

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

43
2 ej

PROGRAMA SEGUNDA OPCIÓN DE TITULACIÓN

LA ELABORACIÓN DE BOLETINES DE PRENSA EN LAS
DELEGACIONES DEL DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL
(PROPUESTA PARA ÁLVARO OBREGÓN)

TESINA PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE
LA COMUNICACIÓN QUE PRESENTA

SOREL DOMÍNGUEZ LÓPEZ

DIRECTOR DE TESINA: MAESTRO GUILLERMO TENORIO HERRERA

MÉXICO

AGOSTO 1996

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

257801



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

73
2 e
1

MAMÁ

TENACIDAD, FUERZA DE VOLUNTAD E INTELIGENCIA
SON TUS PRINCIPALES VIRTUDES QUE DÍA CON
DÍA TRATO DE IGUALAR. GRACIAS POR
SER COMO ERES, ME ENCANTA QUE SEAS MI MADRE

EDUARDO

TU AMOR, TU APOYO Y TU CONFIANZA EN MI
FUERON FUNDAMENTALES PARA PODER LLEGAR
HASTA ESTE OBJETIVO TAN IMPORTANTE EN MI VIDA

PROF. GUILLERMO TENORIO HERRERA

UNA CONVERSACIÓN, UNA VIVENCIA;
UNA CÁTEDRA TODA UNA EXPERIENCIA.
GRACIAS POR SUS CONOCIMIENTOS

PROF. PABLO ENRIQUEZ RUÍZ

LOS BUENOS CONSEJOS EN LOS MOMENTOS ADECUADOS
SIEMPRE DEJAN UNA HUELLA INDELEBLE; LOS SUYOS
SIEMPRE FUERON PRECISOS Y CIERTOS. GRACIAS.

HERMANOS

**ES UN ORGULLO FORMAR PARTE DE UNA FAMILIA
UNIDA, CON PERSONAS DE BUENOS SENTIMIENTOS.
ESTOY CONTENTA DE QUE USTEDES
SEAN LA MIA.**

INDICE

INTRODUCCIÓN

1. Características Actuales de los Boletines de Prensa.....	1
1.1 Datos de Importancia de la Delegación Alvaro Obregón.....	1
1.2 El Modelo de Trabajo y el Manejo de la Información.....	7
2. Consideraciones de los Medios Informativos.....	16
2.1 La Importancia de los Comunicados Oficiales.....	16
2.2 La Credibilidad.....	28
3. Criterios para un Nuevo Modelo de Boletín.....	34
3.1 El Contenido.....	34
3.2 La Propuesta.....	38
CONCLUSIONES.....	49
GLOSARIO.....	52
FUENTES CONSULTADAS.....	57
ANEXO I (Boletines actuales).....	I
ANEXO II (Propuesta de boletín).....	IX
ANEXO III (Entrevistas).....	XI

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCION

Para dar atención a las demandas presentadas por los habitantes de el Distrito Federal, una de las ciudades más sobrepobladas del mundo, es que se crean las dependencias gubernamentales desconcentradas, como es el caso de las delegaciones políticas, las cuales forman áreas de difusión con el objeto de informar a la población sobre las funciones para las cuales fueron creadas esas instituciones.

Sin embargo, la existencia de aquellas ha sido insuficiente para la población ya que uno de los principales problemas que enfrenta es la falta de credibilidad. Ésta se traduce en la omisión de datos referentes a sucesos de importancia y, en otras por ignorar un hecho que trascendió, que fue de interés para un núcleo de la población y que tal parece que nunca existió, porque comúnmente no es favorable a la imagen del funcionario.

Generalmente, la situación de las áreas de prensa de las delegaciones es muy semejante entre sí. El caso específico de éste estudio es la Delegación Álvaro Obregón cuya área denominada Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas tiene la función de destacar los hechos relevantes de toda índole que tengan lugar dentro de ésta jurisdicción, así como las actividades de importancia que realice el titular de este dependencia.

No obstante, una revisión de los comunicados de prensa emitidos por la citada coordinación, de enero a agosto del presente año comprobó que en los hechos esto no ha sido así y que se han destacado de manera preponderante aquellos eventos o acciones en los que se maneja información favorable a esta dependencia o al Delegado en turno y sólo otros, muy pocos, que por la obligatoriedad de las circunstancias o por su trascendencia e importancia se deban manejar.

Es básico destacar que no sólo es importante que las acciones concuerden con lo que se difunde por el sólo hecho de hacerlo así; por un lado lo es porque con ello

se rescataría la credibilidad, y por otra porque, por ejemplo, dentro de esta jurisdicción se localizan áreas llamadas de *alto riesgo* en donde existen minas y barrancas habitadas por miles de personas que se encuentran en peligro, principalmente en época de lluvias.

La intención de este trabajo es presentar una propuesta que conjunte las acciones que en materia de comunicación lleva a cabo el Departamento del Distrito Federal con la elaboración profesional de los referidos boletines mediante el manejo adecuado de los datos.

Se pretende aplicar en un caso práctico las teorías de la comunicación, así como los diversos criterios con que operan las áreas de comunicación social en la Administración Pública Federal, especialmente la del D.D.F., en sus diferentes delegaciones políticas.

El objetivo de la Tesina es presentar una propuesta para mejorar los boletines de prensa de la Delegación Álvaro Obregón que se entregan a los medios informativos, tomando en cuenta la perspectiva integral, en cuanto a medios de comunicación se refiere, del Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, de las necesidades específicas de la misma Delegación, de las consideraciones teóricas y de las necesidades de los medios de comunicación; pese a la complejidad de los problemas que se atienden en cada una de las delegaciones se considera que es posible establecer criterios generales que sirvan de apoyo para elaborar los referidos boletines.

Se parte del supuesto de que la credibilidad y aceptación de los boletines de prensa de las delegaciones destinados a los medios informativos mejorará si los mismos boletines se apegan a los hechos y se elaboran profesionalmente, mediante el tratamiento adecuado a la información noticiosa (datos).

Para verificar lo anterior primero se indagó entre varios reporteros y jefes de información de los medios sí, en efecto, los boletines de las delegaciones del D.D.F. son poco creíbles por la forma como se elaboran y cuáles son las características que consideraban adecuadas que tuvieran para ser considerados de interés; con los resultados obtenidos y mi experiencia se hizo la propuesta de las especificaciones que sería conveniente que los mismos contuvieran.

Para contextualizar se revisaron los comunicados emitidos por la Delegación Álvaro Obregón durante el presente año hasta el mes de agosto con la finalidad de descubrir cuáles son los aspectos a corregir, para definir con precisión en qué medida es esto posible de llevar a cabo.

También se buscó lo constante, lo que siempre ocurre, lo que tiene existencia física, antes que aspectos morales y del deber ser; se elaboró un ensayo, que, sin ser una explicación científica sí tiene como referencia a las ciencias sociales.

De muchas maneras los boletines de prensa, destinados a los medios informativos, que se emiten en las delegaciones son tomados como fuentes poco creíbles, aun cuando se apeguen estrictamente a los hechos. Se supone que los reporteros que cubren la fuente, y los mismos medios en general, le dan poca verosimilitud a los boletines citados por su mala calidad periodística, derivada del tratamiento deficiente que recibe la información (datos) de las delegaciones; en este sentido, la propuesta que se incluye ayudaría a corregir esta deficiencia, que de suyo es más compleja y antigua.

Como último punto se elaboraron las conclusiones, bibliografía, un glosario de algunos términos utilizados, así como tres apéndices que son, el primero, cuatro boletines representativos de la información que actualmente envía la Coordinación de Comunicación Social de la citada delegación; el segundo, un modelo de propuesta y el tercero, las entrevistas realizadas.

En el capítulo número uno se abordan las "Características actuales de los boletines de prensa", esto es, algunos datos de importancia de la Delegación Álvaro Obregón para conocer su configuración actual y las funciones que en ella se desempeñan; el tipo de información que actualmente se maneja y el tratamiento que se le da a la misma.

En el segundo capítulo se toman en cuenta las "Consideraciones de los medios informativos", esto es la opinión de los reporteros que actualmente están desempeñando este papel dentro de algún medio de comunicación, para determinar cuál es la importancia y la credibilidad que ellos otorgan a los comunicados de prensa de las delegaciones políticas.

En el capítulo tres se elaboran los "Criterios para un nuevo modelo de boletín", enfocado específicamente a la Delegación Álvaro Obregón con la presentación del contenido, que será la información de mayor interés generada en esta dependencia, de acuerdo a las consideraciones vistas en el capítulo precedente; así como la propuesta a realizar para que sea considerado profesional y de calidad.

actúan dentro de la jurisdicción. Se encuentran a su cargo las subdirecciones Vecinal y de Coordinación Política.

SUBDELEGACIÓN DE SERVICIOS URBANOS. Su función es la de atender los servicios que requiere la comunidad tales como alumbrado público, limpieza y mantenimiento de áreas verdes, mantenimiento de instalaciones deportivas y de los módulos infantiles, recolección de basura en la vía pública, entre otros. Sus subdirecciones son de Imagen Urbana y Operativa.

SUBDELEGACIÓN DE DESARROLLO URBANO Y OBRAS. Realiza las obras públicas, entre las que destacan las relacionadas con las zonas minadas (que representan el problema más grave de la demarcación), se cuenta con el apoyo de la Facultad de Ingeniería de la UNAM, que desde hace cuatro años realiza investigaciones en las zonas minadas con tecnología avanzada. De esta Subdelegación dependen las subdirecciones de Desarrollo Urbano y Ecología, Infraestructura Urbana, Avance Físico y Financiero, Zonas Minadas y Taludes.

SUBDELEGACIÓN DE DESARROLLO SOCIAL. Sus funciones abarcan el fomento a la salud, la cultura y el deporte. Apoya a la gente de escasos recursos a la tramitación de servicios médicos a bajo costo. Apoya a las comunidades en la celebración de sus fiestas relevantes. Otorga becas de capacitación y ofrece talleres y cursos de manera coordinada con la Secretaría del Trabajo en los programas

CEDEPECA y PROBECAT. Dependen de esta Subdelegación las subdirecciones de Desarrollo Social y Asistencial, Difusión Cultural, Fomento Educativo, Centro Cultural San Ángel y Casa Jaime Sabines.

SUBDELEGACIÓN ADMINISTRATIVA. Administra los recursos humanos y materiales. De ella dependen las subdirecciones de Recursos Humanos, Recursos Financieros, Adquisiciones y Arrendamientos, Servicios Generales e Informática.

SUBDELEGACIÓN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA. Su propósito es el de desarrollar obras encaminadas a la dotación de servicios básicos a la comunidad, para lo cual trabaja con las organizaciones y agrupaciones sociales que tienen alguna necesidad.

1.2 EL MODELO DE TRABAJO Y EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN

Después de haber elaborado un breve resumen de las principales actividades de cada Subdelegación, que tuvo la intención de proporcionar pistas en la búsqueda de noticias que puedan ser de interés para su publicación pasamos al punto más

importante de este apartado el cual consiste en revisar el total de boletines elaborados de enero a agosto de mil novecientos noventa y seis, en la Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas, los cuales sumaron un total de sesenta y dos.

Sin embargo, antes de adentrarnos en esta cuestión, se revisaron datos generales que se obtuvieron durante 1996 en una evaluación realizada por la misma dependencia publicada en el Informe Anual de Actividades de ese mismo año que arrojó los siguientes resultados.

AREA	POSITIVAS	NEGATIVAS	TOTALES
Delegado	369	112	481
Desarrollo Social	196	31	227
Actividades culturales	3		3
Servicios Urbanos	40	56	96
Desarrollo Urbano y Obras	154	110	264
Jurídica y de Gobierno	93	157	250
Seguridad Pública	240	86	326
Administrativa	9	5	14
Temporada de Lluvias	25	8	33
Minas y Protección Civil	71	24	95
Participación Ciudadana	4	1	5
Organización Política y Vecinal	20	46	66
TOTALES	1224	636	1860

PERIODICO	POSITIVAS	NEGATIVAS	TOTALES
El Sol de México	200	107	307
Excélsior	186	59	245
El Universal	121	112	233
La Prensa	107	115	222
Uno más Uno	90	32	122
Reforma	78	42	120
El Nacional	90	20	110
La Jornada	87	32	119
El Heraldo de México	94	15	109

El Día	42	47	89
Novedades	43	8	51
Ovaciones	34	11	45
Financiero	22	22	44
Tribuna	15	12	27
El Economista	9	1	10
La Afición	4		4
Esto	2		2
Cuestión		1	1
TOTALES	1224	636	1860

Si se toma en cuenta que en esta estadística sólo se consideran medios impresos, pues no se realizó ningún monitoreo, se recuerda además que un mismo boletín llega a aparecer simultáneamente en varios periodicos (lo que vendría a ser una misma nota sumada varias veces) y el total de boletines enviados a los diferentes medios no excedió a los doscientos, entonces se puede apreciar comparativamente con las notas desfavorables que realmente no tuvieron una representación significativa los comunicados emitidos, teniendo en cuenta que se envían a todos los medios impresos, pues muchos, por lógica los desfavorables, fueron cubiertos por reporteros de manera directa y que otros como los de Desarrollo Social y Actividades Culturales son eventos que se promocionan además por conducto de la Secretaría de Educación, Salud y Desarrollo Social (SOCICULTUR) y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA).

De regreso a la revisión del presente año se detectó primero, al realizarse la lectura de los mismos, que un ochenta por ciento de la información era como promoción a eventos cívicos, sociales y culturales como: *Entrega de la Medalla Tenanilla, Carrera Rumbo al Maratón, Exposición Pictórica de Martha Chapa, Reconocimiento a 558 Trabajadores en la Actual Administración, 68 Aniversario Luctuoso del General Álvaro Obregón, Entrega Díaz Infante Centro Social, Inicia la 139 Feria de las Flores, Acciones en Favor del Medio Ambiente, Fiesta de la Música: Orquesta Filarmónica de la Delegación Álvaro Obregón.*

Después se calculó un quince por ciento para actividades de beneficio a la comunidad en hechos concretos como lo han sido: *34,714 Despensas Básicas, 181 Jornadas Comunitarias, Se Reforzarán Medidas de Seguridad Pública, Se Difunde Folleto Informativo de las Zonas de Riesgo, Once mil metros cúbicos en Minas Regeneradas, Retiro de 200 mil metros cúbicos de desazolve.*

Para terminar, sólo un cinco por ciento se dedicó a sucesos importantes que afectaron a la comunidad como: *Desalojados a Consecuencia de los Sismos de 1985, Incendio en el Mercado Melchor Múzquiz, Afectados por Incendio en el Predio El Corazón.*

Es importante señalar además que la información manejada en dichos comunicados no correspondía, en su mayoría, al tratamiento que se le debe dar a una noticia para que ésta resulte de interés para su publicación, pues no sólo es necesaria una buena introducción, cuando ésta se da, también se necesita una

buena transición al segundo párrafo y así a cada uno de ellos ir dando detalles en el resto de la historia.

Se observó en muchos de los boletines revisados que se daba mayor importancia a quienes participaban que al hecho en sí y se desatendía una regla importante de la redacción periodística que es el no volver a citar el cargo y el nombre completo de una persona cuando este dato ya había sido proporcionado.

Con respecto al contenido que caracteriza a los mensajes transmitidos por la oficina de prensa este se encuentra determinado por las necesidades del titular y su principal equipo de colaboradores para asegurarles a ellos una condición favorable de imagen ante los medios de comunicación "...Lo que son las noticias dependen en gran extensión de quienes son sus fuentes... Aunque la cámara pertenezca a los periodistas, las luces está en manos de las fuentes, quienes tienden a dirigir las en la dirección que juzgan ventajosa, dejando muchas cosas en las sombra y aún más en la obscuridad total"¹.

