

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**LA SÍNTESES DE PRENSA COMO UN  
ÓRGANO INFORMATIVO ESPECIALIZADO**

**TESINA  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PRESENTA  
JOSÉ LUIS GERARDO CUBOS ORDAZ**

**DIRECTOR DE TESINA:  
MAESTRO GUILLERMO TENORIO HERRERA**

**ASESORÍA METODOLÓGICA:  
MAESTRA NEDELIA ANTIGA TRUJILLO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, JULIO DE 2002**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

# DEDICATORIA

**Para Sandra, la compañera de mi vida,  
mi fuerza interna**

**Para mis hijos Giovanni y Dámaris,  
motor y razón de mi existencia**

**Para mis padres,  
por la dicha de haberlos tenido y  
tenerlos todavía**

## **AGRADECIMIENTOS**

Si bien la idea de realizar este trabajo se originó a partir de mi experiencia profesional en las oficinas de prensa del sector público, la fuerza para concretarla y plasmarla estuvo principalmente en el seminario de tesina de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, institución entrañable de la que me siento cada vez más orgulloso por haber tenido la oportunidad de estudiar en ella.

De ese seminario fueron invaluable los consejos y la asesoría de los maestros Guillermo Tenorio Herrera y Nedelia Antiga Trujillo, académicos de incalculable valía en nuestra Alma Mater. Igualmente útiles fueron las aportaciones del profesor Armando Tovar y de mis compañeros de seminario, especialmente Sandra, quien también ha acometido la aventura de acompañarme por la vida.

En mi desempeño profesional indudablemente ha tenido una importancia crucial el licenciado David López Gutiérrez, destacado comunicador del Estado, quien ha sido mi jefe durante muchos años y en varias dependencias, y de quien he aprendido muchas cosas de la vastedad que él sabe sobre esta profesión.

Finalmente, la fuerza vital para concluir esta empresa la aportan mis hijos Giovanni y Dámaris, cuya presencia es más que suficiente para sentir enorme gratitud por estar aquí.

# CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>1. LA COMUNICACIÓN DEL ESTADO</b>	<b>7</b>
1.1 Comunicación estatal	9
1.2 Comunicadores del Estado	14
<b>2. LAS OFICINAS DE PRENSA</b>	<b>20</b>
2.1 Ubicación y funciones normativas	24
2.2 Principales actividades que realizan	27
<b>3. LA SÍNTESIS DE PRENSA</b>	<b>33</b>
3.1 Los analistas de prensa	37
3.2 Organización y estructura de la síntesis	43
<b>4. EL ÓRGANO INFORMATIVO ESPECIALIZADO</b>	<b>49</b>
4.1 Criterios de selección de la información	50
4.2 El lector de la síntesis de prensa	57
<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>62</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>67</b>
<b>APÉNDICES</b>	<b>71</b>

# INTRODUCCIÓN

## INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años, la investigación en comunicación masiva ha tenido un gran desarrollo en nuestro país, y uno de sus principales objetos de estudio, definido en gran medida por el avance democrático de la nación, ha sido el de la política instrumentada por el gobierno federal en esa materia. No obstante, aunque se ha registrado un notorio avance en la caracterización y en la definición de los propósitos de la política gubernamental de comunicación hacia la sociedad, la investigación no se ha avocado todavía al estudio riguroso de las funciones y las actividades que se realizan en las áreas de comunicación social de las dependencias del Ejecutivo Federal, conocidas genéricamente como oficinas de prensa.

En las oficinas de prensa, a las que el maestro Manuel Buendía solía definir como "auténticos laboratorios de comunicación social", se llevan a cabo múltiples funciones y actividades que contribuyen todos los días a difundir los programas y acciones de la administración pública, así como la posición del gobierno federal ante determinados problemas, y que también cumplen el objetivo de proporcionar información de prensa a funcionarios de mediano y alto nivel, a fin de mantenerlos actualizados sobre los sucesos de índole política y económica principalmente, pero también para brindarles elementos para la toma de decisiones.

Y si son pocos los estudios sobre la información que el gobierno federal emite hacia la sociedad a través de sus áreas de comunicación social, son

prácticamente inexistentes los que se refieren a la información que se elabora y se procesa para el consumo de los funcionarios públicos.

Por ello, el presente trabajo pretende explorar y señalar las características y los objetivos de las denominadas síntesis de prensa, que son el producto elaborado con la información emitida por los medios de comunicación como materia prima, y que tiene como fin principal mantener oportunamente informados a determinados funcionarios públicos.

Aunque en el sector público todo mundo conoce las síntesis de prensa, son pocos los funcionarios, incluso dentro de las mismas áreas de comunicación social, que tienen una idea definida y certera sobre la importancia de este trabajo. Es usual que sólo el personal que colabora directamente en la elaboración de las síntesis de prensa conozca los criterios, procesos de selección, organización y sistematización de la información, que darán lugar a un órgano informativo con una identidad propia. Hacia fuera, en círculos periodísticos, prevalece la idea de que la síntesis es un conjunto de recortes de periódicos sobre la información de una dependencia o institución. En este sentido, dentro de los pocos estudios serios que se han hecho sobre las oficinas de prensa, no existen referencias o alusiones a las síntesis de prensa, por lo que en realidad no hay algún trabajo formal escrito sobre este tema.

A lo largo de una experiencia profesional de más de 10 años de trabajo en áreas de comunicación social y en particular de síntesis de prensa, el autor de



este trabajo ha podido comprobar que ese órgano informativo mencionado arriba cumple, en su proceso de elaboración, con varios requisitos que permiten definirlo, valga la redundancia, como un **órgano informativo especializado**.

A manera de explicación puede decirse, en primer término, que la síntesis de prensa observa los elementos que permiten caracterizarla como órgano informativo: tiene una periodicidad constante (son diarias); cuenta con una presentación institucional y un formato fijo; edita un tiraje estable; tiene receptores identificados y definidos, y es realizada por un equipo formal de trabajo que tiene, en determinadas circunstancias, una alta calificación profesional, incluso en materia de periodismo.

En otro sentido, la síntesis de prensa cumple algunos elementos periodísticos, ya que la selección de la información se lleva a cabo dando preponderancia a la importancia noticiosa del hecho, al interés que pudiera tener para sus lectores y a las posibles repercusiones que pueda generar en la dependencia o institución respectiva.

Por otra parte, el carácter de **órgano informativo especializado** se lo brinda el hecho de que se maneja, con criterios institucionales de organización y estructura, la información de prensa específica sobre ciertas áreas o esferas de la vida social que atañen directa o colateralmente a las responsabilidades de una determinada entidad pública.

Para entrar en el tema de la síntesis de prensa, en este trabajo se trata en el primer capítulo el problema de la comunicación estatal y de los funcionarios que la hacen posible. En cuanto al primer aspecto, se señalan de manera general algunas de las responsabilidades que el Estado, y en particular el gobierno federal, tiene en materia de comunicación masiva, a partir de la concepción del ente estatal como la instancia reguladora de las actividades económicas y políticas que tienen lugar en una sociedad. Interesa más, para los fines de esta investigación, profundizar en el aspecto de los funcionarios que realizan la comunicación estatal y proponer una conceptualización que los defina adecuadamente con base en la actividad que realizan.

En el segundo apartado se habla, también de manera somera, de las oficinas de prensa, procurando ubicar el momento histórico en que surgieron como tales y señalando, a la vez, las principales responsabilidades que les confieren las leyes mexicanas, así como las más importantes actividades que realizan para cumplir con sus funciones.

En el siguiente capítulo se define a la síntesis de prensa a partir del tratamiento de dos aspectos: el del personal que elabora este producto, y el de la organización y estructura de la propia síntesis. En el primero se señalan las características que tienen los equipos de trabajo, el nivel educativo y profesional de sus integrantes y las cualidades que se consideran necesarias que posean para ser analistas de prensa. Por lo que se refiere al segundo aspecto, se analiza la estructura temática y organizativa que se diseña para la síntesis, la cual varía

entre una y otra dependencia y que le otorga, finalmente, una configuración particular como órgano informativo interno de una institución.

En el cuarto capítulo se mencionan los criterios con que se selecciona la información que se integra en las síntesis de prensa. Dichos criterios, como es de suponerse, no son forzosamente generalizables para todas las dependencias públicas, ya que cada oficina de prensa define sus propios matices, a fin de que la síntesis responda a las necesidades informativas de esa institución. Se describe también el perfil del lector de la síntesis de prensa y se hacen algunos señalamientos sobre la forma en que éste utiliza dicho órgano, ya sea como medio para informarse o como elemento auxiliar de análisis sobre determinados problemas.

