

**También se requiere de un mayor número de especialistas que se encuentren bien preparados en el campo del conocimiento de tecnologías sobre el control de este tipo de aguas, ya que las más recientes**

**legislaciones ambientales exigen la utilización de plantas para tratamiento de aguas residuales.**

**Los grandes polos de desarrollo son las principales demandantes de agua, y por lo mismo, también son los que aportan más contaminantes residuales sin que este líquido reciba en muchas ocasiones tratamiento alguno.**

**Entre las consecuencias ambientales ocasionadas por el deterioro del agua se puede mencionar: el agotamiento paulatino de los suelos; la salinización de suelos agrícolas, lo que repercute en una baja productividad del sector agropecuario; la desertificación de zonas fértiles; la disminución de acuíferos y la insalubridad en centros urbanos por agua contaminada.**

**Por lo anterior, la Industria de la Galvanoplastia está impulsando una depuración de sus procesos productivos para contar con la capacidad de atender los requerimientos de las exportaciones como los del mercado local, en condiciones de un óptimo equilibrio con el medio ambiente que nos rodea.**

**Resulta alentador para todos nosotros, el verificar que la Industria nacional está empeñada en utilizar todas sus capacidades, recursos e inventiva para lograr una mayor armonía entre las actividades productivas y el entorno natural en el que nos desenvolvemos.**

**Asimismo, es conveniente ampliar la difusión de las normas y aspectos técnicos abocados al control y tratamiento de las aguas residuales que**

**repercute en un funcionamiento completamente ecológico de la industria de la galvanoplastia.**

**La conciencia ecológica está cobrando mayor impulso dentro de la nueva cultura industrial, que se refleja en una preocupación genuina por el cuidado y buen aprovechamiento de los recursos naturales a través de una mayor productividad con pleno respeto al medio ambiente.**

**En suma, estamos convencidos que una adecuada utilización de las nuevas tecnologías y la calidad en el funcionamiento constituyen elementos para la modernización productiva; los empresarios sabemos que estos cambios pueden darse y por lo consiguiente extender estos beneficios al cuidado de la naturaleza.**

**Muchas gracias.**

## **Conclusiones**

**Primera.** Siempre es necesario establecer una metodología para la elaboración de discursos y ponencias en el sector privado. Partir de un conocimiento de la realidad actual, investigar las posibles fuentes de información, seleccionar los datos útiles, analizarlos, ordenarlos en una estructura, y finalmente redactar, constituye un procedimiento que la mayoría de expertos en la materia realiza, como pudimos constatar en el capítulo cuarto. Este proceso de investigación, análisis y redacción, lo hemos aprendido en la carrera de ciencias de la comunicación, a través del género del reportaje. Sólo que con un estilo de redacción periodístico, diferente al del discurso empresarial.

**Segunda.** La actual política económica de nuestro país, condiciona el contenido ideológico de los mensajes. Pasar de una economía cerrada a una abierta, incorporar al sector privado a más actividades económicas que en el pasado, así como eficientar al aparato público, son condiciones que influyen en la construcción del discurso.

**Según las ciencias de la comunicación todos los mensajes son portadores de alguna ideología. No existe un mensaje neutral. Todos llevan alguna carga ideológica que determina los objetivos del mismo.**

**En el caso del discurso empresarial el objetivo es continuar y mantener las políticas de liberalización económica, para argumentar su implementación, ya que la ideología busca justificar el estado de cosas.**

**Tercera. Conocer de manera profunda el pensamiento del sector privado es indispensable para la realización de mensajes institucionales de la iniciativa privada.**

**Esto se logra, en parte, a través de la revisión cuidadosa de los diarios para ir formando las ideas generales que los grupos empresariales se encargan de difundir a través de la prensa. También es posible consultar textos que contengan las principales tesis ideológicas de los organismos empresariales. Estos dos medios ayudan a conocer el pensamiento del sector privado.**