En el caso de este estudio no sólo vendría a ser la fuente la propia Delegación sino que también fungiría, a través del área correspondiente, como emisor al hacer la cobertura del hecho al enviar la información ya preparada.

Sin embargo, esto no debe ser ningún obstáculo para que la Coordinación de Comunicación ejerza el periodismo como tal aún dentro de la misma dependencia si se quiere ser profesional pues "...en cuanto comunicador público, el periodista debe actuar como profesional de la información de actualidad y no como un político

¹ V. Sigal León *Reporteros y Funcionarios*. Ed del Valle de México. México, 1993, p 23

militante de acuerdo con un compromiso particular y concreto. Y esto es válido incluso en el supuesto de que periodista trabaje para un medio de comunicación de masas que pertenezca empresarialmente a un partido político. Lo que justifica el papel del periodista en un contexto político determinado es su labor profesional o ideológica de alto nivel".²

En el caso que nos ocupa no se está manejando de manera oficial la pertenencia a algún partido político o que el área de Comunicación Social funcione como una empresa, pero finalmente también viene a ser parte de la misma estructura gubernamental con alguna tendencia específica o una visión de las cosas que le es dada por la postura que está representando.

De cualquier manera que se vean las cosas no se deben perder de vista dos aspectos fundamentales, en primer lugar se debe actuar y pensar como periodista, si se está ejerciendo este papel, y en segundo lugar el propósito que se persigue es que las notas que se envían sean publicadas, pero para ello son muchas las consideraciones que deben ser tomadas en cuenta, sin embargo éstas no han sido atendidas porque se ha descuidado una cuestión vital y es que los mismos medios además de tener fines comerciales les interesa la noticia como "...un bien de mercado que debe promoverse y venderse"³, con las características que la misma debe tener, que es aquello que se sale de lo común, que es diferente o aquello otro que fue hecho precisamente para ser noticia, es la redacción periodística de un hecho o

² Martínez Albertos J. L. *La Noticia y los Comunicadores Públicos*. Ed. Pirámide, Colección Medios Madrid, España, 1984. p 51

³ Van Dijk Teun A. *La Noticia como Discurso. Comprensión, Estructura y Producción de la Información*. Ed. Paidós, Comunicación, Barcelona, España, 1990. p 124

texto "...La concepción de noticia como tradicionalmente se ha aceptado es lo opuesto a la noción histórica o científica del hecho significativo que es repetitivo y constante, no excepcional"⁴

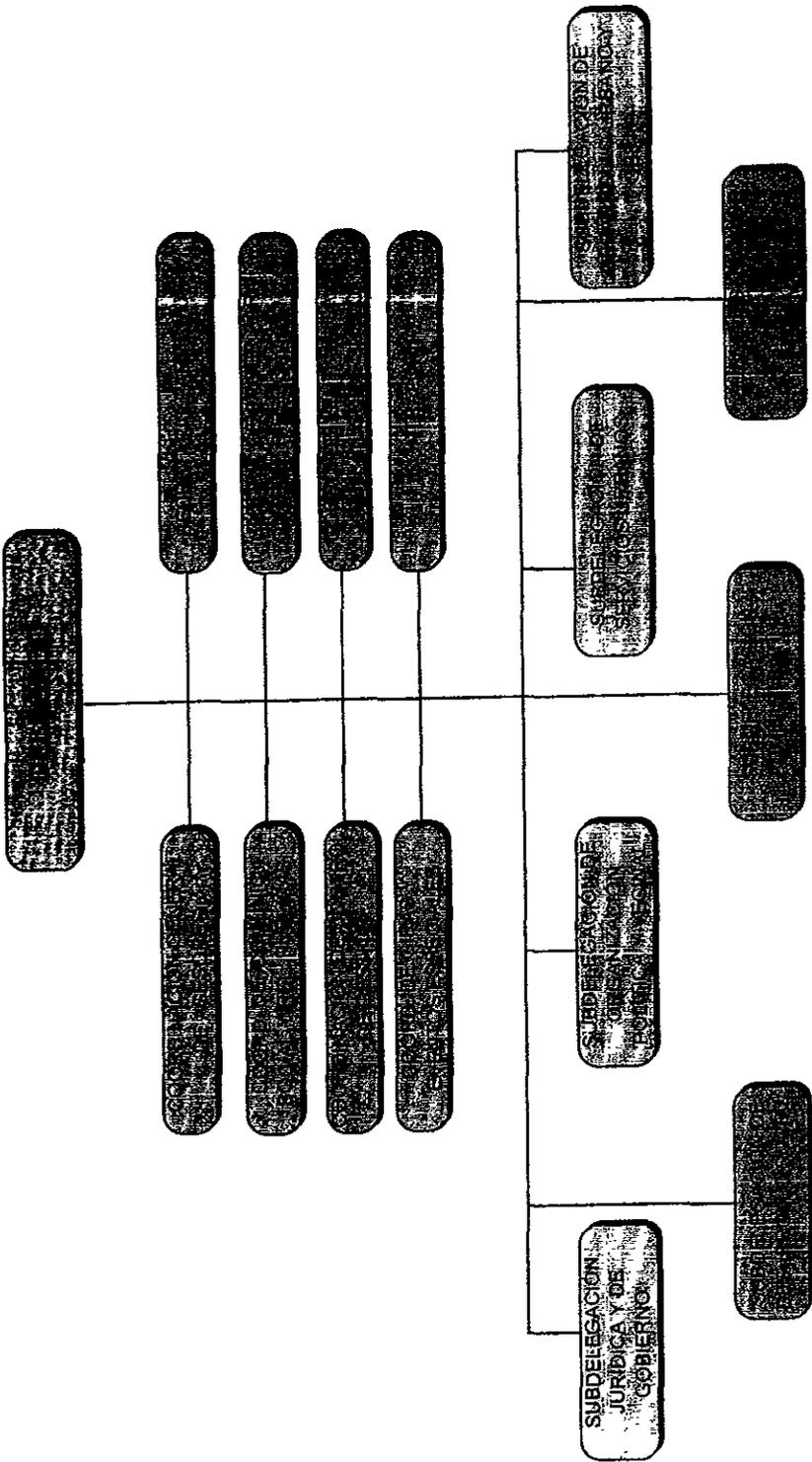
No todas las personas pueden ser noticia o provocar la noticia y en este sentido el sistema político recibe una atención privilegiada por parte de los mass media, pues un alto porcentaje de la información que brindan es con respecto a las actividades gubernamentales.

"Desde una perspectiva teórica las noticias son el resultado de políticas organizacionales. La negociación a lo largo de las líneas burocráticas dentro del periódico, determina quién cubre una historia, los cambios que hacen los editores en el original que entrega un reportero y el trato que recibe la historia. Los funcionarios a su vez revelan información mayormente como un sub-producto de sus propias políticas burocráticas en un esfuerzo por reunir y mantener apoyo tanto dentro como fuera del gobierno para un particular curso de acción. El reportero y el funcionario se usan el uno al otro en beneficio de sus propias organizaciones: el primero explota sus contactos con el gobierno para obtener exclusivas, el último explota la necesidad de noticias para transmitir mensajes a audiencias clave"⁵

El reportero tomará únicamente lo que le sea útil como noticia fresca e importante, como dato sobresaliente y desechará todo aquello que no sea

⁴ R. Alsina Miquel. *La Construcción de la Noticia*. Ed. Paidós Comunicación. Barcelona, España. p. 28
⁵ V Sigal León. *Op. Cit.* p. 221

publicable o vendible, así como también que proveniente del gobierno le interesará preponderantemente la *información* que emane de la presidencia de la República y de las Secretarías de Estado, por ello resulta importante que cada área de comunicación social tenga bien definidos sus propósitos y objetivos, en aras de que su información publicada tenga calidad periodística.



2. CONSIDERACIONES DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS

En el presente capítulo se abordan las Consideraciones de los Medios Informativos, la importancia que dan ellos a los comunicados oficiales, cómo los consideran, qué datos, según su punto de vista, deberían contener para ser considerados de mayor interés.

También se mencionan los fines de los medios de comunicación, pues teniendo conocimiento de esto se puede saber lo que se les debe ofrecer para que ellos consideren la información como publicable.

En el segundo apartado de este capítulo se maneja el concepto de credibilidad desde el punto de vista de los jefes de información y reporteros de los medios pues este aspecto, fundamentalmente proveniente de las dependencias oficiales, suscita controversia y opiniones encontradas, como se verá más adelante.

2.1 LA IMPORTANCIA DE LOS COMUNICADOS OFICIALES

"Como consecuencia de la importancia cada vez mayor que se atribuye a la opinión pública, y a la prensa que es su inspiradora, la mayor parte de las entidades públicas y privadas han llegado poco a poco a la determinación de establecer oficinas de prensa"⁶. Los objetivos que persiguen en opinión del autor son: señalar a los órganos directivos de la entidad aquello que interesa a la prensa pública acerca de la misma o sobre asuntos que tienen para ella particular interés,

⁶ De Gregorio, Doménico. *Metodología del Periodismo*. Ediciones Rialp. Madrid, España, 1966. p. 55, 56

así como tener contacto permanente con los periodistas, principalmente con los denominados *de la fuente*, quienes son conocidos así por cubrir eventos de una institución específica, a efecto de brindarles información que genere la entidad que representan y para distribuir a su vez los boletines de prensa.

Es cierto que a los medios de comunicación de masas se les ha atribuido una gran importancia, principalmente en las oficinas de gobierno, pues es prácticamente imposible encontrar a una de estas dependencias que no cuente con su área de prensa, síntesis y monitoreo, que son los mecanismos que emplean para tener un conocimiento (sobre todo con los dos últimos) de lo que de ellas se publica o se menciona.

Sin embargo, se ha notado que el conocer lo que de ellas se dice es sólo de importancia para las dependencias en su manejo interno, pero lo que finalmente viene a tener relevancia es el tipo de información que se envía a los medios, en qué medida es ésta tomada en cuenta para su difusión y por qué sucede así.

El tipo de información que maneja la Delegación Álvaro Obregón, que tiene mucha semejanza con la que se genera en el resto de las delegaciones, fue analizada en el capítulo precedente.

Para saber en qué medida esa información es tomada en consideración resultó importante conocer la opinión de jefes de información y reporteros que cubren fuentes oficiales.

Javier Velázquez Flores, Jefe de Información de Ciudad en el periódico *El Universal*, considera que los boletines de prensa que emiten las delegaciones son

importantes en cuanto a datos ya que representan una versión oficial de un hecho que se corrobora frecuentemente con otra fuente.

Sin embargo, para que sean publicables tienen que ser eminentemente noticiosos, esto es, de acuerdo con sus propias palabras, que afecte o involucre a un determinado núcleo de la población, que sean del interés del público y especialmente que sean trascendentes.

De acuerdo con Juan Carlos Barajas, Jefe de Información en Televisión Azteca, los boletines de las delegaciones políticas no tienen ninguna importancia y agrega que siempre estos medios serán la versión oficial de los hechos por lo que corresponderá al reportero dar la otra versión.

Barajas opina que lo mejor que pueden hacer las delegaciones es evitar la difusión excesiva de boletines pues muchos de ellos son realmente intrascendentes.

En el caso particular de la Revista *Proceso* representada por su Jefe de Información, Gerardo Galarza, no considera nunca que un boletín sea por sí solo publicable; para esta revista, dice, es la versión oficial de un hecho que puede ser importante cuando trate un asunto periodístico, noticioso, que interese y siempre como complemento con otras versiones respecto a lo que se informa.

Para que pudiera considerarse con mayor seriedad a las oficinas de prensa en México, asevera, estas tendrían la obligación de brindar información veraz, oportuna y profunda del hecho que está dando a conocer; más allá de dedicarse a cuidar la imagen de la persona que está representando a esa institución, pues eso sería la función de una oficina de relaciones públicas y no de una de prensa; es

decir, informar verazmente a los lectores, incluso de servicios, no sólo de hechos noticiosos.

Eleazar Franco, Jefe de Información de la Radiodifusora XEQ, considera que la importancia que se le da a los comunicados oficiales es mínima en el caso particular de las estaciones de radio pues para ellos lo importante es el audio, no el texto y cuando se trata de un acto importante se envía directamente al reportero a trabajar el evento y no a recoger el boletín.

Para este periodista los boletines no son malos, sino que más bien no son noticiosos. En ocasiones, señala, cuando el reportero siente que la información está disfrazada no confía en esa información y va a buscarla en otra parte.

Para Oscar Navarro, actualmente Subdirector de Información del Sindicato de Maestros y con una amplia experiencia como reportero, los boletines son el único medio de notificación oficial, son la voz más acreditada para dar a conocer los asuntos de determinada institución, pero principalmente son un informe y como tal se manejan.

Él opina que todo reportero debe siempre acudir a fuentes alternas, no tanto para cambiar, sino para corroborar y ampliar la información obtenida.

Zenaida Alzaga, reportera *de la fuente* por el periódico *Suma* califica en porcentaje a los boletines con un diez por ciento en cuanto a interés y manejo de información. Para que sean publicables, dice, se sigue la línea del medio y los intereses para que la información se de a conocer, lo cual dependerá del momento político y económico que esté viviendo el país en muchos casos.

Para Alzaga los datos de los comunicados oficiales sirven a medias y el reportero tiene que reconstruir la nota a partir de lo que se le entrega. Ella opina que depende mucho de cada medio determinar si es publicable o no lo que se ofrece, lo cual estará determinado por los intereses del mismo y por el valor noticioso de lo que se ofrezca.

Enrique Discépolo Díaz de León, Asesor Editorial de la Gerencia General del periódico *Novedades* opina que los boletines de prensa enviados por las delegaciones políticas no son realmente importantes, a decir, su importancia se da en función de la relación que tengan con el medio o a la información que brinden, la cual es muy escasa debido a que abarcan sólo sectores específicos de la población.

Básicamente, afirma, los boletines son utilizados como relleno, cuando se detecta que faltan notas, pero generalmente estos llegan diferidos por el reportero de la fuente.

Conocer las opiniones de periodistas experimentados clarificó que aun cuando la información contenida en los boletines puede ser importante, carece de valor noticioso en muchas ocasiones por no interesar a amplios sectores de la población y por no ser redactada periodísticamente pues este modo de escribir "...se nos ofrece como un modo de analizar y comprender los fenómenos de comunicación humana cuyos mensajes tienen una finalidad cognitiva y un contenido informativo o persuasivo, y cuyo proceso se desarrolla de acuerdo con las leyes sociales propias de la llamada información de actualidad o periodismo"⁷.

⁷ Martínez Albertos J. L. *Op. Cit.* p. 125

Para los periodistas entrevistados es fundamental pensar como reportero al escribir una nota, llenarla de datos, hacerla más accesibles a los requerimientos de los medios, que estén amplios en información, más noticiosos, aun sin perder su carácter oficial; opinan que las áreas de comunicación social debieran abrirse más para contestar las demandas de la propia comunidad en donde se encuentran para mantener un mejor y mayor contacto con ésta.

Teórica y prácticamente son muchos los aspectos que se deben considerar para elaborar un boletín, primero, qué elementos debe contener para que éste sea considerado como publicable; segundo, determinar qué información aporta, y a su vez la trascendencia que tiene; tercero, cómo se maneja dicha información y cuarto, cuáles son los fines que persiguen los medios de comunicación y a partir de estos aspectos definir qué es lo que se puede enviar.