Finalmente, vale la pena precisar que este trabajo constituye ante todo un intento por aportar elementos e ideas que contribuyan al análisis más profundo de la comunicación estatal. En una nación como la nuestra, que pugna por ser moderna en lo político y económico, el conocimiento certero de los objetivos y mecanismos de la comunicación del Estado beneficiará no sólo a los ciudadanos y sus organizaciones, sino también al propio aparato gubernamental al permitirle mejorar y utilizar eficientemente los instrumentos de comunicación masiva de que dispone.

## **Capítulo I**

# **La Comunicación del Estado**

## 1. LA COMUNICACIÓN DEL ESTADO

En las sociedades modernas, los Estados, como órganos del poder político, han organizado sistemas de comunicación cuya complejidad depende del nivel de desarrollo de cada país, con el objetivo de normar las actividades de comunicación masiva que se realizan en su territorio, sea por parte de medios de comunicación públicos o privados.

Dichos Sistemas comprenden la facultad estatal de actuar en los ámbitos jurídico, político y económico mediante la reglamentación legislativa de los derechos y deberes en los diferentes campos de la comunicación masiva; la inclusión de la comunicación en la planificación general; la reglamentación de la propiedad de los medios de comunicación y de las actividades de comunicación; la asignación de redes y frecuencias para las telecomunicaciones; la participación activa del Estado en la operación de medios de comunicación, y promoviendo el acceso de organismos sociales, gremiales y regionales a los medios de comunicación.<sup>1</sup>

En las naciones desarrolladas, al aparato estatal de comunicación corresponde, como tarea globalizadora, instrumentar las políticas nacionales de comunicación, esto es, la planeación, organización, dirección y aplicación de los mecanismos, las políticas y las acciones de comunicación dirigidas a la sociedad.

---

<sup>1</sup> McBride, Sean et al, Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo, México, Fondo de Cultura Económica, 1980, p. 213

y en las que participan el propio sistema estatal de comunicación y los medios de propiedad privada o social.

En este sentido, en las sociedades modernas el Estado "es responsable de las condiciones de la comunicación en el país (lo cual es su prerrogativa principal) o bien de la difusión de mensajes y contenidos".<sup>2</sup> Por lo que se refiere a este último aspecto, el Estado, al igual que cualquier otro ente social, tiene también sus propios objetivos y fines comunicativos, que se traducen específicamente en la explicación y defensa, ante el conglomerado social, de los programas, políticas y acciones de un determinado gobierno.<sup>3</sup>

### 1.1 Comunicación estatal

Con cierta frecuencia es mal comprendido el concepto de política nacional de comunicación y se le asocia con el de política estatal de comunicación, o sea, con las actividades y acciones planificadas que lleva a cabo el Estado en materia de comunicación masiva, con propósitos específicos para el quehacer del sector público.

El concepto de política nacional de comunicación se refiere, como ya se anotó arriba, básicamente a la idea de que el Estado puede jugar un papel de

---

<sup>2</sup> McBride, Sean, Un solo mundo..., p. 213

<sup>3</sup> En el caso de México, el gobierno tiene la obligación constitucional, a través del titular del Poder Ejecutivo Federal, de informar a la sociedad por conducto de sus representantes en el Congreso de la Unión, sobre el "estado general que guarda la administración pública del país" (artículos 51 y 69 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos).

responsabilidad principal en el ordenamiento de las formas en que se realiza la comunicación masiva en un determinado país. Su origen se remonta a fines de la década de los setenta y supuestamente está ligado a la ola de movimientos y organizaciones antiimperialistas surgidos antes y durante esa época, como el Movimiento de los Países No Alineados, el Grupo de los 77, la Organización de Países Exportadores de Petróleo, etcétera.

En efecto, en correspondencia con la acción política de esos organismos, que privilegiaba el papel de los Estados en los países del llamado "tercer mundo" en su lucha contra las naciones industrializadas, en materia de comunicación comenzó a desarrollarse una teorización para fundamentar la intervención estatal en los sistemas de comunicación. En principio se resaltó el aspecto positivo de la participación del Estado como propietario y operador de medios de comunicación masiva. Posteriormente se adoptó la definición, para la tipología de países capitalistas con gobiernos democráticos, de política nacional de comunicación, entendida como el fundamento legal que facultaba al Estado para intervenir en las actividades de comunicación masiva en un país, pero observando siempre, rigurosamente, una consideración: pugnar por el equilibrio entre el respeto a la libertad de expresión y la defensa de los intereses nacionales.<sup>4</sup>

El concepto de política nacional de comunicación alcanzó su máxima influencia al inicio de la década de los ochenta, cuando un grupo especial

---

<sup>4</sup> Véase Sommerland, E. Lloyd, « Los sistemas nacionales de comunicación: cuestiones de política y opciones », en Aportes de Comunicación Social, No. 1, p. 67

patrocinado por la UNESCO --la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, encabezada por el periodista, jurista y político irlandés Sean McBride-- dio a conocer su Informe sobre la comunicación e información en nuestro tiempo. En sus páginas, el mundialmente conocido como Informe McBride hacía un prolijo diagnóstico de la comunicación en las sociedades modernas y proponía, ante la creciente anarquía en el funcionamiento de los medios de comunicación, la instauración de políticas, bajo responsabilidad estatal, que regularan todos los procesos de la comunicación masiva, desde la formación de los profesionales en la materia hasta la proposición de las normas de conducta ética en ese campo.

De inmediato el Informe McBride fue objeto de severas críticas y de una férrea oposición en los países desarrollados y en círculos de los medios de comunicación de propiedad privada. En otro tipo de países, principalmente los denominados tercermundistas, se intentó, por lo general con resultados poco satisfactorios, la instrumentación de políticas nacionales de comunicación, privilegiando el papel interventor del Estado en la comunicación y como operador de medios.<sup>5</sup> La crítica contra el informe de la comisión de la UNESCO se centraba en un punto básico: se decía que el mencionado documento intentaba poner límites y cotos a la libertad de expresión, que en los países industrializados es considerada como uno de los derechos humanos.

<sup>5</sup> En México, durante el gobierno del presidente José López Portillo se hicieron los estudios pertinentes con vistas a la implantación de una política nacional de comunicación, mismos que fueron auspiciados por la Presidencia de la República. Dichas investigaciones, de las que la revista Proceso divulgó una parte cuando ese propósito fue echado abajo por diversos intereses, las realizó un amplísimo equipo de trabajo dirigido por Luis Javier Solana, quien entonces era Coordinador General de Comunicación Social de la Presidencia.



Con el inicio de la década de los ochenta y el ascenso de Ronald Reagan a la presidencia de Estados Unidos, comenzó el despliegue mundial de una política económica bautizada como neoliberal --de la cual fue precursora la Primera Ministra británica Margaret Thatcher--, caracterizada por el dominio absoluto del sector privado sobre la economía y el retiro del Estado de las actividades económicas en las que participaba, desechándose simultáneamente el concepto de Estado rector de la economía. Posteriormente, la recomposición del sistema capitalista mediante la creación de bloques económicos y la tendencia a la formación de mercados regionales o "globalizados" (la Comunidad Económica Europea, los "tigres de Asia" y los proyectados tratados de libre comercio de Norteamérica y la Cuenca del Pacífico, etcétera), así como la quiebra del sistema y de los países donde estaba vigente el socialismo real, dieron la puntilla a la intervención estatal en la economía.

Bajo los nuevos supuestos del desarrollo económico mundial, los Estados no solamente se retiraron de las actividades estrictamente económicas, sino que también emprendieron un proceso de desregulación en otras ramas en las que participaban, entre ellas la comunicación masiva. En varios países latinoamericanos donde el Estado llegó a tener una presencia importante como propietario y operador de medios, se emprendió un proceso de privatización de los mismos.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Apenas el pasado mes de julio concluyó en nuestro país la desincorporación de los canales estatales 7 y 13 de televisión, luego de un largo proceso que captó la atención de la sociedad y

A grandes rasgos, la noción que anima actualmente a los Estados con respecto a la comunicación masiva se define por la intención implícita o explícita de no participar en ella como propietario y operador de medios, sino solamente limitándose a dictar las normas jurídicas que regulen esa actividad y, en otro plano, para cumplir sus propias necesidades de difusión de la información estatal, a utilizar los medios de comunicación de propiedad privada o social.