**Suponer que la creación de discursos y mensajes se pueda realizar sin utilizar las tesis del sector, es incongruente con un discurso profesional.**

**Saber que el sector privado pugna por una mayor participación en las actividades económicas, una reducción fiscal que estimule la inversión en tecnologías, equipos anticontaminantes y creación de nuevas plazas de empleo constituyen algunas de las múltiples propuestas de la clase empresarial, que busca un nuevo liberalismo económico, sustentado en una doctrina de "valores trascendentes" y de ideas sociales de la Iglesia.**

**Cuarta. La comparación de la metodología de diversos expertos en esta clase de mensajes, permite encontrar similitudes importantes, así como técnicas propias que pueden resultar muy novedosas.**

**Recurrir a la fórmula de la metodología científica es muy útil, pero si se enriquece con herramientas específicas como lo pueden ser listas de frases**

de apertura para los mensajes, de conceptos más utilizados y de palabras o conceptos sinónimos, podemos obtener un repertorio extenso y práctico que facilite el trabajo, logrando ahorrar tiempo y obteniendo un mayor rendimiento laboral.

Las técnicas de las 6 preguntas básicas ( Qué, Quién, Cuándo, Dónde, Cómo, Porqué) utilizada en el periodismo, para redactar los párrafos iniciales de la nota informativa, son una herramienta muy útil para la elaboración del guión del discurso, así como para redactar partes del mismo.

Quinta. La vinculación de este estudio con la realidad laboral es uno de sus mayores méritos, ya que permite al lector encontrar situaciones reales que le servirán como guía ante la necesidad de elaborar mensajes similares.

Por ello, la presentación de un capítulo con distintos tipos de mensajes; inauguración, clausura, ponencias, etc., sería lo equivalente a revisar un texto con diferentes géneros periodísticos: la nota, la entrevista, la crónica, el reportaje, el artículo de opinión, etc.

En este sentido, consideramos que las herramientas de investigación y redacción que nos brindó la carrera de Ciencias de la Comunicación son una base importante para la elaboración de estos mensajes. Aún así, es necesario una cierta especialización en este género del discurso empresarial.

**Sexta. El pequeño análisis crítico, realizado implícitamente en el capítulo sobre la ideología del sector privado, así como el contexto socioeconómico presentado, nos muestran a un sector empresarial que ha ganado terreno en las esferas política, económica y social, convirtiéndose en un sector poderoso, en un actor activo de estas tres esferas. Por ello, hacemos hincapié en el enorme peso que tiene en las decisiones políticas y económicas de nuestra nación, con el consecuente alcance ideológico logrado por sus tesis y conceptos en el acontecer nacional.**

**Séptima. El manejo del lenguaje económico a un nivel básico es fundamental para sustentar el discurso de forma técnica. Conocer la terminología y aplicar nociones elementales de teoría económica ayudan al comunicador a entablar una línea lógica y argumentativa en los temas empresariales.**

**En la carrera aprendimos a escribir sobre temas que en realidad no dominamos, como sucede con el género del reportaje. Todo depende de lo bien que nos documentemos para abordar ciertas materias que son difíciles para los profanos en el tema. Nuestra tarea en el discurso es igual que en el periodismo, tenemos que abordarlos de manera sencilla y seguir con una línea congruente y ordenada en el mensaje.**

**Todo ello implica un alto grado de dificultad, porque cuando la investigación documental no basta para lograr el entendimiento de la materia, hay que recurrir con especialistas que puedan despejarnos las dudas surgidas en la investigación previa.**

**Después de eso viene la tarea de ordenar la información y redactar en un lenguaje claro y accesible, cuestión que en ocasiones es muy difícil, porque teorías o temas complejos no es fácil traducirlos a un lenguaje sencillo.**