El primer punto son los elementos que debe tener para que sea considerado publicable. Miquel R. Alsina define que para que se produzca una noticia periodística deben conjuntarse varios requisitos; el primero de ellos es que existan unos emisores-codificadores que difundan determinados hechos para hacerlos llegar a ciertos receptores, que esperan hallar en ellos una satisfacción inmediata o diferida, mediante la cual consiguen elaborar un cuadro de referencias personales válido para entender el contexto existencial en el que viven.

El autor opina que convertir un hecho en noticia es una operación básicamente lingüística, que permite cargar de determinado significado a una

secuencia de signos verbales (orales o escritos) y no verbales, lo cual viene a ser una tarea específica de los periodistas.

Como segundo requisito de la noticia se considera que la difusión por parte de los sujetos emisores se realice con el ánimo de objetividad; esto es con una evidente disposición psicológica de no intencionalidad atribuible al codificador.

De autor en autor varía el concepto de noticia, para algunos el obtener a ésta depende de la habilidad del reportero de seleccionar lo que interesará al mayor número de lectores, relatar un hecho reciente, informar todo cuanto sea posible acerca de un suceso, pero es muy cierta la afirmación de Carl N. Warren quien dice que "...aunque todas las noticias pretenden interesar, informar o entretener a alguien en alguna parte -a grandes sectores del público, si es posible- ninguna atrae la atención de todo el mundo en todas partes"⁸, pues igualmente "...las características propias de los medios y de los receptores imponen una serie de obstáculos insalvables de tipo económico y físico, de tiempo y de espacio, que impiden el que ningún comunicador pueda proporcionar a la opinión pública toda la verdad sobre todo lo que acontece en el mundo"⁹.

Para Mc Quail el ingrediente fundamental del periódico y de todos los medios de comunicación son lo que llamamos noticias.

⁸ N. Warren Carl. *Géneros Periodísticos Informativos*. Ed. A. T. E. Colección Libros de Comunicación Social. Barcelona, España, 1975. p. 23.

⁹ Mayobre M. José A. *Información, Dependencia y Desarrollo*. Monte Ávila Editores. Caracas, Venezuela, 1978. p. 126.

Para este autor "...las instituciones de los medios de comunicación difícilmente podrían existir sin noticias y las noticias no podrían existir sin las instituciones de medios de comunicación"¹⁰

También señala que "...las noticias no tenderán a ocuparse de: las naciones lejanas y con poca importancia política; las personas que no forman parte de las élites; las ideas; las instituciones y las estructuras; los procesos poco espectaculares y a largo plazo"¹¹.

Con lo anterior se desprende entonces que mientras más localista sea la información, obviamente abarcará menor número de lectores y menos será considerada como noticia, con lo cual entraría la afirmación hecha en el capítulo anterior donde se expresó que a los medios de comunicación les interesa mucho más lo generado en las altas esferas de la política, pues son de carácter nacional, que lo que puedan informar las delegaciones políticas en el Distrito Federal, pues son datos que únicamente interesan a los capitalinos.

En el entendido que los comunicados elaborados por las delegaciones son de tipo localista, pasaríamos al segundo punto, esto es, la información que se aportaría la que ya fue mencionada en el capítulo anterior y son generalmente eventos: cívicos, artísticos, culturales, políticos; claro está que lo más importante sería lo referente a la política, esto es fundamentalmente las actividades realizadas por el titular de la delegación.

¹⁰ Mc.Quail Denis *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Ed Paidós, Comunicación. Barcelona, España, 1988. p. 170.

¹¹ *Idem*.

La trascendencia que tiene no es demasiada generalmente pues, como ya fue explicado previamente, ésta se encuentra determinada por el alcance que tenga para afectar a amplios sectores de la población, lo cual no es el caso, generalmente, de las delegaciones políticas.

El tercer punto, el manejo adecuado de la información, abarcaría lo señalado por Zenaida Alzaga lo cual sería pensar siempre como reportero para que tengan los boletines interés periodístico y atraigan la atención de la gente; atender los tres elementos significativos de la noticia que son "...un suceso, que implica algún género de acción; una información, donde se describe o relata la acción en términos comprensibles, y un público, al cual se le presenta la relación de lo sucedido"¹².

En opinión de Franco, Jefe de Información de la XEQ, este tipo de información será de interés si habla de un acontecimiento noticioso, de un acontecimiento que merezca ser conocido por los capitalinos, lo cual puede ser exponiendo un problema y planteando una solución, abriendo así posibilidades de resolver cosas, algo que le va a servir a la gente, no forzosamente de hechos desagradables, sino de situaciones importantes.

El cuarto punto, los fines que persiguen los medios al difundir información, es determinante para saber lo que ellos quieren y por consiguiente que es lo que van a publicar.

Martínez Albertos señala tres fines diferentes de los medios:

1. Comerciales

¹² V. Charnley Mitchel. *Periodismo Informativo*. Ediciones Troquel. Buenos Aires, Argentina, 1971 p. 18

Distraer a la clientela

2. Fines específicamente periodísticos

- a) Informar acerca de los acontecimientos
- b) Orientar a los lectores acerca de la trascendencia de estos acontecimientos admitiendo en esta labor, ciertos matices de presión sobre sus públicos, veces claramente y otras de forma encubierta.

3. Fines sociales

- a) Educar a los públicos
- b) Servir de instrumento para la libre comunicación de opiniones.

Para Núñez Ladevéze el lenguaje es fundamental para poder entender los fines de los medios, pues es a través de éste que difunden lo que a ellos les interesa que sea conocido "...un medio de comunicación colectiva determina subjetivamente un público en dos sentidos: respecto del contenido semántico que informa y respecto de la cantidad de su difusión; respecto de lo que quiere decir, o grado de consistencia del lenguaje, y respecto de hasta dónde quiere llegar"¹³.

"...El modo de comunicación de los medios no es distinto de las formas de comunicación que habitualmente se distinguen. El medio no aporta una modalidad de comunicación, sino que es el instrumento que potencia los efectos de la

¹³ Núñez Ladevéze E. L. *El Lenguaje de los Medios. Introducción a una Teoría de la Actividad Periodística*. Ed. Pirámide. Madrid, España, 1979. p. 86

comunicación: es un sistema de distribución de mensajes, lo cual no afecta al contenido del mensaje aunque afecta a su recepción"¹⁴ .

"...Aún cuando el momento puramente redaccional se limita a la objetivación del lenguaje, en su publicación no se puede olvidar que tanto la descripción como la valoración y la argumentación, llevan una carga que estimula al público hacia la toma de decisiones y hacia la conclusión de un proceso discursivo al que hemos definido como argumentación" ¹⁵ .

El autor opina que el medio siempre tendrá un fin aunque éste en apariencia no se vea o no tenga una intención definida al dar a conocer un suceso, pero con el simple tratamiento que le de a la noticia dejará en claro su postura.

Para McQuail es manifiesto el papel que cada quien ocupa en el proceso comunicativo en donde también se determinan los fines de los medios que para él constituyen un conjunto de actividades que llevan a cabo productores, distribuidores y miembros del público de acuerdo con determinadas normas y acuerdos.

El autor considera que los medios se ocupan de producir y distribuir *conocimientos*, información, cultura; proporcionan también canales para relacionar a unas personas con otras. Asimismo los medios de comunicación operan casi *exclusivamente* en la esfera pública y constituyen una institución abierta en determinadas condiciones, también como emisores.

¹⁴ *Ibid* p. 129

¹⁵ *Ibid* p. 227

Otro aspecto que considera es que la participación en la institución como parte del público es en esencia voluntaria. De cualquier manera señala, aun con su importancia, los medios de comunicación no pueden aspirar a ninguna autoridad sobre la sociedad.

Para algunos autores el fin de los medios de comunicación es encontrarse siempre como mediadores de lo que está sucediendo.

Los medios de comunicación tienen dos funciones extremas "...informar al gobierno de lo que opina la gente y promover la participación del pueblo en la vida colectiva... Si ambas funciones... se realizan, parece que han de bastar para que el periódico pueda ejercer, en alguna medida, cierta función mediadora"¹⁶.

La postura de un medio se aprecia al observar la información que publica, el lugar, el espacio el tratamiento que da a cada nota, por qué omite o resalta algunas declaraciones, por qué las publica un día antes o un día o días después, por qué agrega hechos, en ocasiones en apariencia intrascendentes o por qué omite datos que la fuente podría considerar en un momento dado como importantes.

En la Estación XEQ, de acuerdo con su jefe de información, el propósito de la misma es difundir todo, especialmente aquello que es de beneficio común, pues, afirma, la Radio tiene que cumplir una función social y siempre hay informaciones en tal sentido, desgraciadamente las delegaciones usan poco las estaciones de radio para difundir y resolver problemas, normalmente mandan boletines o comunicados con audio cuando les interesa difundir o transmitir algo, con cierta frecuencia de

¹⁶ Gomis Lorenzo. *El Medio Medio. La Función Política de la Prensa*. Editorial Mitre. Barcelona, España, 1987. p. 139

eventos en donde va a quedar bien el funcionario y eso tiene poca importancia para una estación de radio y para la gente porque no le gusta que se conozca solamente eso sino que quieren saber otras cosas.

Tomar en cuenta a qué medios se va a enviar la información será determinante para que la misma pueda ser dada a conocer, de acuerdo con el tratamiento que se le haya dado y a su trascendencia e importancia.

2.2 LA CREDIBILIDAD

La credibilidad con respecto a la información de las delegaciones políticas es una cuestión muy delicada ante la que no hay, entre los comunicadores de los medios, una medida estándar que unifique criterios u opiniones pues, aseguran ellos mismos, esto depende incluso en gran parte de la línea que tenga el medio para el cual se trabaje y el mensaje que se pretenda difundir.

El problema de los boletines no es de credibilidad, sino de su utilización como medios de propaganda de las acciones gubernamentales, considera Juan Carlos Barajas.

Para Gerardo Galarza la credibilidad es un problema de confianza. Lamentablemente, dice, en México un boletín se vuelve importante cuando contradice lo que ocurrió, a veces sucede que si los hechos son muy notables y hubo oportunidad de que hubiera reporteros y la dependencia oficial contradice lo

que presencian los medios, esto crea muchas expectativas en el sentido de por qué se está haciendo eso.

Un boletín de prensa en México, continúa, "se supone que es la versión gubernamental acerca de un determinado hecho, si no es comprobable en la realidad pierde credibilidad, si no es comprobable por los hechos perderá absolutamente toda la credibilidad." El problema de estos comunicados, dice, es que muchas veces intentan desmentir, descalificar, agrandar, minimizar, maximizar o cualquier otro intento de distorsión sobre algún hecho.

Eleazar Franco asegura, la credibilidad es una trayectoria que va haciendo un funcionario o un reportero, sobre todo es su seriedad con que tome el cargo, sus conocimientos sobre los casos y esto va a determinar su importancia de lo que hable o de lo que diga pues, dice, una gente que hable mucho y no cumple, no toma datos reales y no reconoce las conclusiones, los juicios que determinan estos datos difícilmente tiene credibilidad en estos tiempos.

Considera este periodista que la credibilidad es un gran problema de la época actual ya que todo mundo quiere creer en algo y al mismo tiempo desconfía de todo. Él propone que todos trabajemos tanto dentro como fuera del gobierno tratando de allegarnos credibilidad, hacer las cosas reconociendo la realidad, saber nuestras posibilidades, saber hacia donde queremos ir.

En opinión de Oscar Navarro la información difundida por las dependencias oficiales tiene toda la credibilidad pues cuentan con el respaldo de la misma *institución*.

Zenaida Alzaga, en cambio, difiere de este punto de vista al otorgar sólo un diez por ciento en veracidad a los boletines de prensa y, asegura que sólo sirven a medias porque les faltan siempre datos ya que son elaborados por personas que no piensan como reporteros pues, afirma, desgraciadamente la mayoría de los directores de comunicación social de entidades gubernamentales no han ejercido el periodismo.

A Javier Velázquez este tipo de comunicados le merecen su credibilidad en cuanto que representan una versión de un hecho, el cual no deberá de dejar de corroborarse con otra fuente que será, en muchos casos, no oficial.

Enrique Discépolo califica en un cincuenta por ciento la credibilidad de esta información por lo que, señala, siempre el reportero debe acudir a todas las fuentes que pueda para saber si lo que va a decir es lo correcto o completo para que sea publicable. Él dice que estos comunicados al llegar al medio se les saca lo que no es aceptable y se le da la forma periodística.

En el caso concreto de las delegaciones políticas se desprende, después de las declaraciones anteriores, que aún cuando aporten datos fidedignos, éstos no resultan de interés en muchos casos porque no son noticiosos, porque son muy localistas e interesan a un mínimo de población y porque mayoritariamente, les faltan datos.

Para hacer creíbles los comunicados ". .los periodistas pueden ayudar a los lectores diciéndoles todo lo que puedan acerca de los orígenes de una historia, al menos identificando al reportero, su jurisdicción, el canal a través del cual transmitió

la información y la fuente, siempre que estos detalles puedan complementar su comprensión. Los reporteros no siempre insisten todo lo firmemente que debieran en que los funcionarios hablen oficialmente"¹⁷ .

De cualquier manera no basta con todo lo anterior, como señala Tuchman en su libro *La Producción de la Noticia*, pues mucho de lo que digan los medios dependerá de la postura que estos mismos ocupen y los fines que persigan; él lo define como un marco que delinea al mundo y que del tamaño y la postura de éste dependerá la visión que se tenga del mismo.

Lo anterior va muy de acuerdo también con lo señalado por los comunicadores entrevistados pues cada uno, desde el medio que representa, otorgó diferente visión de lo que para ellos es la credibilidad y la importancia que ésta tiene; mientras para algunos merece un porcentaje muy bajo, para otros merece toda y para alguno más es el conjunto de varios factores .

"...El Gobierno y sus diversos departamentos emiten continuamente información, bien a través de notas oficiales, declaraciones de las autoridades... al recoger, interpretar, valorar y finalmente comunicar esas informaciones, el medio aproxima la actividad del gobierno al ciudadano, se la hace comprensible y es un factor de credibilidad y confianza en la actividad normal del gobierno"¹⁸ .

Francisco Vázquez Fernández en su obra *Ética y Deontología de la Información* señala que la credibilidad, tanto de la fuente como del emisor, van

¹⁷ V. Sigal León. *Op. Cit.* p. 231

¹⁸ Gomís, Lorenzo. *Op. Cit* p. 139

unidas para el receptor, por ello para él ésta es muy importante y la traduce como actitudes de fe y de confianza.

Este autor señala diversas características que deben ir unidas para que pueda existir confianza en el público como son: en el caso de aplicar elogios, que estos sean adecuados y atemperados; eliminar o disminuir impresiones desfavorables; confiar en su experiencia; crear la impresión de que se es totalmente sincero en lo que se comunica.

"...La credibilidad se percibe por un auditorio, al captar la intención, confiabilidad y competencia de una fuente"¹⁹.

En muchas ocasiones la credibilidad va ligada al emisor y a la fuente y el cuestionamiento que surge es si no se cree porque se omitieron datos acerca de algún suceso pues en muchas ocasiones, principalmente cuando la información es importante, los comunicados oficiales ofrecen una parte y otras fuentes demuestran que hizo falta agregar algo más, sin embargo "...es indudable que hablar de una *verdad* única y absoluta tiene peligrosas connotaciones dogmáticas y presenta serios problemas filosóficos. Los comunicadores profesionales argumentarán la relatividad de esa *verdad* y demostrarán con cúmulo abrumador de pruebas que, salvo algunas excepciones censurables, la gran mayoría comunica a sus receptores sólo la verdad, y nada más que la verdad, aún cuando, por limitaciones de los mismos medios, no

¹⁹ Vázquez Fernández Francisco. *Ética y Deontología de la Información* Ed Paraninfo Madrid, España, 1991. p. 183.

toda la verdad"²⁰ ; con lo que este aspecto, desde el punto de vista del autor vendría a ser en cierta medida la justificación o alguna parte de ella.