Este proceso no ha sido impedimento u obstáculo para que en las instituciones del aparato estatal existan estructuras y sistemas de comunicación cuyos propósitos generales se condensan en sistematizar y organizar la información que se va a difundir a la sociedad (a través de boletines, conferencias de prensa, entrevistas con funcionarios, programas de radio y televisión, cortos cinematográficos y de video, etcétera) y, hacia el interior del aparato estatal, mantener informados a funcionarios de mediano y alto nivel de los acontecimientos noticiosos que se difunden a través de los diversos medios de comunicación.

Estos objetivos han creado la necesidad de conformar un cuerpo de expertos en materia de comunicación masiva, que son los encargados de llevar a cabo las acciones comunicativas del Estado, tanto las que se dirigen a la sociedad como las realizadas en el interior del propio aparato estatal. Estos profesionales

---

que, al final, se resolvió presuntamente cuando el gobierno otorgó mayor importancia al monto económico ofrecido por los diversos postores y no a un sólido proyecto de difusión televisiva.

de la comunicación estatal, que no necesariamente son egresados de las escuelas universitarias en la materia o periodistas formados empíricamente, constituyen ya un importante estrato dentro de los recursos humanos de la administración pública. En lo que podría considerarse una distinción inicial y genérica, a esos profesionales les sentaría adecuadamente la denominación de **comunicadores del Estado**.

## **1.2 Comunicadores del Estado**

Como definición, puede calificarse como comunicador del Estado al personal con atribución de mando, desde los niveles intermedios hasta los superiores, que opera en las oficinas públicas de comunicación y cuya labor tiene que ver exclusivamente con la realización de actividades de comunicación en sus diferentes facetas. La noción excluye, como es obvio, al personal de esas oficinas que se dedica a labores de administración, aun cuando su rango jerárquico sea de autoridad.

Para profundizar más en esta cuestión, puede establecerse otro elemento para una definición más certera de los comunicadores del Estado. Pese a que la distinción es arbitraria, puede decirse que entre los comunicadores del Estado hay **políticos y técnicos**. Sin considerar el significado riguroso de esos términos, puesto que en sentido estricto toda comunicación que realiza el Estado tiene un amplio contenido político, se entiende por comunicador **político** del Estado al funcionario con grandes atribuciones para tomar decisiones en materia de

comunicación masiva, para elaborar estrategias y programas de acción en ese campo y para mantener una relación política con representantes de alto nivel de los medios de comunicación (directivos, columnistas y comentaristas) y con otros comunicadores del Estado de su mismo rango. En este caso se ubican principalmente los responsables de comunicación de una dependencia (directores generales de comunicación) y los comúnmente llamados jefes de prensa (directores de información).

Por lo que se refiere a los comunicadores del Estado de carácter técnico, se encuentran en este estrato los funcionarios de comunicación que se dedican sobre todo a tareas de análisis político de la comunicación y sus medios, que tienen nivel de mando limitado, que su capacidad de toma de decisiones es restringida (circunscrita principalmente al ámbito de su trabajo y sobre personal a su cargo) y que no tienen atribuciones de trato político con los representantes de los medios de comunicación o con otros comunicadores del Estado. Están en este caso los funcionarios que realizan tareas comunicativas hacia el interior de su dependencia (los responsables de la síntesis de prensa, del análisis de la presencia de su institución en los medios, de la elaboración de información periodística y audiovisual, etc.).

El concepto **comunicadores del Estado** se ha adoptado para este trabajo debido a la virtual inexistencia de una definición establecida. En los escasos textos que se han escrito sobre este tema, por lo común de índole hemerográfica, se ha utilizado el término *jefe de prensa* para aludir indistintamente a los responsables

de comunicación de las dependencias públicas. Tal calificativo, no obstante, es demasiado limitado e injusto, puesto que ni define acertadamente a un titular de comunicación ni permite que en él se incluya a todo el estrato de funcionarios públicos que realizan acciones de comunicación en el aparato estatal.

Pese a ello y aunque no están materializadas en estudios profundos, las preocupaciones por el análisis y la comprensión de la comunicación del Estado, sus mecanismos y sus objetivos, están presentes desde hace varios años. El extinto columnista Manuel Buendía fue uno de los autores que, con un conocimiento vasto del funcionamiento y los propósitos de las oficinas públicas de comunicación, intentó explorar el problema.<sup>7</sup>

Como es lógico suponer, Buendía intentó, antes que nada, definir la función comunicativa del Estado (tomando como fundamento teórico el nacionalismo que regía su pensamiento y actuación pública), a la que englobó en el término *periodismo de Estado*. Este concepto, que en principio puede parecer limitado, no lo es tanto porque se circunscribe a una faceta de la comunicación estatal: la de difusión de información y la realización de actividades de comunicación hacia el exterior, o sea, dirigidas a la sociedad a través de los medios de comunicación.

---

<sup>7</sup> En efecto, Buendía, además de ser un periodista de reconocida trayectoria profesional, incursionó por largos periodos en la comunicación estatal, en la que fue, como es conocido, director de comunicación en la Comisión Federal de Electricidad y en el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

En ese sentido, Buendía señala que *periodismo de Estado* "es aquel que sirve a los fines del Estado", pero no es "periodismo oficial, o peor aún oficialista, es decir, periodismo que sirve incondicionalmente, acriticamente a los propósitos del gobierno".<sup>8</sup> Precisa que "definitivamente el periodismo de Estado tiene que ser y es algo muy distinto que la simple propaganda a favor de políticos y funcionarios (...) Por periodismo de Estado debemos entender el conjunto de los recursos humanos y técnicos de esta profesión puestos al servicio de la gestión democrática de la sociedad, desde los puntos de vista del Estado nacional, a través de las pautas, de los caminos, de las estrategias del Estado nacional, para contribuir a la salvaguarda de los principios fundamentales del propio Estado, entre los cuales resaltan la lucha por la independencia política y económica del país; la protección de sus recursos naturales contra la depredación interna y los apetitos de conquista por fuerzas extrañas; la difusión de las esencias culturales del pueblo mexicano; el afianzamiento de su identidad histórica y su compromiso por la paz mundial basada en la justicia y el respeto a todos los pueblos de la tierra".<sup>9</sup>

Tal vez parezca innecesaria, pero esta larga cita de Manuel Buendía permite vislumbrar que la concepción de *periodismo de Estado* desarrollada por el columnista está cercana y casi se puede confundir con el concepto de política nacional de comunicación que se expuso páginas atrás. Lo que distingue a los dos términos es que el de Buendía propone que el Estado, por sí solo y con sus

<sup>8</sup> Buendía, Manuel, "Periodistas de Estado", en *Ejercicio Periodístico*, p. 130

<sup>9</sup> Buendía, Manuel, "Periodistas...", p. 131 (subrayado de Buendía).

propios recursos de comunicación masiva, lleve a cabo una política en esa materia que trascienda sus propios intereses y se oriente hacia el beneficio social. Es decir, para el extinto periodista el Estado debe contar con un aparato fuerte y suficiente de comunicación masiva. Por lo demás, la teonzación de Buendía es interesante porque deriva en la idea de que "para cumplir dentro de la estructuración de una política de comunicación social, (se requiere) el diseño de los apoyos tanto de orden económico como de recursos humanos, políticos, logísticos, etcétera".<sup>10</sup>

Ya más cercano al tema que nos ocupa, Buendía esboza una incipiente definición del funcionario que se dedica profesionalmente a ejercer el periodismo de Estado. Dice: "El periodismo de Estado tiene mucho que ver con la comunicación, con la aplicación de las técnicas y tecnologías de la comunicación masiva al servicio de las entidades y las instituciones públicas. Es decir, hablar de periodista de Estado y de comunicador social es en cierto modo usar sinónimos y por lo que ustedes habrán ya constatado (...) en este país sobran periodistas convencionales y faltan comunicadores sociales".<sup>11</sup>

Como puede notarse, los conceptos de *periodista de Estado* y *comunicador social* que el columnista utiliza tienen, en rigor, el mismo contenido conceptual que el término *comunicador del Estado* que se ha desarrollado para este trabajo. Tales

---

<sup>10</sup> Buendía, "Periodistas...", p. 134

<sup>11</sup> Buendía, "Periodistas...", p. 136-137

conceptos definen, en efecto, al profesional que realiza actividades de comunicación masiva desde las oficinas de prensa de carácter gubernamental.