**En el discurso empresarial el manejo de temas que incumben a especialistas, implica realizar una investigación completa, traducirlo del lenguaje técnico y complicado a uno de fácil entendimiento, al alcance del auditorio, que en muchas ocasiones no está compuesto por especialistas.**

**Octava. El lograr un estilo discursivo es resultado de conjugar elementos del lenguaje como: sintaxis, ortografía, retórica, extensión del texto, entre otros. Esto permite dar forma al mensaje, y no preocupamos sólo por el contenido, es decir, el fondo. Por ello, la estructuración del mensaje debe llevar una secuencia lógica como fondo, y una estructura gramatical correcta y clara como forma. En esto, la formación periodística recibida en la carrera de ciencias de la comunicación nos dio fundamentos para la redacción de textos.**

**Novena. En el capítulo segundo expusimos las tesis del sector privado en su conjunto y las del sector Industrial. Comparando su riqueza propositiva, encontramos que en este último sector existe un discurso más propositivo, que hace un mayor hincapié en la reactivación de las actividades productivas, buscando el bienestar social y la reactivación del mercado interno. Los industriales demandan créditos con intereses más bajos, lo cual está en contra de los intereses del eje financiero privado, un aspecto que puede tomarse de enfrentamiento futuro para estos dos sectores de la iniciativa privada.**

**Décima. La búsqueda de información para la elaboración de los mensajes es uno de los puntos más importantes para realizar un texto con datos veraces, confiables, y bien sustentado.**

**Por ello, esta herramienta se convierte en paso obligado para construir los mensajes. No podemos partir de cero, los datos constituyen la infraestructura de cualquier escrito. El análisis y las proposiciones son posteriores a obtener este insumo. Después podemos reflexionar sobre la información y aportar el enfoque que queremos sostener en el discurso. En los diversos géneros periodísticos aprendimos a investigar para obtener los datos que posteriormente estructuramos en la redacción de cualquier mensaje.**

**En este sentido, la investigación de la información para elaborar el discurso es análoga a la búsqueda del periodista por encontrar la nota; localizar las fuentes de información, recopilar los datos, es una labor que el periodista aprende en su formación académica y la desarrolla en su práctica profesional, de igual forma sucede con el comunicólogo que construye discursos.**

**Onceava. La mayoría de expertos en la elaboración de estos mensajes coincide en la necesidad de cerrar el discurso con la recapitulación de los puntos principales tratados en el mismo. Esto marca una pauta general de metodología, que sin ser una regla obligatoria, induce al redactar mensajes, para tomarla en cuenta al momento de elaborar la conclusión de su escrito.**

**Doceava.** Asimismo, en ese capítulo se constata que todos los expertos coinciden en la utilización de un lenguaje sencillo y claro, así como utilizar, de preferencia, párrafos cortos. Todo ello para facilitar al auditorio su comprensión e impedir que la atención del mismo disminuya por terminologías difíciles de comprender y por ideas explicadas en muchas palabras.

**Treceava.** En la redacción de discursos y ponencias es importante tener en cuenta que el tipo de lenguaje que utilizamos es diferente al oral y al escrito. Es una combinación de ambos. Es un tercer lenguaje como la ha nombrado la licenciada Regina Vergara Ramírez.

Para este tercer lenguaje es útil contar con una puntuación correcta y sencilla, a veces es conveniente exagerar la puntuación para facilitar la lectura del ponente y poder enfatizar los aspectos más importantes del discurso.

Estos puntos de la redacción para lograr imprimirle cierto sentido al escrito, los aprendimos desde los primeros semestres de la formación básica común, y profundizamos en su estudio en los semestres de la carrera de ciencias de la comunicación, como sucedió en las materias de géneros periodísticos.