De cualquier manera "...Las encuestas indican que la confianza del público en la prensa ha declinado. Los periodistas están en el centro de estos eventos; ellos llevan el mensaje y a menudo soportan el peso de la frustración que suscitan esos mensajes en los lectores, televidentes y oyentes"²¹ .

Por este motivo Gerardo Galarza aconseja en la entrevista que para que un medio no pierda confiabilidad, con lo que también se la otorgará a la fuente, deberá siempre, además de ofrecer la visión gubernamental de los hechos, indagar con todas las instancias que puedan proporcionar algo acerca de un hecho para que éste se ofrezca lo más completo posible.

²⁰ L. Ferguson Donald, Jim P. *El Periodismo en la Actualidad* Edamex. México 1988 p 31

²¹ Mayobre José A. *Op. Cit.* p. 126

3. CRITERIOS PARA UN NUEVO MODELO DE BOLETÍN

En este último capítulo, nuevamente se agregan opiniones de los periodistas entrevistados, se aportan también datos para la elaboración de la propuesta para un nuevo modelo de boletín.

En el primer apartado se vuelven a mencionar algunas particularidades de la Delegación Álvaro Obregón para orientar el sentido que puede darse al contenido de la información que se redacte, así como las medidas que para ésta se contemplan en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000.

En el segundo apartado se elabora la propuesta especificando qué datos sería conveniente que tuviera, siempre de acuerdo con lo señalado por autores y comunicadores, sin olvidar por ningún momento en qué sentido se plantea, ello es, una institución oficial, desconcentrada, que atiende a un sector pequeño, comparativamente hablando, del Distrito Federal.

3.1 EL CONTENIDO

Para la elaboración de un nuevo modelo de boletín se debe conocer en primera instancia cuál es la información que se va a manejar.

Como se recordará, en el primer capítulo de este trabajo se mencionaron la configuración y situaciones específicas de la Delegación Álvaro Obregón.

Esta dependencia tiene siete subdelegaciones, seis coordinaciones y la Contraloría Interna como áreas de mayor importancia, cada una, como ya fue explicado, tiene funciones determinadas, algunas de las cuales se derivan de la

situación geográfica de la demarcación, como es el caso de la Subdelegación de Desarrollo Urbano y Obras que tiene a su cargo la Subdirección de Zonas Minadas y Taludes que debe dar atención a más de cien colonias con tienen este problema y la Coordinación de Programas para Zonas de Riesgo y Protección Civil, de reciente creación, que se encarga de la creación de programas y otorgamiento de apoyos a la gente que habita en barrancas o resulta afectada en época de lluvias u otras contingencias.

Otro aspecto importante es el de la Seguridad; las peticiones a este respecto son canalizadas por conducto de la Subdelegación Jurídica y de Gobierno al Sector de la Secretaría de Seguridad Pública que corresponda; el alto índice delictivo que se padece en el Distrito Federal hacen de el un hecho trascendente.

Este tipo de solicitudes se reciben, al igual que todas, a través de la Red de Demanda Ciudadana que maneja la Delegación Álvaro Obregón con un sistema interno por computadora que permite comunicar a todas las áreas canalizando por ese conducto las peticiones que a cada una le competan el mismo día de su recepción.

La pretensión de este trabajo es que la propuesta sirva como modelo al resto de las delegaciones tomando, claro esta, sus propias particularidades, los aspectos interesantes que cada una de ellas tenga.

Regresando a esta delegación ella no cuenta con uno de los territorios más grandes en el Distrito Federal, pues ocupa sólo el 6.7% de éste, tampoco es una

de las más pobladas, con lo que tiene fuera algunos de los problemas que tienen otras demarcaciones por su exceso de población.

Sin embargo, como ya se mencionó, su misma ubicación geográfica es la que ha provocado mayores contratiempos a sus habitantes.

No se trata, claro está, de que para aparecer en los medios únicamente se deba hablar de sucesos desafortunados, se pueden mencionar hechos concretos para la prevención de deslaves, derrumbes, asaltos, por ejemplo.

De hecho en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 se establece que:

"...El Ejecutivo Federal expresa su compromiso de proponer y adoptar medidas efectivas para cumplir, regular, oportuna y suficientemente con el derecho a la información. El Gobierno de la República ofrecerá asiduamente la información económica y social, generada por el Estado, que permita a la ciudadanía el análisis, seguimiento y evaluación de las políticas públicas... En este sentido, se propone promover las reformas legales para dotar de autonomía al INEGI. Asimismo, se consolidará la función pública de preservar y custodiar los acervos y archivos de la Nación, y se perfeccionarán las modalidades de entrega oportuna de informes y documentación oficial para su resguardo y consulta pública"²².

Por lo anterior se desprende que, institucionalmente, toda dependencia gubernamental tiene como tarea, además de cumplir las funciones que le fueron encomendadas, difundir que estas se están llevando a cabo.

²² Poder Ejecutivo Federal. *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*. S.H.C.P. México 1995. p. 69, 70

No obstante lo mencionado, las oficinas de comunicación social miden su labor, no con base en los boletines que emitan o la información que éstos contengan, sino a través del interés que provoque la misma en los medios, pues así lo demuestran las estadísticas e informes que al respecto elaboran de manera interna; en este aspecto puede resultar importante en cierta medida pues "...La prensa ayuda a crear nociones o interpretaciones comunes de la realidad política al Ejecutivo y al Legislativo, puesto que ambos se basan en las mismas fuentes para saber lo que pasa en el mundo"²³, y al no perder de vista lo que está sucediendo, tampoco pueden olvidar que aún cuando la dependencia que representan realiza labores importantes, la mayoría van a la par de lo que las otras hacen, que es en beneficio de sectores muy localizables dentro del Distrito Federal.

De acuerdo con lo mencionado recordamos otra vez que por ser una información localista la pone en desventaja con la que emitan otras instituciones de carácter nacional, pero que por este mismo motivo sería idóneo que se seleccionara más lo que se va a enviar.

Dentro del contenido de esta propuesta quedarían excluidos los eventos sociales, artísticos y culturales, salvo contadas excepciones que así lo requirieran pues, como ya se mencionó, éstos encuentran difusión por los canales adecuados, a través de SOCICULTUR y el CNCA.

²³ Gomís, Lorenzo. *Op. Cit.* p. 143

Todas las acciones que sólo beneficien a colonias específicas, básicamente en la dotación de servicios no serán del interés de los medios de comunicación masiva por todos los aspectos ya señalados en los capítulos precedentes.

Hechos que puedan ser un ejemplo para el resto del D.F., elaboración de programas importantes de trabajo, acciones determinantes para cambios drásticos en servicios o apoyo a la comunidad y todo aquello que pueda considerarse como noticia es lo que será importante para los medios pues, de acuerdo con varios de los entrevistados, será destacable todo aquello que afecte para bien o para mal a amplios sectores de la población; con lo que se desprende entonces que lo que emprenda una delegación será importante como noticia cuando interese a un gran núcleo de gente o de alguna manera los afecte.

Si se retomó en este apartado las llamadas zonas de riesgo o seguridad pública de la jurisdicción obregonense es porque, después de las acciones del Delegado, son las que más atención han merecido por parte de los medios y por lo mismo es de donde puede haber mayor material susceptible de convertirse en noticia.

3.2 LA PROPUESTA

La elaboración de la presente propuesta va unida de manera intrínseca a lo expuesto en los capítulos precedentes pues es diseñada de acuerdo con las consideraciones teóricas de los autores consultados como de las prácticas aportadas por los reporteros y jefes de información entrevistados.

Ambas experiencias deben conjuntarse pues mientras, por un lado, los estudiosos señalan las necesidades a nivel incluso de otros países (lo que les da un carácter general) de lo que es noticia, redacción periodística, que es un hecho; la práctica de los comunicadores de éste país es de vital importancia pues son ellos quienes conocen, por su experiencia, la realidad de México, lo que aquí se necesita, que en ocasiones, no hay que olvidarlo, estará determinado en función de los objetivos de su medio; lo que se considera importante para difundir y lo que la gente requiere en cuanto a información, concretamente los habitantes de esta Ciudad.

Como dato es necesario recordar que "...los informes diarios no tienen tiempo para la escritura sofisticada, original y creativa. Por el contrario, el subrayado del contenido importante lo llevan a cabo completamente las diferentes estructuras de relevancia de la noticia como la organización jerárquica, el ordenamiento, las estructuras esquemáticas y la correspondiente disposición"²⁴ , pues es el hecho en sí lo que da la trascendencia y no si éste se redacta de

²⁴ Van Dijk Teun A. *Op. Cit.* p. 126

manera rebuscada pues además no se puede olvidar que al ir dirigido a toda clase de público el lenguaje utilizado deberá ser sencillo y claro.

Núñez Ladevéze divide al lenguaje periodístico en dos: Lenguaje común "...o una forma distintiva del lenguaje cotidiano, es decir, una forma connotada del lenguaje común, puesto que no es el lenguaje práctico, ni el lenguaje corriente de la calle, el cual es un lenguaje privado. Una forma, pues, no privada ni dialógica del lenguaje común, pero que conserva el sentido primordial de la cotidianeidad, y contribuye, además, a conformarla con singular eficacia. La llamaremos *publicística*"²⁵.

Lenguaje público, "...como un lenguaje que tiene, mantiene o conserva una función social y comunicativa específica, que aparece, de hecho, ligada a la anterior aunque sea, por su contenido, analíticamente discernible"²⁶.

Gerardo Galarza, de la Revista *Proceso*, opina que un boletín para ser considerado interesante y tomado en cuenta debe informar veraz, oportuna y profundamente el hecho que esta dando a conocer, más allá de buscar promover la imagen de la persona que está representado, pues eso sería la función de una oficina que se dedicara exclusivamente a las relaciones públicas y no de una de prensa; es decir, informar verazmente a los lectores, incluso de servicios, no sólo de hechos noticiosos.

²⁵ Nuñez Ladevéze L. Op. Cit. p. 64

²⁶ *Idem*

Este periodista considera que algo útil que podrían hacer las oficinas de prensa de las delegaciones es un poco crear, imaginar formas de comunicación hacia su comunidad de otra manera que no sólo sea la Radio o la Televisión.

En los momentos tan convulsionados que está viviendo el país, dice, no se presta tanta atención a las delegaciones, no tanto porque sus boletines estén mal hechos, sino porque no hay espacio en los medios. La información que ellas brindan se publica más en periódicos especializados, que generalmente son los que casi nadie lee. Por ello, considera, es fundamentalmente de imaginación de las propias oficinas de prensa el buscar como hacer llegar la información a quien se le quiere hacer llegar.

Este, continúa, es un punto muy importante, quién es el destinatario, la comunidad o el medio; porque aquí hay otra distorsión, los funcionarios de las oficinas de prensa están encantadas de hacer llegar información a los medios, quieren que se publique, están cuidando imagen y creen que porque se publique una nota a su modo de ver favorable o desfavorable, están haciendo su trabajo.

Para Eleazar Franco, de la XEQ, los boletines deben ser noticiosos y actuales pues, señala, con cierta frecuencia salen bastante después de que suceden los acontecimientos; normalmente se acostumbra como aclaraciones de lo que no es, en este sentido las oficinas de prensa deben tener más iniciativa y tratar, si no de determinar la información, sí de influir, y la mejor forma de hacerlo es destacar lo bueno o de destacar la dimensión de los acontecimientos, es tener la información inmediata.

Si los boletines salieran más rápido, argumenta, con información más completa, con datos adicionales de lo que la gente comúnmente señala, esto nos evitaría que los reporteros reprodujeramos las versiones de la gente que con cierta frecuencia son distorsionadas o son de las cosas que se dicen, que no son datos oficiales, entonces ahí las dependencias podrían influir mucho; si mejorasen los comunicados haciéndolos más rápido, de mayor interés y no solamente pensando que los boletines deben de hablar de cosas agradables o no muy feas.

Yo creo, continúa, que hablar de los problemas que tiene cada una de las dependencias, cada una de las comunidades ayuda a que la gente los conozca, entonces se planteen soluciones; conocer los problemas no implica que se va a hablar mal del funcionario, implica que se está planteando allí el asunto para que haya apoyo y pueda conocerse la forma de resolverlo.

La reportera Zenaida Alzaga, de *Suma*, propone que los boletines contengan más datos, pues como actualmente se envían sólo sirven a medias, son parciales pues, dice, hay mucha cerrazón, muchos intereses que no permiten que se dé a conocer más acerca de determinados sucesos, que es por lo que siempre el reportero debe buscar en fuentes alternas lo que no encuentra en las entidades gubernamentales.

Por su parte Enrique Discépolo considera como base fundamental de las actividades de una delegación el estar en constante comunicación con su comunidad, el conservar el contacto permanente con ella, abrirse para contestar las demandas pues finalmente este es el objetivo que debe perseguir una oficina

de comunicación social en lugar de preocuparse si su boletín fue publicado en uno u otro medio.

Javier Velázquez escuetamente señala que los comunicados deberían ser más amplios en su información, más noticiosos, aún sin perder su carácter oficial.

En opinión de Juan Carlos Barajas lo más importante es evitar la difusión excesiva de boletines pues la gran mayoría trata sobre cuestiones intrascendentes para los medios y sólo los tomarán en cuenta cuando traten acerca de un tema nuevo o muy importante.

Oscar Navarro decide que para que un comunicado de prensa pueda ser interesante éste debe hacerse más accesible a los requerimientos de los medios y contener más elementos periodísticos.

Después de conocer las opiniones de los periodistas entrevistados, de lo que para ellos es una oficina de prensa gubernamental, cuáles debieran ser sus funciones y qué es lo que podrían ofrecer para que su información pudiera considerarse de interés no se debe perder de vista tampoco que cada medio tiene necesidades e intereses específicos.

"...El Periódico es individual e independiente del tiempo y del espacio dentro de unos límites... El contenido no es unitario sino múltiple... e históricamente muy concreto y perecedero, y el suministro está muy organizado y dirigido por otros... El periódico es mucho más relevante para el poder estatal, dada la preponderancia de los contenidos políticos"²⁷ .

²⁷ McQuial Denis. *Op. Cit.* p. 32, 33

"...En relación con los valores culturales y morales, La Radio ocupa un lugar intermedio entre el polo de la *realidad* y lo *serio* y el opuesto, lo que refleja un equilibrio entre información y entretenimiento"²⁸ .

"...Políticamente La Televisión es muy sensible, está muy próxima a los centros de poder estatal y social, y es objeto de control y regulación. No existe virtualmente noticia de que La Televisión se haya utilizado para la acción o resistencia política, de manera que debe ser el medio de comunicación menos revolucionario de la historia".²⁹

Como se observa, el autor considera al Periódico y a la Televisión como los medios que, ya sea el primero por su contenido y la segunda por su estatismo, se adecúan a las necesidades de divulgación de información de las instituciones gubernamentales.