Si se han retomado con detalle las reflexiones del distinguido columnista sobre esta cuestión, es porque en ellas se resalta el carácter profesional y especializado que tienen o deberían tener los funcionarios que desde el gobierno y el aparato estatal se dedican a la comunicación masiva. Vale asimismo señalar que Buendía también hace mención al otro gran elemento componente de la comunicación estatal: las oficinas de prensa, a las que solía definir como "auténticos laboratorios de comunicación social".<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Manuel Buendía, citado por Fernando Mejía Barquera en *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 68



## **Capítulo 2**

# **Las Oficinas de Prensa**

## 2. LAS OFICINAS DE PRENSA

Dentro de la estructura orgánica de la administración pública federal, todas las dependencias e instituciones gubernamentales cuentan con áreas específicas para el manejo y realización de las actividades relacionadas con la comunicación masiva. Esas instancias son conocidas genéricamente como *oficinas de prensa*, aunque formalmente, en la normatividad legislativa y en los reglamentos internos de las dependencias, se les denomina como *direcciones o direcciones generales de comunicación social*. En este trabajo se manejará el concepto de *oficinas de prensa* para referirse a esas áreas de actividad pública, ya que es un término que en lo fundamental engloba el significado del problema que se analizará y que, además, es utilizado en la generalidad de los círculos políticos y académicos del país.

En México, el desarrollo y evolución de las oficinas de prensa está estrechamente ligado y va a la par con el de la comunicación masiva. Es decir, las oficinas de prensa, tal y como se conocen en la actualidad, no hubieran podido existir antes del establecimiento de los modernos medios de comunicación masiva (por orden de aparición: prensa, cine, radio y televisión) y de su aceptación plena por parte de la sociedad. Por otra parte, en nuestro país, este proceso estuvo condicionado en gran medida por otro fenómeno histórico: la pacificación de la nación y la formación de instituciones, que marcaron el fin, con la implantación del sistema político vigente, del ejercicio del poder político a través de figuras caudillescas y de los periodos de inestabilidad que esto conllevaba.

La conjunción de estas condiciones a partir de la década de los años treinta, sentó las bases para la aparición de las oficinas de prensa, con casi la misma concepción con que las conocemos actualmente. En efecto, la difusión a nivel masivo de la prensa, el cine y la radio; la conformación de una sociedad estable en una situación de paz, y el funcionamiento de un sistema político definido y aceptado socialmente, propiciaron en el Estado la conciencia sobre la importancia de la comunicación masiva y, por extensión, dieron origen a la necesidad de que el aparato gubernamental contara con la capacidad adecuada para difundir sus propios mensajes (política y acciones de gobierno, planes y estrategias de desarrollo, llamamientos políticos e ideológicos, etcétera) en esos medios. Fue en ese momento cuando nacieron las modernas oficinas de prensa.

En su investigación sobre la industria de la radiodifusión en México, Fernando Mejía Barquera ubica con precisión la coyuntura histórica en que surgieron las oficinas de prensa. Señala que ante la necesidad de movilizar eficazmente a las masas en su apoyo y de evitar, asimismo, la dispersión en el manejo de la información oficial, el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas decretó en diciembre de 1936 la creación del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), con el propósito de cumplir, entre otros, los siguientes objetivos: hacerse cargo de la publicidad y la propaganda oficiales; de la información oficial destinada a la prensa nacional y extranjera, las agencias de noticias, las autoridades civiles y militares y los representantes de México en el extranjero; de otorgar el servicio de propaganda a periódicos nacionales y extranjeros; de la edición de publicidad y propaganda; de la edición de películas

cinematográficas; de autorizar la exhibición comercial de películas cinematográficas y de la distribución de todo tipo de publicidad y propaganda.<sup>13</sup>

Como puede verse, el DAPP, que comenzó a funcionar el uno de enero de 1937, cumplió funciones similares o iguales a las que realizan en la actualidad las oficinas de prensa. El DAPP como tal tuvo una corta existencia, ya que desapareció en diciembre de 1939 y sus funciones fueron asumidas por otras dependencias públicas, principalmente la Secretaría de Gobernación, pero su importancia histórica radica en que definió con gran claridad las funciones y atribuciones de las oficinas de prensa gubernamentales, y en que estableció los fundamentos de la comunicación del Estado. En este sentido, puede considerarse al DAPP como el antecedente y prototipo de esas oficinas.

Desde ese entonces, el desarrollo, trayectoria y funcionamiento de las oficinas de prensa del Estado mexicano, y concretamente de las del Poder Ejecutivo Federal, ha sido de carácter más bien secreto para la mayoría de la sociedad, ya que sus actividades, aunque se reflejan diariamente en la comunicación masiva que se realiza en el país, se llevan a cabo generalmente con un alto grado de discreción, ya que de lo que se trata es de difundir las políticas y acciones de una institución y no de mostrar públicamente al aparato que hace esa tarea. No obstante, en virtud de que la comunicación masiva es un elemento que coadyuva, entre otras cosas, a reforzar o deteriorar la imagen pública de un funcionario o institución, en no pocas ocasiones han sido ampliamente conocidos

<sup>13</sup> Mejía Barquera, *La Industria...*, p. 62 y subsecuentes.

diversos acontecimientos en los que han jugado y tenido un papel protagónico destacado los comunicadores del Estado o las oficinas de prensa.<sup>14</sup>

## 2.1 Ubicación y funciones normativas

En la legislación mexicana, las funciones y atribuciones de las oficinas de prensa están estipuladas por lo general en los reglamentos internos de las dependencias de la administración pública federal. A la vez, la obligación para expedir esos ordenamientos jurídicos está marcada por la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, que en su artículo 19 señala que "el Titular de cada Secretaría de Estado y Departamento Administrativo expedirá los manuales de organización, de procedimientos y de servicios al público, necesarios para su funcionamiento, los que deberán contener información sobre la estructura orgánica de la dependencia y las funciones de sus unidades administrativas, así como sobre los sistemas de comunicación y coordinación y los principales procedimientos administrativos que se establezcan...".<sup>15</sup>

Asimismo, al enlistar las responsabilidades propias de cada secretaría de Estado, dicha ley indica que a la de Gobernación corresponden, entre otras funciones, las siguientes: "Formular, regular y conducir la política de Comunicación Social del Gobierno Federal, y las relaciones con los medios de información", así

<sup>14</sup> Pese al nivel anecdótico con que está escrito, el libro **Prensa vendida** del periodista Rafael Rodríguez Castañeda es un buen sumario de la actividad política que han realizado diversos comunicadores del Estado durante los últimos años y de su relación con los medios de comunicación.

<sup>15</sup> **Ley Orgánica de la Administración Pública Federal**, artículo 19 (subrayado mío: GCO).

como "orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal...".<sup>16</sup>

Son comprensibles todas estas atribuciones que se otorgan a la Secretaría de Gobernación, ya que al ser la dependencia encargada de velar por la vigencia del orden social y político del país, es natural que la supervisión de las actividades de comunicación masiva, el trato con los medios de difusión y la coordinación y evaluación de los programas de comunicación estatal, deban estar dentro de su campo de actividades. No obstante, aunque Gobernación se reserva la prerrogativa de aprobar los programas de comunicación sectoriales de cada entidad o institución pública, éstas cuentan con la autonomía necesaria para definir, dentro de los lineamientos políticos marcados por el Gobierno Federal, las acciones de comunicación que deberán desarrollar para cumplir con sus objetivos propios en esta materia.<sup>17</sup>

En este sentido, los reglamentos internos de cada dependencia en materia de comunicación masiva contemplan similares funciones y responsabilidades, a las que en la práctica se da contenido con las políticas sectoriales específicas que desarrolla cada una de ellas. A fin de dar una noción clara de las obligaciones de las oficinas de prensa, se mencionarán algunas de ellas que están estipuladas en

---

<sup>16</sup> Ley Orgánica..., artículo 27, fracciones XXX y XXXI.

<sup>17</sup> Durante la presente administración y hasta fines de 1992, la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República asumió de facto muchas responsabilidades de Gobernación en materia de comunicación, mismas que le han sido revalidadas normativa y políticamente desde el inicio de 1993.

el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación y que pueden aplicarse al resto de las dependencias del Poder Ejecutivo Federal.