**Cartorceava.** La última conclusión de esta tesis es que la formación general recibida en la carrera de Ciencias de la Comunicación puede ser aplicada a varios campos de la actividad profesional. No sólo aquellos que han sido

**tradicionales para ejercer nuestra formación como son: la prensa, la radio, la televisión, el cine, la publicidad y las relaciones públicas.**

**La comunicación organizacional y la comunicación en las empresas está abriendo paso a los egresados de nuestra carrera.**

**En el caso concreto del comunicólogo que se dedique a elaborar discursos empresariales, éste tiene la formación básica para investigar, redactar y estar atento a los acontecimientos del país e Internacionales, que son fundamentos básicos para desempeñar esta labor.**

**Debido al gran número de egresados de ciencias de la comunicación, es importante que el comunicólogo no se circunscriba sólo a las profesiones tradicionales. Es esencial diversificar nuestras opciones de trabajo. Una de ellas lo constituye el redactar mensajes para el sector privado.**

## BIBLIOGRAFÍA

- Aristóteles. Retórica. Ed. Gredos, España, 1992.
- Baena, Guillermina. Instrumentos de Investigación. Editores Mexicanos Unidos, México, 1988.
- Banco de México. Informe anual 1992. México, 1992.
- Banco de México. Informe anual 1993. México, 1993.
- Belson, David. Qué decir y cómo decirlo. Ed. Diana, México, 1990.
- Berlo, David. El proceso de la comunicación. Ed. El Ateneo, Argentina, 1972.
- Canacintra. Canacintra en la industrialización de México. Mensajes, discursos y ponencias de la presidencia de Roberto Sánchez De la Vara. 1990-1991. México, 1991.
- Canacintra. Tesis Institucionales de la Convención Nacional de Industriales 1993. México, 1993.
- Canacintra. Tesis de Canacintra 1941-1991. México, 1991.

**-Canacinfra-Coparmex-Concanaco. Propuestas del sector privado 1994-2000. México, 1994.**

**-Concamín. Tesis de Concamín 1992-1993. México, 1993.**

**-Concanaco-Servytur. Globalización y economía social de mercado: retos y oportunidades. Periodo del Ing. Hugo Villalobos González. 1990-1992. México, 1992.**

**-Coparmex-Concanaco. Propuestas del sector privado. 1988-1994. México, 1988.**

**-Couchaere, M. José. Escriba mejor y sólo lo importante. Ed. Vergara, Argentina, 1991.**

**-Eco, Umberto. Como hacer una tesis. Ed. Gedisa, España, 1986.**

**-Guillén Romo, Héctor. Orígenes de la crisis en México. Ed. Era, México, 1986.**

**-Guiraud, Pierre. La Semiología. Ed. Siglo XXI, México, 1980.**

**-Hansen, Roger. La política del Desarrollo Mexicano. Ed. Siglo XXI, México, 1986.**

-López Villegas, Virginia. Lecturas de Semiología. "La señalización de las relaciones del hombre con la naturaleza y de los hombres entre sí. (Glosa de Pierre Guiraud). Ediciones de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1986.

-López Villegas, Virginia. Lecturas de Semiología. "La Semántica Lingüística dentro del complejo de las disciplinas semánticas". (Glosa de Pierre Guiraud). Ediciones de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1986.

-Luna, Matilde. Los empresarios y el cambio político. Ed. Era, México, 1992.

-Martín Vivaldi, Gonzalo. Curso de Redacción. Ed. Paraninfo, España, 1976.

-Marx, C. y Engels, F. La ideología alemana. Ediciones de Cultura Popular, México, 1977.

-Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. UNAM, México, 1985.

-Saussure, Ferdinand De. Curso de Lingüística General. Ed. Alianza, México, 1989.

-Schramm, Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana. Ed. Grijalbo, México, 1986.

**-Winkin, Yves. (Compilador). La nueva comunicación. Ed. Kairos, España, 1990.**

### **HEMEROGRAFÍA**

**-Canacindra. MacroAnálisis. La Economía Hoy. México, Mayo de 1989.**

**-Canacindra. MacroAnálisis. La Economía Hoy. México, Julio de 1992.**