Tal y como ya fue señalado anteriormente, las actividades del Estado, principalmente en las altas esferas, tenderán por lo general a ser noticia, pues tanto éste como los medios cumplen una función social, uno como aplicador de programas, normas, leyes, estrategias o actividades y el otro como divulgador "..."el poder político tiene la capacidad de influir en la información mediante la producción de acontecimientos artificiales dotados de sentido mediante una nueva definición de la realidad"³⁰ , pero "...no se puede afirmar en absoluto que sea una característica del sistema político-institucional la de producir siempre

²⁸ *Ibid* p. 35

²⁹ *Ibid* p. 36

³⁰ R Alsina Miquel. *Op. Cit.* p. 115

43

hechos artificiales dotados de sentido con el fin de controlar el impacto de la información periodística³¹ ; sin embargo es ya una ventaja encontrarse desde una posición en la cual, si se busca adecuadamente, se puede generar información de interés.

Aunado a lo anterior no se puede olvidar que "...la noticia registra la realidad social y es un producto de ella, porque proporciona a los consumidores de noticias una abstracción selectiva diseñada para que sea coherente a pesar de que descuide algunos detalles".³²

Para Galarza la noticia debe cubrir, para llamarse como tal, diversos requisitos, esto es, que tenga proximidad, que nos afecte de alguna manera, que suceda cerca de donde nos encontramos, que sea inusitada, original, que tenga interés general.

Eleazar Franco la define como todo lo que sea de interés público, aquello que pueda interesar a la gente, lo que la pueda distraer, o informar para que actúe, para que colabore, para que se integre a la sociedad.

El periodista Enrique Discépolo, del Diario *Novedades*, considera como evento noticioso a todo aquello, bueno o malo, que involucra de alguna forma parte de las actividades de la sociedad.

³¹ *Ibid* p. 116

³² Tuchman, G. *La Producción de la Noticia. Estudio sobre la Construcción de la Realidad* Editorial Gustavo Gili, S.A. Mass Media. México, 1983. p 203

Un hecho trascendente, importante, que afecta e involucra a un determinado núcleo de la población, de interés público, es considerado como noticia para Javier Velázquez.

Todo aquello que contenga datos interesantes para amplios sectores de la población es, en opinión de Zenaida Alzaga, noticia.

Juan Carlos Barajas dice que la noticia es todo hecho novedoso que está por suceder o por ser dado a conocer.

Se puede resumir, de acuerdo a los conceptos de autores y comunicadores que noticia será algo novedoso y que interese a un gran número de lectores.

Sin embargo la cuestión no es tan sencilla pues no es ésto lo único que debe ser tomado en cuenta, los medios de comunicación masiva tienen funciones e intereses específicos, para ellos una noticia, además de considerarse como tal, deberá cubrir cuando menos uno de sus tres fines principales que son los comerciales, periodísticos y sociales.

En el caso de la Delegación Álvaro Obregón, sus funciones son, como ya se mencionó anteriormente, sociales, y podrían señalarse en algunos casos periodísticos, pero no podrían catalogarse como comerciales; además tampoco interesa lo que en ella se haga, generalmente, a grandes sectores de la población por lo cual será conveniente poner especial atención a lo que se envía a los medios.

En el primer capítulo de este trabajo se citaron el tipo de boletines que hasta la fecha ha enviado la Coordinación de Comunicación Social de la referida

dependencia a los medios así como la recepción que los mismos han tenido en éstos y, en general, la escasa importancia que se les han dado en opinión de los entrevistados por ser, muchos de ellos, intrascendentes.

Por lo anterior en gran medida atendiendo las consideraciones de los medios y recordando que a la oficina de prensa de la delegación, quizá como a muchas otras de instituciones oficiales les interesa la publicación de su información, sería conveniente que disminuyeran la emisión de sus comunicados, sin importar si en lugar de diez o quince se envía sólo uno por mes, pero que el mismo contenga todos o la gran mayoría de los elementos requeridos para que pueda ser difundido por los canales que ella requiera.

Es importante informar, pero de sucesos relevantes, como ya se ha dicho, no de cosas que nadie lea o a poca gente interesen.

Todas las delegaciones tienen partidas presupuestales específicas que deben ser destinadas a los programas de trabajo establecidos comunmente con un orden de prioridad.

Desatender recursos necesarios para elaborar boletines intrascendentes se puede evitar reduciendo al personal de las áreas de comunicación social al mínimo: un jefe de prensa, un reportero por turno, una secretaria por turno, un mensajero por turno y un fotografo.

Con respecto a los insumos materiales sería suficiente con un teléfono directo, una extensión, dos máquinas de escribir, un vehículo, una computadora y un fax.

Una opción conveniente podría ser también que cada delegación dirigiera al Departamento del Distrito Federal su información y ahí se decidiera, de acuerdo a la importancia que tuviera, con estricta revisión, cuál se boletinaría a los medios o si sólo se enviaría, de acuerdo a la situación que se presente, a aquellos que no hubieran cubierto el evento, con lo que se evitaría mandar a todos los medios, para lo cual se podría contemplar el apoyo del Internet.

En el transcurso de los capítulos anteriores se han señalado muchos aspectos importantes como la multicitada definición de noticia o los fines de los medios, pero tampoco se puede olvidar otro punto muy importante que es la credibilidad, la cual también ya fue definida y no puede desatenderse.

Aún cuando para muchos la verosimilitud de las instituciones gubernamentales es innegable, precisamente por la posición que ocupan, no se debe descuidar en ningún momento que todo lo que se informe pueda ser comprobable cuando así se desee o se requiera; evitar cualquier tipo de contradicciones será fundamental para que éstas no sufran menoscabo alguno.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

En el transcurso de este trabajo se intentó resumir lo que es actualmente la Delegación Álvaro Obregón, específicamente la Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas, cuál es la información que envía a los medios de comunicación masiva, qué tratamiento le da a ésta y que interés despierta en los mismos medios esa información.

Igualmente, ya que el propósito que se pretende lograr es una mejoría en la elaboración de los boletines de prensa y que éstos se consideren aceptables para su publicación, se realizaron entrevistas a periodistas que actualmente desempeñan su labor como tal, a efecto de conocer sus opiniones acerca de estos comunicados y cuáles son los elementos que, según su criterio, deberían contener.

Además de lo anterior, se recabó de diversos autores, ideas, ya sea sobre conceptos u opiniones, con el fin de complementar y clarificar esta propuesta.

Como ya fue visto en el transcurso del capitulado presentado son varios los problemas que existen de entrada para que la información de una delegación pueda provocar interés en los medios como son su localismo, la falta de rapidez con que se envía y la intrascendencia que para ellos suelen tener en muchas ocasiones.

Los cuestionamientos realizados para diseñar la propuesta fue qué importancia se le ha atribuido a este medio de comunicación, cuanta credibilidad tiene, qué elementos debería contener para ser considerado publicable, con qué frecuencia tienen que ser modificados o se les agregan datos, qué criterios se siguen para indagar más allá de lo que el gobierno ofrece, cuál o cuáles pueden ser las

medidas prácticas a realizarse para que dichos comunicados pudieran ser de mayor interés.

Con todo lo anterior, así como con la revisión de textos se llegó a la conclusión de que no hay demasiado campo del que se puedan obtener noticias consideradas como importantes dentro del contexto, claro está, de los textos consultados y lo señalado por los reporteros entrevistados, por las características de la dependencia y por las actividades que realiza.

Sin embargo se difundió que aún con lo existente puede haber material rescatable que con el tratamiento adecuado puede considerarse interesante.

A los medios, como sus representantes lo expresaron, les atrae todo lo que sea novedoso y llame la atención del mayor número posible de lectores, televidentes o radioescuchas y si la preocupación de la Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas de Álvaro Obregón es que su información sea dada a conocer, entonces el camino más conveniente a seguir será escribir y enviar únicamente lo que interese a los medios.

No se intenta, con lo anterior, restar importancia a las otras funciones que se realizan en esa dependencia, pero si ha quedado claro que su difusión no es *noticia*, entonces que se cumplan las labores para que estas sean conocidas por quienes se ven directamente involucradas en ellas, esto es su propia comunidad, y sólo se den a conocer las que cumplan con los requerimientos específicos de un evento noticioso.

Además, al realizar la labor de esta manera se evitaría también el gasto innecesario de impresión y envío de información que, por sus características no sería utilizada salvo quizá que fuera inserción pagada, pero ésto ya vendría a tener otra clase de manejo.

Se observó que los comunicados revisados destacaban hechos y acciones favorables a la imagen institucional, además de que se intentó dar amplia difusión a eventos artísticos, cívicos y culturales que no tenían trascendencia noticiosa para los medios de comunicación.

Respecto a la credibilidad se descubrió que no hay unificación de criterios pues fue muy variable el porcentaje otorgado a ésta por los comunicadores, sin embargo se desprende de sus declaraciones que los boletines no deben ser utilizados como medios de propaganda de las acciones del gobierno y que ésta se logrará con una trayectoria, del funcionario, durante la cual demuestre la seriedad con que toma su cargo y la congruencia entre lo que hace y lo que dice.

Podríamos decir que no en lugar de, sino, además de, las oficinas de prensa gubernamentales cuiden la imagen, pero también transmitan información auténticamente noticiosa a los medios en el momento preciso y con los elementos necesarios para que ésta se difunda.

Respetar y recordar siempre las propiedades señaladas que debe contener un boletín al momento de elaborarlo sería lo ideal para que el mismo pudiera ser considerado interesante.

GLOSARIO

G L O S A R I O

BOLETÍN O COMUNICADO. Información remitida por una entidad pública para divulgar un hecho de interés general.

COMUNICACIÓN. Transmisión de un mensaje entre un emisor y un receptor. Puede ser directa (discurso, sermón) o indirecta (a través de los medios: Prensa, Radio, Televisión, Cine, libro, disco); y también puede ser unilateral (orden verbal) o recíproca (teléfono); y privada o pública. La información es una comunicación indirecta, unilateral y pública en los países donde este concepto se identifica con el de comunicación de masas.

DATO. Antecedente necesario para el conocimiento de una cosa; noción, información.

DEBER DE INFORMACIÓN. Obligación del gobierno y las entidades públicas de facilitar información a los directores de publicaciones periódicas y agencias informativas que lo soliciten.

DEONTOLOGÍA. Ciencia que trata de los deberes éticos del periodista. La Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó en diciembre de 1952 un

Código Internacional del honor de los periodistas que suele servir de fundamento para los estudios deontológicos.

DELEGACIÓN POLÍTICA. Dependencia desconcentrada del Departamento del Distrito Federal encargada de brindar servicios públicos a los habitantes de esta entidad federativa.

DEPARTAMENTO DEL DISTRITO FEDERAL. Institución cuya función es la de organizar y supervisar el cumplimiento de las metas y los programas establecidos en todas las entidades que dependen de él así como de atender al público en general.

DERECHO A LA INFORMACIÓN OFICIAL. El Director de una publicación o una agencia informativa tiene derecho a obtener información oficial del Gobierno y las entidades públicas si lo solicita. Su principal limitación son los secretos oficiales.

ENTREVISTA. Género del periodismo informativo que recoge un diálogo del periodista con un personaje.

FUENTE. Fuente de información: origen de los datos de una noticia. Puede ser: una agencia de noticias, una oficina de información, una persona relacionada con el hecho noticioso, los tribunales, la comisaría, los hospitales, un aeropuerto.

INFORMACIÓN. Proceso humano mediante el cual un emisor transmite a un receptor un significado // Ciencia de la comunicación pública, cuyas ramas son el Periodismo, la Publicidad, la Propaganda y las Relaciones Públicas // En sentido estricto, noticia, género del Periodismo informativo: breve relato de un hecho actual y de interés general, redactado en orden de interés decreciente y sin firma // En sentido amplio, cualquier exposición de hechos e ideas a través de un medio de comunicación de masas.

INFORMACIÓN OFICIAL. La que deben facilitar las autoridades si lo solicita por escrito el director de una publicación.

INTERÉS. Inclínación del ánimo a seguir leyendo una información o escuchando un programa.

LENGUAJE PERIODÍSTICO. Manera peculiar de expresarse de los periodistas, sea por escrito (Prensa, textos informativos de Radio-Televisión) o sea oralmente (Radio, Televisión, Cine informativo). En sentido amplio, lenguaje periodístico es aquel que aparece publicado en los periódicos (Publicidad, textos de agencias, artículos, titulares, textos). Pero en sentido estricto lenguaje periodístico es el que escriben los periodistas en el desempeño de su misión informativa. <<Lenguaje periodístico>> viene a ser sinónimo de <<estilo periodístico>>.

MASS-MEDIA. Locución inglesa que designa a los medios de comunicación de masa: Prensa, Radio, Televisión, Cine. La información se realiza a través de ellos de manera unilateral, pública e indirecta.

NOTICIA. Hecho o acontecimiento verdadero, inédito y actual, de interés general, que se comunica a un público masivo // 2. Narración de un hecho que merece ser publicado en orden de interés decreciente y de manera impersonal. Es sinónimo de información: Género del Periodismo informativo // 3. Conocimiento de un hecho nuevo.

OBJETIVIDAD. Propiedad de una información que refleja lo que son los hechos y no las opiniones personales. La objetividad perfecta es imposible, incluso en fotografía: siempre es preciso seleccionar las informaciones. En periodismo basta poner como meta la honestidad profesional en vez de la objetividad imposible.

PERIODISMO. Actividad de información repetida cada cierto espacio de tiempo a través de las Agencias, Prensa, Radio, Televisión y Cine Informativo. Se diferencia de la información publicitaria, propagandística y de relaciones públicas por sus fines y por la exigencia de la periodicidad.

PERIODISTA. Persona legalmente capacitada para el ejercicio profesional del periodismo en agencias, Prensa, Radio, Televisión, Cine y gabinetes de información. Su tarea principal es seleccionar y valorar las informaciones.

PERIODÍSTICO. Dícese de un hecho que merece ser publicado por su actualidad e interés.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA. Ciencia que se ocupa del estudio de unos determinados signos -naturales y técnicos- ordenados en una unidad de pensamiento con el fin de transmitir datos e ideas de interés general a través del periódico o de cualquier otro medio de comunicación de masas.

REPORTAJE. Género del Periodismo Informativo, frecuentemente acompañado de fotografías o ilustraciones, que relata una serie de hechos de interés actual en torno a un tema.

REPORTERO. Persona, frecuentemente no periodista, que busca sistemáticamente las fuentes de las noticias cada día para realizar una información lo más completa posible. Recoge la noticia en la calle y después la elabora en la Redacción. En Televisión el reportero es la persona que acompaña al filmador para realizar una información filmada.

**FUENTES
CONSULTADAS**

FUENTES CONSULTADAS

ALSINA MIQUEL R.
LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA
ED. PAIDÓS COMUNICACIÓN
BARCELONA, ESPAÑA
1989.