El mencionado documento indica que corresponden a la Dirección General de Comunicación Social de esa institución, entre otras, las siguientes tareas: proponer al titular del ramo el programa de comunicación social de la secretaría; promover la elaboración de los programas de comunicación relacionados con las actividades de las entidades sectoriales de la secretaría; establecer mecanismos permanentes de coordinación y colaboración con las oficinas de prensa del resto de las dependencias del Ejecutivo Federal; concertar acciones en materia de comunicación con los medios de información nacionales y del extranjero; coordinar la información sobre las actividades de la secretaría; promover diversos actos y la difusión de materiales relacionados con la comunicación y las actividades de la secretaría; y elaborar y fomentar estudios de opinión pública y de investigaciones relativas a los medios de comunicación, así como las que le confiera el titular del ramo".<sup>18</sup>

Todas las dependencias del Ejecutivo Federal realizan en mayor o menor medida, dependiendo de la importancia de cada una de ellas en la estructura gubernamental, estas actividades, y para ello las oficinas de prensa se han organizado internamente de la manera más adecuada para cumplir con la mejor eficacia posible las funciones que son propias de cada institución.

---

<sup>18</sup> Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, artículo 12 (subrayado mío: GCO).

La estructura de una oficina de prensa contempla, a nivel jerárquico dentro de la división administrativa, los siguientes rangos genéricos de autoridad: dirección general, dirección de área, subdirección de área y jefatura de departamento. Además, en los niveles operativos, se encuentra el personal de estructura, conformado por empleados tanto sindicalizados como de confianza.

Para el cumplimiento de sus actividades cotidianas, una oficina de prensa está organizada, de manera usual, de la siguiente manera: director general de comunicación social; directores de área de información, de medios audiovisuales, de análisis y evaluación y de relaciones públicas; subdirectores de síntesis y análisis, de prensa, de prensa extranjera, de monitoreo de medios audiovisuales, de comunicación gráfica, etcétera; así como de los jefes de departamento respectivos a esas funciones.

## **2.2 Actividades que realizan**

El trabajo que desempeñan las oficinas de prensa es por lo general conocido en las diversas instancias del sector público principalmente en dos de sus facetas: la cobertura de actos con los que se genera información para los medios, con el consiguiente envío de los boletines de prensa, y el suministro a los funcionarios de las instituciones, a través de la síntesis de prensa, de la información que se publica en esos medios.



No obstante, esas dos conocidísimas actividades constituyen apenas una muestra de la variada gama de acciones desarrolladas por las oficinas de prensa, desde su titular hasta sus jefes de departamento, para instrumentar la política de comunicación de cada dependencia o institución. A fin de ilustrar este punto, se presentará enseguida una descripción somera de las actividades que en general realizan dichas oficinas, tomando como base el modelo organizativo mencionado líneas atrás, y considerando la escala jerárquica de superior a inferior.

A los titulares de las oficinas de prensa, cuyo cargo formal es el de director general de comunicación social, corresponden las funciones de **alto contenido político relacionadas con la comunicación masiva**, esto es, las que tienen que ver con la planeación e instrumentación del programa de comunicación de la dependencia.

En ese sentido, tal funcionario tiene que cumplir, entre otras atribuciones y responsabilidades, las siguientes: coordinarse con el titular de la dependencia y otros funcionarios de alto nivel para planear y elaborar la política de comunicación de la institución; formular dicha política; mantener relaciones con sus homólogos de otras dependencias y con los representantes de alto nivel de los medios de comunicación (directivos, columnistas y articulistas destacados); ser el vocero de su institución ante la opinión pública, y coordinar y supervisar el cumplimiento del programa de comunicación de su dependencia. Como podrá notarse, estas responsabilidades son netamente políticas, por lo que este funcionario puede ser catalogado, de acuerdo con la distinción hecha anteriormente, como comunicador

del Estado de carácter político, ya que de hecho, para decirlo llanamente, es un político avocado a los problemas de la comunicación masiva.<sup>19</sup>

De acuerdo con la escala jerárquica en orden descendente, entre los directores de área destaca el de información, ya que es el operador e instrumentador por excelencia de la política de comunicación de una institución hacia los medios de información. En efecto, este funcionario tiene la función primordial de atender a la prensa, esto es, de proporcionar la información que le requieren los reporteros, organizar las entrevistas solicitadas a funcionarios públicos, planear e instrumentar las giras de trabajo en las que se invita a los medios, organizar logísticamente los diversos actos y conferencias de prensa que tienen como fin informar a la opinión pública sobre las actividades de la institución, coordinar la elaboración de los productos informativos (boletines, notas, textos diversos) que se distribuyen a los medios, etcétera.

Se considera que la actividad que realizan los directores de información tiene un alto contenido político, ya que de ellos depende en buena medida que la institución mantenga una relación buena o mala con los medios de información. No obstante, a diferencia del director general de comunicación social, el director de información tiene relativamente limitadas sus facultades o atribuciones políticas, ya que, por ejemplo, no puede proporcionar libremente información de

---

<sup>19</sup> En medios periodísticos se entiende claramente la importancia que tienen los llamados *jefes de prensa* gubernamentales, al grado que se ha intentado explorar, con criterios más periodísticos que académicos, la trayectoria profesional de varios de ellos, como lo hizo la periodista Isabel Arvide en una edición especial de su publicación *Análisis Político de la Información*.

carácter delicado o confidencial, no tiene capacidad para decidir si un funcionario debe conceder o no una entrevista y, en ocasiones, tiene que consultar el sesgo que se deberá dar a la información oficial que distribuye la dependencia.

En virtud de que las funciones descritas arriba requieren de un amplio conocimiento del medio periodístico y de sus representantes, en muchas ocasiones las direcciones de información son ocupadas por periodistas o reporteros de larga trayectoria profesional que, en determinado momento, devienen en comunicadores del Estado, ya sea porque deciden dar un giro a su desarrollo profesional, porque están convencidos de la política que desarrolla determinado gobierno o porque son cooptados (sin considerar el sentido peyorativo de este término) por el aparato estatal. Vale la pena mencionar que sólo en una proporción muy pequeña los reporteros o periodistas profesionales logran ascender en la escala burocrática hasta el puesto de director general de comunicación social, ya que esta responsabilidad por lo regular es desempeñada por funcionarios formados en las oficinas de prensa, muchos de ellos con largas trayectorias en las mismas, y cuya concepción de la relación entre el Estado y los medios es fundamentalmente política y está definida por la premisa de que el Estado difundirá la información que sea conveniente y útil para el cumplimiento de las funciones que son responsabilidad de la institución respectiva.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Caso especial es el del actual director general de comunicación social de la Presidencia, José Carreño Carlón, quien a la vez de contar con trayectoria periodística también ha desarrollado una carrera política que lo llevó incluso a ser diputado federal por el PRI.

Por las obligaciones que tienen y por las actividades que realizan, tanto el director general de comunicación social como el director de información caben en la definición de comunicadores del Estado de carácter político. No ocurre lo mismo con el resto de los cargos de autoridad en las oficinas de prensa. En rigor, tanto los directores de relaciones públicas y de medios audiovisuales, así como los subdirectores y jefes de departamento, realizan diversas actividades de índole operativa, cuya importancia radica en que constituyen la infraestructura operativa que mantiene el funcionamiento de las oficinas de prensa.

En tal vertiente, los directores de relaciones públicas se ocupan, por ejemplo, de cubrir el aspecto logístico de las actividades públicas a las que se invita a la prensa; los de medios audiovisuales tienen a su cargo la tarea de diseñar y producir los mensajes para radio, televisión y cine, de realizar el registro filmico de las actividades de los funcionarios públicos y del monitoreo de programas de radio y televisión. En la escala administrativa, los subdirectores y jefes de departamento adscritos a esas direcciones tienen como función la coordinación práctica de los equipos de trabajo para la realización de dichas actividades.

Para los propósitos de este trabajo interesa más analizar en detalle las funciones de las direcciones de análisis y síntesis de prensa. A estas oficinas se les encomienda la tarea de realizar los estudios pertinentes, con diversos niveles analíticos, de la información difundida sobre la institución a través de los medios y, por otra parte, de la elaboración de la **síntesis de prensa**, cuyo objetivo es

proporcionar a los funcionarios información oportuna y suficiente a partir del material informativo publicado diariamente por la prensa escrita y, en algunos casos, por la radio y la televisión.