ABRUCH LINDER MIGUEL
METODOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES
ED. U.N.A.M.
ENEP ACATLÁN
MÉXICO.
1980

ACOSTA ESPARZA DANIEL
TEORÍA, METODOLOGÍA Y TÉCNICAS EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
MÉXICO
1980

ANDER-EGG EZEQUIEL
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL
EL CID EDITOR, COLECCIÓN METODOLOGÍA
MÉXICO
1981

ANTIGA NEDELIA, GUILLERMO TENORIO
GUÍA PARA A ELABORAR DISEÑO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
ED. FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
MÉXICO
1994

BELL DANIEL
LAS CIENCIAS SOCIALES DESDE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL
ALIANZA UNIVERSITARIA
MÉXICO
1981

DE GREGORIO, DOMÉNICO
METODOLOGÍA DEL PERIODISMO
EDICIONES RIALP, S.A.
MADRID, ESPAÑA
1966

DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN
INFORME ANUAL DE ACTIVIDADES 1995
EDITADO POR LA DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN
MÉXICO
FEBRERO, 1996

EDITORIAL ESPASA-CALPE, S.A.
ENCICLOPEDIA UNIVERSAL ILUSTRADA TOMO XIII
EDITORIAL ESPASA-CALPE, S.A.
MADRID, ESPAÑA,
1981

GARZA MERCADO ARIO
MANUAL DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
ED. ED. EL COLEGIO DE MÉXICO
MÉXICO
1982

NO DEBE
SALIR DE LA
BIBLIOTECA

GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO
MONOGRAFÍA DE LA DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN
ED. D.D.F.
MÉXICO
1996

GONZÁLEZ RUÍZ NICOLAS. OTROS
ENCICLOPEDIA DEL PERIODISMO
ED. NOGUER
BARCELONA-MADRID-ESPAÑA
1966

GOMÍS, LORENZO
EL MEDIO MEDIA
LA FUNCIÓN POLÍTICA DE LA PRENSA
EDITORIAL MITRE
BARCELONA, ESPAÑA
1987

GRAWITZ, MADELEINE
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE LAS CIENCIAS SOCIALES
ED. BARCELONA HISPANOEUROPEA
BARCELONA, ESPAÑA
1986

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA
CONTEO DE POBLACIÓN VIVIENDA
INEGI
MÉXICO
1995

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA
CUADERNO ESTADÍSTICO DELEGACIONAL
DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN
MÉXICO
1995

JAMOUS, HAROUM
TÉCNICAS, MÉTODOS Y EPISTEMIOLOGÍA
EDITORIAL BARCELONA HISPANOEUROPEA
BARCELONA, ESPAÑA
1982

L. FERGUSON DONALD, JIM PATTEN
EL PERIODISMO EN LA ACTUALIDAD
EDAMEX
MÉXICO.
1988

L. SILLS, DAVID (DIRECTOR)
ENCICLOPEDIA INTERNACIONAL DE LAS CIENCIAS SOCIALES VOLUMEN 2
AGUILAR, S.A. DE EDICIONES
MADRID, ESPAÑA
1974

LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR ANTONIO
DICCIONARIO DEL PERIODISMO
EDICIONES PIRÁMIDE, S.A.
MADRID, ESPAÑA
1990

LÓPEZ EDUARDO A.
TRABAJO MONOGRÁFICO
DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN
MÉXICO
1994

LÓPEZ GALLEGOS ABELARDO
TÉSIS
LA INFORMACIÓN COMO FORMA DE CONTROL POLÍTICO Y SOCIAL (UN ESTUDIO DE CASO:
LA CAMPAÑA ELECTORAL DE 1982 PARA PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS
MEXICANOS A TRAVÉS DE LA PRENSA)
U.N.A.M. ENEP ARAGÓN
MÉXICO
1987

MAQUAIL, DENIS
INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS
Ed. PAIDÓS, COMUNICACIÓN
BARCELONA, ESPAÑA
1988

MARTÍNEZ ALBERTOS, L.
LA NOTICIA Y LOS COMUNICADORES PÚBLICOS
Ed. PIRÁMIDE, COLECCIÓN MEDIOS
MADRID, ESPAÑA
1978

MAVECO DE EDICIONES, S.A.
ENCICLOPEDIA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN. VOLUMEN 1
MAVECO DE EDICIONES, S.A.
MADRID, ESPAÑA
1984

MAYOBRE M. JOSÉ A.
INFORMACIÓN, DEPENDENCIA Y DESARROLLO
MONTE ÁVILA EDITORES
CARACAS, VENEZUELA
1978

N. WARREN, CARL
GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS
ED. A.T.E. COLECCIÓN LIBROS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BARCELONA, ESPAÑA
1975

NAVA ROMÁN FRANCISCO JAVIER
TÉSIS
ESTUDIO GEOTÉCNICO DE LAS ZONAS INESTABLES DE LA DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN
INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL
MÉXICO
1994

NUÑEZ LADEVÉZE E.L.
EL LENGUAJE DE LOS "MEDIA"
INTRODUCCIÓN A UNA TEORÍA DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA
ED. PIRÁMIDE
MADRID, ESPAÑA
1979

NUÑEZ LADEVÉZE E.L.
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN
PARA UNA TEORÍA DE LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA
EDICIONES PIRÁMIDE
MADRID, ESPAÑA
1977

OROPEZA VILLAVICENCIO EDUARDO
NACIONAL FINANCIERA
DELEGACIÓN ÁLVARO OBREGÓN
MÉXICO,
1994

PADUA, JORGE
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN APLICADAS A LAS CIENCIAS SOCIALES
ED. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
MÉXICO
1986

PAOLI BOLIO FRANCISCO
LAS CIENCIAS SOCIALES
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
MÉXICO
1987

PODER EJECUTIVO FEDERAL
PLAN NACIONAL DE DESARROLLO
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO
MÉXICO
1995

SELLTIZ, CLAIRE
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN EN LAS RELACIONES SOCIALES
EDITORIAL PIRÁMIDE
MADRID, ESPAÑA
1979

TORRES PALACIOS ROSA MARÍA S.

TÉSIS

COMUNICACIÓN: BASE FUNDAMENTAL DEL GOBIERNO DELEGACIONAL PARA PROPICIAR Y MANTENER LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS COTIDIANOS.

U.N.A.M. ENEP IIZTACALA

MÉXICO

1989

TORRES SALCIDO RIGOBERTO. OTROS

EL FANTASMA DE LA DELEGACIÓN ÁLVARO OOBREGÓN

Ed. D.D.F..

MÉXICO

1994

TUCHMAN, G.

LA PRODUCCIÓN DE LA NOTICIA

ESTUDIO SOBRE LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD

Ed. GUSTAVO GILI, S.A. MASS MEDIA

MÉXICO,

1983

V. CHARNLEY, MITCHELL

PERIODISMO INFORMATIVO

EDICIONES TROQUEL

BUENOS AIRES, ARGENTINA

1971

V. SIGAL, LEÓN

REPORTEROS Y FUNCIONARIOS

ED. DEL VALLE DE MÉXICO

MÉXICO

1993

VAN DJIK TEUN A.

LA NOTICIA COMO DISCURSO

COMPRENSIÓN, ESTRUCTURA Y PRODUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

ED. PAIDÓS, COMUNICACIÓN

BARCELONA, ESPAÑA

1990.

VÁZQUEZ FERNÁNDEZ FRANCISCO

ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

ED. PARANINFO

MADRID, ESPAÑA

1991

ANEXO I

BOLETINES ACTUALES



ATENCION JEFE DE INFORMACION Y/O
 REPORTERO DE LA FUENTE

INFORMACION
 PERIODISTICA No 076

FECHA: 16/X/96

LA DELEGACION ALVARO OBREGON ESTRECHA RELACIONES CON ORGANIZACIONES LATINAS DE ESTADOS UNIDOS

- * La Fundación Solidaridad México-Americana, organizadora del encuentro en conjunción con la delegación.
- * Entre los visitantes figuran líderes de ONG's, representantes parlamentarios y funcionarios de entidades privadas.

Un grupo de representantes de diversas organizaciones públicas y privadas, que trabajan directamente en los programas de atención a grupos de latinos residentes en los Estados Unidos, visitaron la delegación Alvaro Obregón con el fin de conocer en detalle la forma de gobierno y la manera en que funciona la dotación de servicios a la comunidad, tanto de la demarcación, como, en general, en toda la ciudad.

En el encuentro, se puso de manifiesto la diversidad de tendencias y puntos de vista existentes en el grupo, ya que asistieron líderes de organizaciones no gubernamentales, representantes parlamentarios, funcionarios de entidades privadas, catedráticos y periodistas, entre los que destacan el senador por el estado de Illinois, Jesús García; la columnista Sheri Vázquez y el director ejecutivo del Consejo Migrante de Idaho, Humberto Fuentes.

Ante el delegado Manuel Díaz Infante, los integrantes del grupo manifestaron sus inquietudes en aspectos relacionados con la dotación de servicios, donde sobresalen el abastecimiento de agua, la recolección de basura y el mantenimiento a calles y avenidas. Asimismo, el grupo cuestionó acerca de los mecanismos políticos y la gobernabilidad de la ciudad de México.

INFORMACION
PERIODISTICA No 076

FECHA: 16/X/96

En este sentido, el titular del DDF en Alvaro Obregón explicó los programas y las medidas que se han implementado durante esta administración para combatir la contaminación ambiental, satisfacer la necesidad de agua y la recolección de basura que generan los ocho millones de capitalinos. También describió la organización, así como las funciones correspondientes al Gobierno Federal, al del Distrito Federal y al de la propia demarcación.

Por su parte, la asambleísta Esther Kolteniuk de Césarman destacó el esfuerzo que conjuntamente realizan la Asamblea de Representantes del Distrito Federal y el DDF para desarrollar un plan de reestructuración de la ciudad de México que, de manera razonable y ordenada, aproveche la infraestructura existente para elevar el nivel de prestación de los servicios y satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

Al término de la reunión, los representantes de la Fundación Solidaridad México-Americana realizaron un recorrido por diversos puntos de la jurisdicción, en el que pudieron apreciar la situación que prevalece en zonas con distintos niveles socioeconómicos y, de esta manera, obtener un conocimiento más profundo de la realidad mexicana.

ATENCIÓN JEFE DE INFORMACION Y/O
REPORTERO DE LA FUENTE

INFORMACION
PERIODISTICA No 066

FECHA: 05 SEPT. 96.

CUMPLE SUS METAS EL PROGRAMA DE CALIDAD Y EXCELENCIA EN LA DELEGACION ALVARO OBREGON

Manuel Merino García, Oficial Mayor del DDF, y Héctor Manuel Valenzuela Velázquez, Contralor General del DDF, se reunieron con el Comité Director del Programa de Calidad y Excelencia, con el fin de verificar los avances y reafirmar su apoyo al mismo.

Durante el acto, se recordó que, al referirse al Programa de Calidad y Excelencia, el contralor general del DDF, Héctor Manuel Valenzuela Velázquez, señaló que éste "consiste, principalmente, en la promoción de un cambio de mentalidad que mejore la actitud y disposición al trabajo del personal de todos los niveles; la generación de cambios estructurales y normativos que desarrollen un ambiente de trabajo más propicio para la calidad y la excelencia; y la capacitación en la mejora de procesos de trabajo cliente-proveedor, de manera que se oriente su labor al servicio de la sociedad".

Ante el delegado Manuel Díaz Infante, el contralor interno, José Chacón Lemus y el equipo de servidores públicos de la demarcación, los integrantes de los grupos multidisciplinarios que trabajan directamente en la operación del Programa presentaron los avances correspondientes a la Fase Dos y dieron a conocer las acciones contempladas para la Fase Tres del mismo.

En este sentido, se reveló que este mecanismo de reingeniería, que se enfocó originalmente a cuatro procesos: Control de Gestión, Mantenimiento a Escuelas, Servicios Urbanos y Ventanilla Unica; han generado 46 proyectos dirigidos, en su mayor parte, a mejorar la calidad del servicio y a la reducción del tiempo de respuesta a la ciudadanía. Se informó también que posteriormente se integraron dos equipos más, quienes trabajan en la implementación del Programa dentro de las áreas de atención a los CENDIS y bibliotecas de la jurisdicción.



En este marco, los responsables de la oficialía mayor y de la contraloría del DDF constataron el cumplimiento de las metas de los grupos de trabajo, quienes han alcanzado ya el 90 por ciento. Asimismo, se congratularon al conocer que el equipo encargado de trabajar en el Control de Gestión cubrió el cien por ciento de sus metas relacionadas con el rediseño de procesos y que ya trabaja en las acciones comprendidas en la Tercera Fase, que son la difusión de la imagen y los servicios que presta el Centro de Atención a la Ciudadanía, así como el Programa de Mejora Continua.

En su intervención, el oficial mayor, Manuel Merino García, dijo que "la delegación Alvaro Obregón ha sido vanguardista en este proceso, en todas las vertientes, ha sido pionera en los programas impulsados por la regencia capitalina". Finalmente anunció que a todos los participantes en los equipos de trabajo se les reconocerá su participación en el diplomado de "Reingeniería de Procesos".

Durante su alocución, el contralor general del DDF, Héctor Manuel Valenzuela Velázquez, ponderó el espíritu de equipo que se ha patentizado durante el desarrollo de estos trabajos de modernización y aseveró que "La delegación Alvaro Obregón da muestra de que si es posible que este proyecto fructifique, se fortalezca y marche por sí solo". Para concluir, solicitó a los servidores públicos delegacionales que impriman un mayor esfuerzo para que durante la Tercera Fase se consolide el Programa.

Por su parte, el delegado Manuel Díaz Infante manifestó que, gracias al Programa de Modernización Administrativa, se "está operando un cambio cuantitativo y cualitativo en el servicio público, con lo que se logra mantener un mejor nivel en la relación vecinos y autoridades". Asimismo, agradeció el apoyo del área central para la realización de este Programa y exhortó a los grupos de trabajo a redoblar esfuerzos para concretar, durante la Tercera Fase del mismo, los resultados.



ATENCION JEFE DE INFORMACION Y/O REPORTERO
DE LA FUENTE.

INFORMACION
PERIODISTICA No 067

FECHA: 13-SEPTIEMBRE-96

LA DELEGACION ALVARO OBREGON RECUERDA A LOS NIÑOS HEROES Y APOYA A ESTUDIANTES DE NIVEL MEDIO

- * Entregó paquetes de útiles escolares a 250 alumnos de secundarias técnicas.
- * Se conmemora el CXLIX Aniversario de la Gesta de los Niños Héroes y del H. Batallón de San Patricio

En el marco de los festejos correspondientes al **Mes de la Patria**, la delegación Alvaro Obregón llevó a cabo las ceremonias cívicas para conmemorar el CXLIX Aniversario de las gestas heroicas de los Niños Héroes y del H. Batallón de San Patricio, así como un acto de entrega de 250 paquetes con útiles escolares a estudiantes de Escuelas Secundarias Técnicas de la demarcación.

En el primer acto, el delegado Manuel Díaz Infante encabezó a la comunidad obregonense para rendir honores a los jóvenes que dieron su vida por nuestra Nación. Al mismo tiempo, presidió la ceremonia de "Quema y Reposición de Bandera", en la que entregó las nuevas insignias a la Escuela Primaria "José Ojeda Garduño" y a las estancias infantiles "Melchor Múzquiz", "Seis de Enero de 1915", "Tetelpan" y "Tizapán".

Acompañado por el presidente del Consejo de Ciudadanos en la demarcación, Guillermo Díaz Estrada; el delegado de la PGJDF, Francisco Rivera Cambas; el director de Seguridad Pública de la demarcación, mayor José Zermeño Domínguez; servidores públicos y numerosos vecinos, el delegado Díaz Infante tomó la protesta a los pequeños que, en representación de sus compañeros, se comprometieron a proteger y cuidar el símbolo de nuestra Patria.



Durante su alocución, la coordinadora de la Ventanilla Unica delegacional, Lilia Malvido Flores, hizo un recuento de los pormenores de la gesta en la que aquellos jóvenes oficiales y cadetes del Colegio Militar ofrendaron su vida por los principios que sustentan nuestra identidad. Asimismo, invitó a los asistentes a refrendar el compromiso de "construir un país donde nuestros hijos crezcan en libertad, con oportunidades justas para todos, con un entorno ecológico en equilibrio, pero, sobre todo, en paz".