Debido a que ambas actividades tienen como materia prima la información publicada en los medio, es usual que a la dirección de análisis y síntesis se le conceda gran importancia dentro de las oficinas de prensa. A guisa de ejemplo, en la vertiente del análisis se realizan evaluaciones cuantitativas y cualitativas de la imagen de la dependencia y sus funcionarios en los medios; seguimientos detallados y estudios prospectivos sobre la evolución de un problema determinado; análisis sobre la posición de un medio o periodista ante diversos sucesos, etcétera.

## **Capítulo 3**

# **La Síntesis de Prensa**

### 3. LA SÍNTESIS DE PRENSA

Conocidas con amplitud en los círculos gubernamentales y periodísticos, las síntesis de prensa no han sido estudiadas, sin embargo, desde una perspectiva académica. En tal sentido, las referencias que se han hecho de ellas se han originado, por lo general, en el ámbito periodístico. No obstante, la concepción que los articulistas y comentaristas de los medios tienen sobre este producto de las oficinas de prensa es, en casi todos los casos, incompleta y parcial, a veces incluso prejuiciado, sobre la función que ellas cumplen.

El periodista Raymundo Riva Palacio exploró hace varios meses, desde una perspectiva crítica, el tema de las síntesis de prensa. Para este columnista, las síntesis son "carpetas de fotocopias de recortes de prensa, que incluyen todos aquellos textos que puedan tener algún interés para las dependencias que las elaboran, o los funcionarios que las encabezan". Agrega que "sin un orden jerárquico, los recortes recogen las informaciones más nimias sobre un tema específico, y no en pocas se elimina todo aquello que sea negativo o crítico para la dependencia o institución correspondiente".<sup>21</sup>

También con sentido crítico, pero con un tono más visceral, los columnistas Gerardo Reyes Gómez y Juan Ruiz Healy se ocupan de las síntesis de prensa. El primero dice que los comunicadores oficiales "equivocadamente piensan que

<sup>21</sup> Riva Palacio, Raymundo, "Juego de espejos", en *Este país*, núm. 13, p. 49

todos (los periodistas) escriben para los funcionarios del gobierno o para engordar las normalmente estúpidas síntesis periodísticas de las dependencias oficiales".<sup>22</sup>

Por su parte, Ruiz Healy, quien goza de dudosa reputación en los medios de prensa y políticos del país, señaló, a raíz de que su columna no fue incluida en la síntesis de prensa de la Cámara de Diputados, que "tiene un alto valor coyuntural la acción inquisitorial de los recortadores de columnas de San Lázaro. Están demostrando la inutilidad de las síntesis y el desperdicio de recursos que originan... ¿Para qué gastar haciendo resúmenes si a fin de cuentas cada legislador debiera hacerse de la información de manera absolutamente libre y sin cargo a los contribuyentes?".<sup>23</sup> Añadió, en una observación que no deja de tener aspectos interesantes para la reflexión, que "otro punto en contra de las síntesis es que impiden la circulación de los diarios; con un ejemplar se reproducen miles de veces, partes de la edición cotidiana de los periódicos".<sup>24</sup>

En contraposición a estos puntos de vista, otros comentaristas de prensa matizan sus opiniones. Para Miguel Basañez, politólogo, ex funcionario público de alto nivel y realizador de encuestas, la síntesis tiene un relevante valor político: "La sucesión presidencial se decide más por las circunstancias y menos por la voluntad. Por ello el interés de quienes circundan Los Pinos, de influir en la conformación de los acontecimientos. O, al menos, en la percepción que el

<sup>22</sup> Reyes Gómez, Gerardo, "Comunicadores oficiales", en *El Universal Gráfico*, 18 de junio de 1993, p. 4

<sup>23</sup> Ruiz Healy, Juan, "A fondo", en *Novedades*, 18 de julio de 1993, p. 1-B

<sup>24</sup> En España, recientemente entró en vigor un impuesto a las fotocopias, mismo que se destinará a un fondo para pagos de derechos de autor, ya que se considera que la reproducción ilimitada de materiales impresos vulnera los intereses económicos de los autores y creadores.



presidente tenga de esos. *El control de la agenda, de las giras y de las síntesis de noticias, así como de un amplio instrumental, lo permiten*.<sup>25</sup>

Desde una perspectiva menos política pero sí más periodística, el columnista Gilberto D'Estrabau ubica la probable "supresión de las síntesis informativas para mandos superiores de la burocracia" dentro de una gama de "variados ataques a la libertad de expresión".<sup>26</sup> A su vez, el articulista Raúl Navarro Benítez resalta el alcance real y la capacidad informativa de las síntesis entre la alta burocracia: "Con la ratificación del anuncio filtrado recientemente sobre la desaparición de las síntesis informativas que distribuyen las direcciones de comunicación social oficiales —con volúmenes mayores de distribución que varios periódicos y revistas de "circulación nacional"— también se enviará al ambulante a cientos" de empleados que las elaboran.<sup>27</sup>

Aunque hasta aquí podrá notarse que no existe una concepción clara sobre lo que es la síntesis de prensa, si es patente la importancia que se da a la misma en círculos periodísticos, ya sea para bien o para mal, para descalificarla o para destacar sus facetas positivas. De los juicios arriba expuestos puede inferirse también que los autores tienen entre sí un concepto diferente de la síntesis, que incluso orilla a pensar que están hablando de cosas diferentes.

---

<sup>25</sup> Basañez, Miguel, "La sucesión presidencial de 94", en *Excélsior*, 30 de noviembre de 1992, p. 1 (cursivas mías: GCO).

<sup>26</sup> D'Estrabau, Gilberto, "Juego de palabras", en *El Sol de México*, 19 de agosto de 1993, p. 1

<sup>27</sup> Navarro Benítez, Raúl, "Ojo de vidrio", en *El Universal Gráfico*, 11 de agosto de 1993, p.3 (cursivas mías: GCO).

Antes de abordar de lleno el tema de la síntesis de prensa, conviene primero, sin embargo, ubicar físicamente la estructura burocrática donde se realizan y hablar también de los equipos humanos que las elaboran.

### 3.1 Los analistas de prensa

Como ya se mencionó más atrás, las síntesis de prensa se originen, en la generalidad de los casos, en las direcciones de síntesis y análisis de las oficinas de prensa. Dichas áreas trabajan con la información de prensa como materia prima, en la mayoría de las ocasiones con la de publicaciones impresas y en algunas otras también con la de programas noticiosos de radio y televisión (cabe hacer notar que la información radiofónica es ya desde hace bastantes meses referencia obligada en las oficinas de prensa, sobre todo a raíz del *boom* de noticieros por ese medio y de la creciente competencia informativa que ha derivado del mismo).

En una oficina de prensa común y corriente, la información de las publicaciones se procesa (últimamente incluso con la tecnología de la computación) todos los días desde temprana hora. Una parte del acervo seleccionado se destina a la elaboración de la síntesis de prensa y otra, de mucho mayor cuantía, sirve para conformar el archivo hemerográfico de la institución, el cual se utilizará como un completísimo banco de datos para la elaboración de diversos productos de análisis y trabajos de evaluación cuantitativa y cualitativa sobre diversos temas de índole política, económica o social, ya sea que atañan

directamente o no a las funciones de una dependencia en concreto. Por tanto, considerando este hecho, puede establecerse, como primera derivación, que toda la información periodística que se procesa es de carácter especializado y que mantiene entre sí variadas relaciones y conexiones temáticas o de seguimiento planificado.

En ese sentido, y como segunda derivación general, es posible señalar que para seleccionar y procesar esa información específica se requiere un equipo de trabajo que conozca, en primer lugar, la importancia de la labor que realiza y, en segundo término y por ello mismo, que cuente con una determinada calificación profesional que le permita identificar y elegir con eficacia, y solamente, la información que pueda ser susceptible de utilización para la elaboración de la síntesis y para el resto de los trabajos que se realizan en el área de síntesis y análisis. Es decir, se está hablando de un equipo de trabajo especializado.

A fin de explicar esa característica del equipo de trabajo, es necesario señalar que en las direcciones de síntesis y análisis se cuenta por lo general con dos grupos de trabajo que forman parte de un solo equipo. Un grupo es el que elabora la síntesis de prensa y otro el que, en el transcurso del día o de las jornadas siguientes, recurrirá a la información recabada de las publicaciones impresas para realizar trabajos específicos de análisis. Este último grupo está conformado básicamente por los llamados analistas (de prensa o de medios), es decir, por personal capacitado para elaborar diversos estudios (evaluaciones, seguimientos temáticos, análisis de fenómenos sociales, etcétera) a partir de la

información difundida por las publicaciones. Estos analistas, que por lo general sí cuentan con preparación profesional a nivel de licenciatura (aunque no estén titulados), son egresados en su mayor parte de carreras de ciencias sociales, economía, derecho e incluso administración de empresas. Los trabajos elaborados por este personal pueden ser de índole institucional (evaluación de la imagen de la dependencia y sus funcionarios, seguimiento del impacto de la información difundida por la institución en los medios, análisis sobre asuntos de la dependencia, etcétera); de carácter coyuntural (seguimiento y estudio de algún problema en particular, de campañas políticas o electorales, del proceso de sucesión presidencial, etcétera) o de temas que respondan a los intereses profesionales o políticos de los comunicadores del Estado (seguimiento de la actuación de otros comunicadores, análisis de las relaciones entre el Estado o el gobierno y los medios, estudios sobre la actividad política en el lugar de origen de los comunicadores del Estado, etcétera).

Por lo que se refiere a la conformación de los grupos de trabajo que elaboran la síntesis de prensa, no puede hablarse de una tipología definida, ya que su estructura y organización responden más bien a las condiciones particulares de cada institución (su importancia dentro de la organización del gobierno federal o su peso en la vida social del país, por ejemplo). En tal sentido, puede señalarse como primera disparidad el número de integrantes de esos grupos, que en dependencias consideradas fuertes como las secretarías de Hacienda, Gobernación, Desarrollo Social o la propia Presidencia de la República, son amplios. En contraparte, dependencias consideradas como pequeñas o de

segundo nivel en la estructura burocrática del Poder Ejecutivo Federal (Energía, Turismo, Reforma Agraria, etcétera) cuentan con equipos de síntesis relativamente pequeños.

En virtud de que no es posible especular sobre la cantidad adecuada de integrantes para la composición de los equipos de síntesis, porque incluso el modelo de síntesis de prensa varía entre una dependencia y otra, se mencionará a guisa de ejemplo la experiencia personal del autor de este trabajo, quien durante un lapso de seis años (1986-1992) fungió como responsable del área de síntesis y análisis de la Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal (SEMIP). En ese periodo, el equipo de síntesis de la SEMIP estuvo formado en sus mejores tiempos por 17 integrantes, los cuales, por diversos motivos, se redujeron finalmente a 11.

En lo que se refiere a la composición por actividad, si es posible establecer una tipología genérica para los equipos de síntesis: una parte está formada por analistas de prensa y otra por personal que realiza las tareas operativas (recorte de publicaciones, fotocopiado, edición, etcétera). Los analistas de prensa de la síntesis no realizan el mismo tipo de trabajo que el de los analistas que trabajan durante el resto del día. En virtud de que su ritmo de trabajo está marcado por la necesidad de elaborar la síntesis de prensa con rapidez para distribuirla en las primeras horas de la mañana, estos analistas realizan una actividad principal: seleccionar y recabar la información adecuada para la síntesis y la complementaria para formar el archivo hemerográfico. Bajo esta consideración, los

analistas de la síntesis deben tener, además de las cualidades profesionales señaladas para sus colegas que trabajan durante el día, un sentido claro de lo noticioso, entendido esto como la capacidad para *encontrar* o seleccionar no solamente la información que deberá incluirse en la síntesis o la que formará parte del archivo, sino también aquella que puede ser de importancia para la comprensión o esclarecimiento de un determinado problema o fenómeno social.

El personal que realiza las tareas operativas no tiene, en cambio y por lo general, ningún tipo de profesionalización (acaso solamente conocimientos en cuestiones técnicas, como de electricidad o de máquinas fotocopadoras y de oficina), ya que su trabajo es esencialmente manual: recortar y pegar en hojas especiales la información de prensa, fotocopiar dicha información, compagnarla en un orden específico (determinado por el coordinador de la síntesis) y, finalmente, dar forma al órgano informativo. No obstante, en ciertos casos, el personal que realiza estas actividades puede llegar a adquirir un conocimiento suficiente y general de la información que se requiere, por lo que es capaz de localizar en las publicaciones la información concerniente a su dependencia o seleccionar, como rutina establecida, las columnas políticas o algunos artículos editoriales, todo esto, por supuesto, sin llegar a una apreciación cualitativa del valor de la información de referencia.

Por norma general, los analistas de la síntesis de prensa tienen estudios profesionales, pudiendo ser estudiantes, pasantes o titulados (algunos de ellos en periodismo y otros, como ya se mencionó, en otras disciplinas de las ciencias

sociales). En virtud de que en la mayoría de las dependencias el equipo de síntesis solamente realiza este trabajo, sus integrantes dedican el resto del día a otra actividad laboral o a continuar sus estudios. Estos considerandos tal vez podrían explicar la movilidad laboral que se registra en los equipos de síntesis, que tienen como característica usual que los analistas ven este trabajo como algo transitorio o como un escalón hacia mejores niveles de actividad profesional, sin que esto signifique que no le concedan la importancia debida durante el lapso en que lo desempeñan.<sup>28</sup>

En ese sentido, puede afirmarse que aunque los analistas de la síntesis de prensa constituyen un estrato de personal especializado, los grupos de trabajo que forman tienden a ser temporales. Esto se debe en parte a los deseos de sus integrantes de ascender profesionalmente, como ya se señaló arriba, pero también a otros factores, entre los que destacan: las escasas posibilidades de ascender en el escalafón burocrático; la dificultad para que se note un esfuerzo personal destacado, en virtud de que el trabajo se refleja en un producto de autoría colectiva, y el difícil turno laboral (que usualmente se inicia entre cuatro y cinco de la mañana y que también se realiza los fines de semana y días festivos) que ocasiona un agotamiento físico prematuro y acumulado.

---

<sup>28</sup> En el periodo referido, entre los analistas de la síntesis de la SEMIP había una reportera profesional que también laboraba en un prestigiado diario de circulación nacional, una pasante de periodismo que ahora ya está titulada y es profesora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, un pasante de economía (ahora ya titulado), un politólogo egresado de la Universidad Autónoma Metropolitana y estudiantes de las licenciaturas de Relaciones Internacionales y Psicología.

No obstante, los miembros del grupo que realizan tareas operativas sí tienden a permanecer en los equipos de síntesis. En parte porque el horario de trabajo, que para sus compañeros profesionales llega a ser una desventaja, para ellos es favorable porque les permite emprender otra jornada laboral; porque son personal sindicalizado y de base en las dependencias y porque, hay que reconocerlo finalmente, sus expectativas de desarrollo personal o laboral son escasas y limitadas.

Cabe destacar que pese a las su generis condiciones en que se realizan las síntesis de prensa, en muchas dependencias o instituciones se han logrado formar buenos equipos de trabajo, con un alto grado de profesionalización y que elaboran un producto informativo verdaderamente útil para las necesidades informativas de los funcionarios de su institución.

### **3.2 Organización y estructura de la Síntesis**

Los conceptos de algunos comentaristas de prensa sobre la síntesis, que se incluyeron al principio de este capítulo, deben considerarse estrictamente como apreciaciones personales de quienes, desde el exterior de la función gubernamental, sólo ven un producto material, sin comprender, por no conocerlas, ni la concepción ni las directrices que lo animan, así como tampoco su organización y sus procesos de elaboración.



Ya se vio que, en efecto, la síntesis de prensa es elaborada por grupos profesionales con conocimientos de política y periodismo, así sean estos últimos muy generales. Ahora bien, ese producto responde también a determinadas concepciones institucionales de organización, formato y presentación, con el objetivo de que cumpla eficazmente su propósito de informar a los funcionarios de una dependencia. Pese a que las definiciones de lo que es eficiencia informativa son diferentes entre las distintas entidades (ya que en algunas se pretende que la síntesis incluya toda la información periodística sobre su ámbito de responsabilidad, y en cambio en otras solamente se incluye lo que se considera verdaderamente relevante o esencial), si se coincide en cuál es el objetivo principal de la síntesis de prensa: informar sobre la presencia de una institución en los medios de comunicación.

Puede señalarse, entonces, que la síntesis de prensa es concebida como un órgano informativo. Este órgano informativo tiene, empero, dos características que lo hacen diferente de cualquier otro: su material informativo, que es específico en cada caso, y su carácter institucional.