En el mismo contexto de los festejos cívicos correspondientes a septiembre, la delegación Alvaro Obregón entregó a 250 estudiantes de cinco Escuelas Secundarias Técnicas, igual número de paquetes que contienen cuatro cuadernos de 100 hojas, dos blocs tamaño carta, un lápiz, dos bolígrafos, un bicolor, una goma de borrar, un juego de geometría y un pegamento blanco líquido.

Al entregar el material, la subdelegada de Desarrollo Social, Leticia Coello Garrido, explicó que: "los alumnos que recibieron el estímulo fueron seleccionados a partir de un estudio socioeconómico, con el cual se pudo determinar quiénes son los estudiantes que cuentan con menos recursos y, por lo mismo, a quienes se apoyaría con este paquete de útiles escolares".

Ante los estudiantes, maestros y padres de familia de las Escuelas Secundarias Técnicas números 11, 21, 57, 60 y 88, la responsable del Desarrollo Social en la demarcación explicó que esta entrega se suma a las acciones que el Gobierno de la Ciudad ha implementado para favorecer el desarrollo de los niños y jóvenes, entre las que se encuentran la dotación de despensas y lentes a los estudiantes de menos recursos.

A nombre de sus compañeros que resultaron beneficiados, Alberto Ventura Martínez, de la Escuela Secundaria Técnica 88, agradeció el apoyo que les brinda la delegación y enfatizó que con estos hechos los jóvenes renuevan su confianza en las instituciones.

ATENCION JEFE DE INFORMACION
Y/O REPORTERO DE LA FUENTE

INFORMACION
PERIODISTICA No 074

FECHA: 11 OCTUBRE 96.

AUMENTA LA FLOTA VEHICULAR PARA LA RECOLECCION DE BASURA EN ALVARO OBREGON

- * 190 unidades recolectan la basura en la demarcación.
- * 947 personas al servicio de la limpieza de la comunidad.

En el marco de la campaña institucional "Alvaro Obregón, te queremos limpia y verde", el delegado, Manuel Díaz Infante, entregó a los trabajadores y a la comunidad cuatro unidades de carga trasera último modelo, que atenderán el servicio de recolección de basura en las colonias "Villa Verdúm", "Axiomiatla", "Jardines del Pedregal", "La Florida" y "Colinas del Sur".

En el acto, donde se congregaron trabajadores y vecinos, Díaz Infante subrayó que estas unidades se suman a las ya existentes y aumentan el parque vehicular de la demarcación a un total de 190 camiones que funcionan en perfecto estado. Dijo que se continuará con la modernización de la flota vehicular, para dar un servicio de calidad, de calidez y de excelencia.

Asimismo, el funcionario reconoció la labor de los trabajadores de la Sección I de Alvaro Obregón, y expresó su respeto y agradecimiento a las 947 personas que conforman la plantilla de personal en este rubro dentro de la demarcación, por su valentía, bravura y entrega a su trabajo. "Son la cara anónima de la ciudad, que todos los días, desde las seis de la mañana, limpian nuestras calles y recojen los desechos sólidos que todos y cada uno producimos en nuestras casas".

FECHA: 11 OCTUBRE 96.

Por su parte, Humberto Valdez Ruiz de Chávez, subdelegado de Servicios Urbanos, afirmó que la puesta en circulación de estas unidades representa mayor seguridad a quienes las operan.

En su oportunidad, Arnulfo Cruz Cruz, líder de la Sección I del Sindicato de Trabajadores del Gobierno del Distrito Federal, destacó el esfuerzo que hacen las autoridades para mejorar las herramientas que utilizan los trabajadores para recolectar la basura y se comprometió a continuar con el cumplimiento de su labor al servicio de los vecinos.

Finalmente, Guillermo Díaz Estrada, Presidente del Consejo de Ciudadanos en Alvaro Obregón, externó su agradecimiento en nombre de la comunidad que representa.

ANEXO II

PROPUESTA DE BOLETÍN



CIUDAD DE MÉXICO
D D F
Álvaro Obregón

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Y RELACIONES PÚBLICAS

BOLETÍN No. _____

Julio 03, 1997

DIEZ POR CIENTO ES EL AVANCE REGISTRADO A LA FECHA EN CUANTO A LA APLICACIÓN DEL PROGRAMA DE REORDENAMIENTO DEL COMERCIO EN LA VÍA PÚBLICA EN ÁLVARO OBREGÓN.

- Se espera lograr el 100 por ciento para fin de año

Al concluir el segundo bimestre de la Primera Fase de Reordenamiento del Comercio en la Vía Pública, se obtuvo un diez por ciento en avance global, sin embargo se espera que al término del año se haya alcanzado el 100 por ciento programado

Dentro de la fase que está en marcha son 2 mil 496 los comerciantes que están siendo reordenando en los denominados puntos prioritarios, esto es, los que trabajan afuera de centros de salud, estaciones del metro, escuelas, zonas históricas y áreas conflictivas.

Diseñado para todo el Distrito Federal, en el Programa se han intentado incluir todos los aspectos señalados por vecinos, comerciantes establecidos y

autoridades para que nadie se vea perjudicado.

Se consideró necesario el pago que deberán realizar los vendedores ambulantes para incluirlos en la economía formal y para, con estos ingresos, adquirir predios en los cuales podrían ser ubicados posteriormente.

La zonificación pretende eliminar esta práctica comercial de aquellas áreas en las que causa transtornos viales o daña el entorno urbano y ecológico.

La concertación tiene como propósito no lesionar los intereses de nadie, ni beneficiar tampoco a grupos u organizaciones de manera exclusiva.

Las reglas para la ubicación de los puestos, esto es, en donde podrán

instalarse y en donde no, la dimensión de los puestos, la uniformidad por organización, los horarios, el tipo de productos que podrán vender y los que no; la higiene, la seguridad y todos los aspectos que se han contemplado tiene como propósito dar salida concreta a las inconformidades manifestadas por la ciudadanía en general.

Para 1998, año en que da comienzo la Segunda Fase del Programa, se pretende iniciar la adhesión de 15 mil 230 tianguistas, un mil 861 personas que trabajan en mercados sobre ruedas y 210 en bazares, así como a 3 mil 200 más que laboran como ambulantes.

ANEXO III
ENTREVISTAS

8 DE OCTUBRE DE 1996

GERARDO GALARZA

JEFE DE INFORMACIÓN DE LA REVISTA PROCESO.

1. ¿Qué importancia dan en este medio a los boletines oficiales en general y a los de la Delegación Álvaro Obregón en particular y con base en qué criterios se les considera como publicables?

R. Nosotros tenemos dos medios de información que son la Revista Proceso y la Agencia de Noticias APRO.

En el caso de los boletines oficiales, nosotros los tomamos como eso, como la versión oficial sobre un hecho; esto es, en general y en particular los tratamos de la misma manera, trátase de la institución que se trate. En general nosotros consideramos publicable, no el boletín, nunca, sino el complemento con otras informaciones respecto a lo que se informa. Cuando tenemos información oficial, creo que la hay para determinados hechos que no han tenido antecedentes, en otros casos vienen a complementar información de otros asuntos que ya están dentro del ámbito periodístico.

En el caso de nosotros, lo tomamos como la versión oficial de los hechos y como un elemento más de nuestro trabajo periodístico, salvo casos excepcionales.

Los criterios para publicar son que se trate de un asunto periodístico, noticioso, que interese. El caso específico de las delegaciones del D.D.F. para nuestra agencia

de noticias no sirve; en el interior de la República no les interesa si se dotó de viviendas en la Delegación Álvaro Obregón a gente de escasos recursos.

Por ejemplo, en el caso específico de la Delegación Álvaro Obregón, si hay un derrumbe de las zonas minadas, se vuelve noticia y evidentemente el boletín si interesará. Depende de las circunstancias periodísticas específicamente y nosotros lo manejamos como la versión de la autoridad sobre lo sucedido.

2. ¿Cuánta credibilidad tiene para usted como periodista la información gubernamental, a qué se debe esto y qué papel juega este último aspecto en su decisión de publicar esa información?.

R. El problema de la credibilidad es un problema de confianza; nosotros tomamos los boletines como la versión oficial de determinado hecho y se pone en duda cuando hay elementos que así lo indican, lamentablemente lo que ocurre en México es que los boletines de prensa de cualquier dependencia se refieren a hechos que uno a tenido oportunidad de ver, de comprobar, entonces en función de eso a uno como medio no le sirve para nada el boletín si está cubriendo el hecho directamente y no necesitan contarme nada porque yo lo vi.

Lamentablemente en México un boletín se vuelve importante cuando contradice lo que ocurrió, a veces ocurre que si los hechos son muy notables y hubo oportunidad de que reporteros de todos los medios o la mayoría de los medios o de algún medio estuviera presente y la dependencia oficial en su boletín contradice lo

que presenciaron los medios, esto crea muchas expectativas en el sentido de por qué se está haciendo eso.

Un boletín de prensa en México, se supone que es la versión gubernamental acerca de determinado hecho; si no es comprobable en la realidad pierde credibilidad, si no es comprobable por los hechos perderá absolutamente toda la credibilidad. Es decir, ocurre frecuentemente que a veces son importantes porque prohíben o porque desmienten hechos. En la época de Salinas se descalificó cualquier versión sobre lo tratado en un desayuno con legisladores de diferentes partidos, lo cual creó mayor expectativa de saber por qué la presidencia estaba tan preocupada en descalificar cualquier versión de lo sucedido.

En general, si yo recibo un boletín de prensa, tendrá la mayor credibilidad siempre y cuando el evento que anuncia haya ocurrido. El problema es cuando hay boletines que intentan desmentir, descalificar, agrandar, minimizar, maximizar o cualquier otro intento de distorsión sobre algún hecho.

En México ocurre que tenemos acceso a muchos actos donde ocurren hechos informativos pero a veces no tenemos acceso a los verdaderos centros de información, por ejemplo, tenemos acceso a los plenos de las cámaras, pero no a los trabajos de las comisiones, entonces uno busca versiones de los asistentes.

Lamentablemente en México confunden muchas veces el papel de las oficinas de prensa, más que como oficinas que apoyen e informen de los hechos gubernamentales tratan de *parar golpes* o de inducir a dar una buena imagen del

delegado, del funcionario. Esto es una distorsión informativa y es lo que de repente hace que se les reste credibilidad.

3. ¿Qué elementos considera que deba contener un boletín para que éste se publique?

R. Elementos periodísticos. Yo creo que no va a haber un medio que publique un boletín como tal, salvo que sea inserción pagada; publican la información, pero tal cual, solo como inserción. En el caso de esta revista se utilizan mucho pero solo como puntos de apoyo, es una versión que obtenemos.

Debe tener interés general, que sea noticia.

4. ¿Con qué frecuencia el reportero agrega datos de otra fuente al boletín.

R. Generalmente en *Proceso* siempre

5. ¿Qué criterios se siguen para indagar más allá de lo que el gobierno ofrece?

R. En *Proceso* exclusivamente periodísticos; nos interesa saber que ocurre, reportamos como siempre indagando con todas las instancias que nos puedan proporcionar algo acerca de un hecho para que éste se ofrezca lo más completo posible.

A veces el boletín nos da elementos para seguir indagando más acerca de algo, pero en otras ocasiones nos cierra las puertas, porque es la versión oficial autorizada

que da el gobierno acerca de un hecho y ya no tenemos más; esto depende de las circunstancias.

El propósito de esta revista es presentar todas las versiones posibles acerca de un hecho.

6. ¿Qué propondría como medida práctica ha realizarse para que los boletines fueran de mayor interés; qué elementos le agregaría?

R. No sé, nunca me había planteado el problema, nunca me había planteado el asunto, quizá en todo caso la obligación de una oficina de prensa sería informar, veraz, oportuna y profundamente el hecho que esta dando a conocer; más allá de buscar la imagen de la persona que esta representando, lo que está promoviendo, pues eso sería la función de una oficina de relaciones públicas y no de una de prensa; es decir, informar verazmente a los lectores, incluso de servicios, no sólo de hechos noticiosos (cambio de algún lugar para pagar, etc.).

Pero también un poco crear, imaginar formas de comunicación hacia su comunidad, de otra manera que no sólo sea la Radio o la Televisión.

En los momentos tan convulsionados que está viviendo el país no se presta tanta atención a las delegaciones, no tanto porque sus boletines estén mal hechos, sino porque no hay espacio en los medios. La información que ellas brindan generalmente se publica en periódicos especializados, que generalmente son los que casi nadie lee, por ello creo que fundamentalmente es de imaginación de las

propias oficinas de prensa y de formación de las delegaciones de como hacer llegar la información y a quién se le quiere hacer llegar.

Este es un punto muy importante, quién es el destinatario, la comunidad o el medio, porque aquí hay otra distorsión; los funcionarios de las oficinas de prensa están encantados de hacer llegar información a los medios, quieren que se publique una nota a su modo de ver *favorable* o *desfavorable* para que se vea que están haciendo su trabajo.

Qué es lo que les importa más a ellos, su comunidad, o las relaciones con los medios.

7. ¿Qué es noticia para usted?

R. Noticia son todos los hechos que tengan interés general, que cumplan con los requisitos de proximidad (afectarnos de alguna manera, que suceda cerca de donde nos encontramos), lo inusitado, lo original. A la generalidad le interesa la política, a mucha gente le interesa el fútbol.

11 DE OCTUBRE DE 1996

ELEAZAR FRANCO

JEFE DE INFORMACIÓN DE LA RADIODIFUSORA XEQ

1. ¿Qué importancia dan en este medio a los boletines oficiales en general y a los de la Delegación Álvaro Obregón el particular y con base en que criterios se les considera adecuados para ser difundidos.

R. La importancia que se les da es mínima, normalmente para una estación de radio lo importante es el audio no el texto, y en general creo que las oficinas de prensa se preocupan más por enviar textos que audios. Cuando es un acto importante se manda a un reportero a trabajar el evento y no a recoger el boletín.

2. ¿Cuánta credibilidad tiene para usted como periodista la información gubernamental, a qué se debe esto y qué papel juega este último aspecto en su decisión de publicar esa información?.

R. Depende que tipo de información sea, los hechos no importa que sean gubernamentales o no, simplemente son noticias y el gobierno tiene un valor legal y tiene una acción que determina situaciones y sus decisiones, sobre todo de carácter económico y político, no están muchas de ellas a discusión, las que vienen siendo determinaciones de gobierno.

La credibilidad es una trayectoria que va haciendo un funcionario o un reportero, sobre todo es su seriedad con que tome el caso, sus conocimientos sobre los casos y esto va a determinar su importancia de lo que hable o de lo que diga, una gente que hable mucho, que no cumple, que no toma datos reales y que no reconoce las conclusiones, los juicios que determinan estos datos, pues difícilmente tiene credibilidad; es fundamental la credibilidad en estos tiempos.

Nosotros hacemos un esfuerzo extraordinario todos los días para que nuestra información, nuestro trabajo tenga credibilidad, creo que eso es un gran problema en estos tiempos, todo mundo quiere creer en algo y todo mundo al mismo tiempo tiene desconfianza de todo, entonces es muy importante que todos trabajemos dentro y fuera del gobierno tratando de allegarnos la credibilidad; hacer las cosas reconociendo la realidad sobre nuestras posibilidades, saber hacia donde queremos ir.

3. ¿Qué elementos considera que deba contener un boletín para que éste se difunda?.

R. Fundamentalmente que sea noticioso, que hable de un acontecimiento noticioso, de un acontecimiento que merezca ser conocido, en este caso por nuestros radioescuchas, por los capitalinos, los destinatarios; puede ser exponiendo un problema y planteando una solución, puede ser abriendo posibilidades de resolver cosas, algo que le va a servir a la gente, no forzosamente de hechos desagradables,

sino de situaciones importantes. Por ejemplo si en este momento la Delegación Álvaro Obregón ofreciera descuentos para el pago de los servicios y lo anunciara en este momento, sería una cosa muy importante aunque fuera a través de un boletín.

4. ¿Con qué frecuencia el reportero agrega datos de otra fuente al boletín?.

R. Cada vez que se requiere. El boletín no es malo, no podemos decir que no sirvan los boletines; cuando el boletín esta bien hecho y eso es lo noticioso el reportero no quiere que se piense que reprodujo el boletín, entonces le da la vuelta empezando por lo que no es la noticia, pero lo importante es que el boletín esté bien escrito, que esté bien ponderado y no trate de disfrazar la noticia; cuando un boletín disfraza la noticia entonces el reportero no confía en esa información y va y busca la otra parte, la otra versión y normalmente termina por desechar el boletín; esto va relacionado mucho con la credibilidad, hay oficinas que tienen mucha credibilidad, que se encargan de difundir la información de su dependencia, otro tipo de oficinas que se encargan de cuidar la imagen del funcionario, entonces ocultan las noticias desagradables o lo que pueda dañar la imagen del funcionario, entonces informan solamente lo que les parece sin trascendencia, entonces terminan los reporteros por no usar esa información.

Lo importante aquí no es la frecuencia con que se agregue información, yo creo que el boletín es un punto de apoyo, no lo es todo, simplemente es un punto de

referencia, es la versión oficial de la información y el reportero tiene que buscar la otra parte.

5. ¿Qué propondría como medida práctica ha realizarse para que los boletines fueran de mayor interés?

R. Deben ser noticiosos, deben anunciar cosas noticiosas; deben ser actuales, con cierta frecuencia los boletines salen bastante después de que suceden los acontecimientos, normalmente se acostumbran como aclaraciones de lo que no es; en este sentido las oficinas de prensa deben tener más iniciativa y tratar si no de determinar la información, si de influir y la mejor manera de influir, de destacar lo bueno o de destacar la dimensión de los acontecimientos es teniendo la información inmediata, si los boletines salieran más rápido, con información más completa, con datos adicionales de lo que la gente comúnmente señala, esto nos evitaría que los reporteros reprodujeramos las versiones de la gente que con cierta frecuencia son distorsionadas o son de las cosas que se dice, que no son datos oficiales; entonces ahí las dependencias podrían influir mucho, podrían mejorarse los comunicados si fueran más rápido, si fueran de mayor interés y no solamente pensando que los boletines deben de hablar de los problemas que tiene cada una de las dependencias, cada una de las comunidades, ayuda a que la gente las conozca, entonces se planteen soluciones, conocer los problemas implica que se está

planteando allí el asunto para que haya apoyo y pueda conocerse la forma de resolverlo.

6. ¿Qué asuntos son los que más les interesan en esta radiodifusora para darlos a conocer al público?.

R. En particular ninguno y en general todos. No tenemos un enfoque exclusivo sino que buscamos informar de todo, lo que no es un problema ahorita lo puede ser mañana. Nosotros tenemos que tener la disposición de informar de todo y especialmente aquello que es de beneficio común, la Radio tiene que cumplir una función social y siempre hay informaciones en tal sentido, desgraciadamente creo que las delegaciones usan poco las estaciones de radio para difundir y resolver problemas y normalmente mandan boletines o comunicados con audio cuando les interesa difundir o transmitir algo, con cierta frecuencia de eventos en donde va a quedar bien el funcionario y eso tiene poca importancia para una estación de radio y para la gente porque no le gusta que se conozca únicamente eso sino que quieren saber otras cosas también.

7. ¿Se podría manejar por parte de las dependencias oficiales investigaciones de fondo como el reportaje y se aceptaría esto para ser difundido?.

R. Por supuesto que sí, el asunto sería ver si se aceptaría en las dependencias. Normalmente se tiene la idea de que no hay que informar lo que no es bueno en las

delegaciones o lo que pasa en la Ciudad; se procura la vieja idea de que las oficinas de prensa sirven para ocultar las cosas o para no decir todas las cosas o para tratar de controlar a los reporteros pero esto es muy difícil que se pueda hacer; simplemente es una vieja forma de ver las cosas.

8. ¿Qué es noticia para usted?

R. Todo lo que sea de interés público, todo lo que pueda interesar a la gente, lo que la pueda distraer, lo que la pueda informar para que actúe, para que colabore, para que se integre a la sociedad son eventos noticiosos.

15 DE OCTUBRE DE 1996

JAVIER VELÁZQUEZ FLORES

JEFE DE INFORMACIÓN DEL PERIÓDICO *EL UNIVERSAL*

1. ¿Qué importancia dan en este medio a los boletines oficiales en general y a los de la Delegación Álvaro Obregón en particular y con base en qué criterios se les considera como publicables?.

R. Es importante esta vía de comunicación pues es el enlace que nos permite captar información proveniente de las entidades gubernamentales. Los criterios que se siguen para que sea publicable es su importancia noticiosa.

2. ¿Cuánta credibilidad tiene para usted como periodista la información gubernamental, a qué se debe esto y qué papel juega este último aspecto en su decisión de publicar esa información?.

R. La tiene toda en cuanto que representa la versión de un hecho pero también la corroboramos con fuentes que en muchos casos no son oficiales.

La credibilidad de la gente, que para nosotros es muy importante también obtener, la captamos de varias maneras. Una es con entrevistas a ciudadanos que acuden a plantearnos sus problemas; otra es con llamadas telefónicas en las que

nos hacen observaciones y otra más es en la sección del reporte ciudadano en el que se hace referencia a lo que se recibe de las delegaciones.

3. ¿Qué elementos considera que deba contener un boletín para que éste se publique?

R. Ser noticioso.

4. ¿Con qué frecuencia el reportero agrega datos de otra fuente al boletín?

R. Es variable, el boletín viene a ser un complemento para la información que nosotros tenemos cubierta por reporteros. Si es muy importante se maneja tal cual fue enviado.

5. ¿Qué criterios se siguen para indagar más allá de lo que el gobierno ofrece?

R. Es el ir a fondo en toda la información.

6. ¿Qué propondría como medida práctica ha realizarse para que los boletines fueran de mayor interés, qué elementos les agregaría?

R. Que fueran más amplios en información, más noticiosos aún sin perder su carácter oficial.

7. ¿Se podría manejar por parte de las dependencias oficiales investigaciones de fondo como el reportaje y se aceptarían para su publicación?

R. Podría ser interesante. Si es noticia sí.

8. ¿Qué es noticia para usted?

R. Es un hecho que trasciende, que es importante, que afecta e involucra a un determinado núcleo de la población y que es del interés del público y especialmente que es trascendente.

17 DE OCTUBRE DE 1996

ENRIQUE DISCÉPOLO DÍAZ DE LEÓN

**ASESOR EDITORIAL DE LA GERENCIA GENERAL DEL PERIÓDICO
NOVEDADES**

1. ¿Qué importancia dan en este medio a los boletines oficiales en general y a los de la Delegación Álvaro Obregón en particular y con base en qué criterios se les considera como publicables?.

R. En general no se les da, los reporteros, dependiendo de su relación con la fuente es que manejan la información. De hecho si la Delegación Álvaro Obregón me manda información y el D.D.F. también, le voy a hacer más caso a este último.

2. ¿Cuánta credibilidad tiene para usted como periodista la información gubernamental, a qué se debe esto y qué papel juega éste último aspecto en su decisión de publicar esa información?.

R. Yo les doy un 50%. Cuando te llega un boletín se le saca lo que no es aceptable. En muchas ocasiones tal parece que lo que dice el gobierno es justamente lo contrario a lo que va a hacer, dice: no van a subir los impuestos y suben.

Hubo una época en que presidencia pagaba sus primeras planas.

Siempre se checan todas las fuentes para saber si lo que se va a decir es lo correcto o completo para que sea publicable.

3. ¿Qué elementos considera que deba contener un boletín para que éste se publique?.

R. Una noticia de interés para la sociedad que la beneficie o que la afecte, con datos creíbles.

4. ¿Con qué frecuencia el reportero agrega datos de otra fuente al boletín?.

R. Cuando no se les agrega nada es porque entran de relleno, porque faltan notas, pues generalmente llega diferida la información por el reportero de la fuente.

5. ¿Qué criterios se siguen para indagar más allá de lo que el gobierno ofrece?.

R. Depende mucho del medio, hay algunos en los que de plano no se indaga o si no considera trascendente la información no la publican.

6. ¿Qué propondría como medida práctica ha realizarse para que los boletines fueran de mayor interés, qué elementos les agregaría?.

R. Que fueran una manera en que la dependencia mantuviera comunicación con su comunidad. Las áreas de comunicación social deberían abrirse para contestar las demandas de su comunidad. Las dependencias oficiales al tener una oficina de comunicación social se supone que son para mantener informada a la comunidad de las acciones que se hagan en su beneficio.

7. ¿Se podría manejar por parte de las dependencias oficiales investigaciones de fondo como el reportaje y se aceptarían para ser publicadas?

R. Claro que sí. Sería un instrumento político suyo.

8. ¿Qué es noticia para usted?

R. Un evento que involucra de alguna forma parte de las actividades de la sociedad ya sean buenas o malas.

22 DE OCTUBRE DE 1996

JUAN CARLOS BARAJAS

JEFE DE INFORMACIÓN DE TELEVISIÓN AZTECA.

1. ¿Qué importancia dan en este medio a los boletines oficiales en general y a los de la Delegación Álvaro Obregón en particular y con base en que criterios se les considera adecuados para ser difundidos.

R. Ninguna. Son publicables únicamente cuando son noticia.

2. ¿Cuánta credibilidad tiene para usted como periodista la información gubernamental, a qué se debe esto y qué papel juega éste último aspecto en su decisión de difundir esa información?.

R. El problema de los boletines no es su credibilidad, sino su utilización como medios de propaganda.

3. ¿Qué elementos considera que deba contener un boletín para que éste se difunda?.

R. Debe tener información nueva sobre el tema que sea.

4. ¿Con qué frecuencia el reportero agrega datos de otra fuente al boletín?.

R. Se agrega algún dato si se cuenta con información relevante publicada anteriormente.

5. ¿Qué criterios se siguen para indagar más allá de lo que el gobierno ofrece?

R. El criterio más importante es que los boletines son siempre la versión oficial de los hechos. Corresponde al reportero dar la otra versión.

6. ¿Qué propondría como medida práctica ha realizarse para que los boletines fueran de mayor interés, qué elementos le agregaría?

R. Sugiero evitar la difusión excesiva de boletines, pues muchos de ellos contienen información realmente intrascendente.

7. ¿Se podría manejar por parte de las dependencias oficiales investigaciones de fondo, como el reportaje por ejemplo, y se aceptarían para difundir?

R. No. Porque más que investigaciones de fondo serían justificaciones a las acciones gubernamentales.

8. ¿Qué es noticia para usted?

R. Hechos novedosos que están por suceder.

26 OCTUBRE DE 1996

ZENAIDA ALZAGA

REPORTERA DEL PERIÓDICO SUMA

1. ¿Qué importancia dan en este medio a los boletines oficiales en general y a los de la Delegación Álvaro Obregón en particular y con base en qué criterios se les considera como publicables?.

R. Depende de cada medio, pero básicamente se les da importancia cuando tratan de algo que impacta al Distrito Federal. La Delegación Álvaro Obregón no tiene mucha importancia económica ni tampoco en cuanto a población; existen otras dependencias de este tipo que tienen mayor relevancia como la Cuauhtémoc.

2. ¿Cuánta credibilidad tiene para usted como periodista la información gubernamental, a qué se debe esto y qué papel juega este último aspecto en su decisión de publicar esa información?.

R. Para mí tiene un diez por ciento de credibilidad, pero depende mucho de la situación, el reportero básicamente no investiga, se va al evento. Se jerarquiza de acuerdo a la línea del medio, a los intereses existentes. El reportero busca la nota pero para que ésta se publique debe ir con la línea del medio. Hay un juego de

intereses. Depende también del momento político y económico que se este viviendo.

El momento influye mucho.

3. ¿Qué elementos considera que deba contener un boletín para que éste se publique?.

R. Objetividad, credibilidad, datos, no paja. Al reportero le interesa la nota no la paja. Que haya más apertura gubernamental.

4. ¿Con qué frecuencia el reportero agrega información captada por él de otra fuente al boletín?.

R. En un veinte por ciento de los casos. Dependiendo de quien emita la información y la importancia que ésta tenga. A lo que difunden la Procuraduría General de la República, Presidencia o Gobernación, no.

5. ¿Qué criterios se siguen para indagar más allá de lo que el gobierno ofrece?.

R. Las salidas que dejen ellos. A veces si se trata de investigar más allá del boletín hay mucha cerrazón, muchos intereses.

6. ¿Qué propondría como medida práctica ha realizarse para que los boletines fueran de mayor interés?.

R. Que contuvieran muchos datos; los que envían no sirven o sirven a medias; se debe pensar como reportero, desgraciadamente la mayoría de los Directores de Comunicación Social del Gobierno no han sido reporteros

7. ¿Se podría manejar por parte de las dependencias oficiales investigaciones de fondo como el reportaje y se aceptaría para publicar?.

R. No lo aceptarían y no lo hacen. Lo único que dan es información y obviamente la que les conviene a ellos. Solamente que fueran notas pagadas se aceptaría.

30 DE OCTUBRE DE 1996

OSCAR NAVARRO

**SUBDIRECTOR DE INFORMACIÓN DEL SINDICATO NACIONAL DE
TRABAJADORES DE LA EDUCACIÓN (S.N.T.E.)**

1. ¿Qué importancia considera usted que tiene los boletines oficiales?

R. Los considero muy importantes pues son el único medio de notificación oficial, son la voz más acreditada para dar a conocer los asuntos de determinada institución, pero principalmente son un informe y como tal se manejan.

2. ¿Cuánta credibilidad tiene para usted la información gubernamental?

R. La información difundida por las dependencias oficiales tiene toda la credibilidad pues cuenta con el respaldo de la misma institución. El filtro son los medios, no hay un boletín directo al público, sólo que sea una inserción.

3. ¿Qué elementos considera que deba contener un boletín para que éste se publique?

R. Que ubique exactamente de lo que está tratando, es una información y como tal debe ser preciso. La información siempre tiene que ser cierta. El boletín es un informe y como eso se maneja.

4. Con qué frecuencia detecta que el reportero agrega información captada por otra fuente al boletín?

R. No, para que un boletín se publique tal cual hay que pagar; siempre entrará por el filtro del reportero, pero cada medio tiene una línea y a esa hay que seguir.

5. ¿Qué criterios se siguen para indagar más allá de lo que el gobierno ofrece?

R. Utilizar las fuentes alternas. La Secretaría de Educación Pública tiene como fuente alterna al Sindicato, a los padres de familia; y esto debe ser así, porque indagar es la labor del reportero.

6. ¿Qué propondría como medida práctica ha realizarse para que los boletines fueran de mayor interés?

R. Hacerlos más accesibles a los requerimientos de los medios, hacerlos más periodísticos.

7. ¿Se podrían manejar por parte de las dependencias oficiales investigaciones de fondo como el reportaje para enviar a los medios?

R. No se puede, a menos que lo solicite el medio (una conferencia). Un reportaje no, si ya el boletín es cuestionado éste lo será aun más, para eso están los reporteros.