En cuanto al primer aspecto, la síntesis de prensa es un órgano que reproduce información publicada en los medios impresos, principalmente. Este hecho quizá le reste la cualidad noticiosa que pudiera tener cualquier otro medio, ya que bajo ninguna circunstancia la síntesis podrá presentar una información que no sea previamente conocida. Sin embargo, esa carencia puede ser subsanada con base en una selección rigurosa y precisa que permita presentar a su lector la

información más relevante de día y, sobre todo, aquella que en el futuro inmediato o mediato podría alcanzar un valor noticioso de primera magnitud. Esto significa que aunque la síntesis de prensa no es un órgano periodístico en sí, porque no ofrece primicias noticiosas ni información propia, sí puede considerarse como un órgano informativo que observa un determinado grado de rigor analítico y profesional en la información que presenta.

Por cuanto a su carácter institucional, éste deriva de que la síntesis constituye un servicio informativo que una dependencia presta a sus funcionarios como un instrumento que coadyuve al mejor desempeño de sus labores. Como es lógico suponer, la síntesis debe incluir forzosamente la información de prensa que se refiere a las responsabilidades de esa institución, a la imagen de la misma en los medios y la que es generada por la información emitida por la propia entidad a través de su oficina de prensa.

En tal sentido, a su carácter de órgano informativo, la síntesis agrega la calidad de especializado, ya que la información que se incluye es especialmente útil para los funcionarios de esa institución y no para los de cualquier otra. Es decir, por ejemplo, que la síntesis de prensa de la Secretaría de Turismo, que contiene la información referente a ese sector, difícilmente podría servir como base informativa a funcionarios, por decir, de la Secretaría de la Reforma Agraria. Este principio no es, sin embargo, rígido o inflexible, ya que la propia dinámica de los fenómenos sociales propicia que diversos hechos lleguen a caer en el ámbito de interés de varias dependencias a la vez (siguiendo con el ejemplo, informes

sobre la captación de divisas por concepto de turismo seguramente también son de utilidad en círculos hacendarios y diplomáticos).

Por otra parte, pese a que todas las síntesis de prensa del sector público incluyen un apartado de información general y de géneros de opinión (columnas, artículos, editoriales y caricaturas), su identidad particular se las proporciona el hecho de que manejan como elemento básico la información concerniente a un ámbito específico. Esto significa que pese a que a simple vista a alguien ajeno a ellas le pueda parecer que todas las síntesis de prensa "son iguales" ("una carpeta de recortes", como dice Riva Palacio), en realidad quizá sólo tengan semejanzas en su formato físico (un compendio de hojas tamaño carta fotocopiadas) y acaso en sus secciones de información general y editorial, ya que su núcleo informativo está generado por las noticias que corresponden a la responsabilidad pública de la dependencia en cuestión.

Es a partir de este principio (que la información sectorial es la base de una síntesis determinada) que las diferentes oficinas de prensa diseñan la estructura editorial de su producto. Por lo general, las síntesis de prensa están conformadas por los siguientes apartados o secciones: portada, ocho columnas, resumen escrito y recortes de prensa de información sectorial, general y de opinión.

A continuación se presenta una breve descripción de esos segmentos:

- o **Portada.** Es el "rostro" de la síntesis. En ella, bajo un diseño propio, se presenta el logotipo de la institución respectiva, el título del producto

("síntesis de prensa", "síntesis informativa", etcétera) y el registro de la fecha de la edición. Algunas instituciones incluyen además en la portada encabezados breves de la información más relevante del día, tanto sectorial como general, o alguna efemérides nacional o internacional.

- o **Sección de ocho columnas.** Ofrece el registro de los encabezados principales de los periódicos de la jornada. En algunas síntesis también se hace en este apartado un resumen telegráfico de esas noticias.
- o **Resumen escrito.** Compendio sucinto de la información más destacada que se incluye en la síntesis. Varias instituciones no incluyen esta sección en su órgano informativo o lo presentan como un producto aparte.
- o **Sección de información sectorial.** Comprende la información de prensa relativa a la dependencia. En virtud de que esta sección es la columna vertebral de la síntesis, se diseñan subdivisiones, a menudo basadas en el organigrama de la institución, con el objetivo de presentar la información de manera más ordenada, sencilla de ubicar y para hacer posibles diversos enlaces temáticos sobre un determinado problema, lo cual facilita su comprensión o magnitud.<sup>29</sup>
- o **Sección de información general.** Incluye lo más importante de la jornada en lo político, económico y social, tanto a nivel nacional como internacional.
- o **Sección de comentarios y caricaturas.** Presenta una muestra de los diversos géneros de opinión. Es habitual que se seleccione a determinados

<sup>29</sup> Entre 1986 y 1992, la información sectorial de la síntesis de prensa de la SEMIP se dividía en cuatro subsecciones: información generada por boletines de prensa de la dependencia; menciones a la institución o a su titular; energía, e industria paraestatal. A la vez, de las dos últimas, la de energía se fraccionaba en petróleo, electricidad, nuclear y fuentes alternas, y la de paraestatal en básica y de la transformación.

comentaristas y caricaturistas (los que presuntamente tienen mayor influencia, aunque este es un criterio subjetivo) y se les incluya cotidianamente en la síntesis.

Cabe señalar que salvo la portada y la sección de ocho columnas, que son usualmente las dos primeras en todas las síntesis de prensa, el orden de los restantes apartados varía según los criterios informativos definidos por cada dependencia. Esto es que algunas síntesis presentan en primer término la información sectorial y luego la general, o viceversa. En ciertos casos, inclusive, en la sección de información general se presenta primero la relativa a las actividades presidenciales, aunque la nota más importante del día pudiera haber sido de otra naturaleza (un debate legislativo, por ejemplo) o de corte internacional.

Por último, la síntesis de prensa se elabora en la mayoría de las dependencias durante todo el año, salvo cinco días en que no se publican periódicos. Con eso no se pierde continuidad en el tratamiento de la información durante los fines de semana, días festivos o periodos vacacionales; se mantiene constante el volumen de recaudación de la información que se destina para el archivo, y se cumple el propósito de mantener oportunamente informados a los funcionarios de la institución (en las fechas citadas, por lo menos a los titulares de la dependencia y a los de segundo nivel).

## **Capítulo 4**

# **El Órgano Informativo Especializado**

#### **4. EL ÓRGANO INFORMATIVO ESPECIALIZADO**

Por su propia concepción de órgano informativo elaborado por una dependencia para cubrir las necesidades informativas de sus principales funcionarios, así como por la estructura que se le diseña para cumplir dicho objetivo, la síntesis de prensa requiere la definición de normas particulares para la selección, organización y edición de la información de prensa. Tales criterios se establecen en función de dos supuestos básicos: la síntesis es un órgano informativo institucional y, al mismo tiempo, especializado.

El carácter institucional de la síntesis queda en evidencia con lo que se expuso en el capítulo anterior. Su calidad de especializado, por otra parte, deriva fundamentalmente del hecho de que procesa información de prensa previamente seleccionada, la cual es presentada a sus lectores de una manera especialmente sistematizada y organizada.

##### **4.1 Criterios de selección de la información**

Debido a que cada institución pública define por sí misma sus necesidades informativas y establece los mecanismos ad hoc para cubrirlas, las normas y criterios para la selección y procesamiento de la información que da como resultado la síntesis de prensa, pueden variar entre una y otra dependencia. No obstante, es posible señalar algunos que, con sus variados matices, se observan en las oficinas de prensa.

El primer criterio es, obviamente, la concepción que se tiene del órgano informativo. Sin soslayar las naturales diferencias entre las diversas entidades, pueden registrarse dos modelos generales: el que presenta sólo la información importante y destacada del sector correspondiente, y el que incluye toda la información sectorial, aunque se presenten informaciones repetidas o algunas de dudoso valor informativo. En el primer caso se busca, ante todo, crear un órgano informativo fresco, ágil y de lectura rápida (ejecutiva), considerando que sus lectores disponen de poco tiempo para leer noticias. En el segundo se pretende que ninguna información quede sin difundirse, ya que se considera que todas las noticias publicadas pueden llegar a tener una probable utilidad para el lector.

En algunas instituciones se realiza una síntesis que conserva elementos de los dos modelos mencionados, es decir, se incluye la información más amplia que sea posible, pero también se desechan informaciones repetidas o de improbable repercusión en la dependencia (en este caso cabrían noticias de carácter internacional enviadas por agencias, que usualmente son publicadas con el mismo texto por varios periódicos).

Ya que, como se ha mencionado, cada síntesis responde exclusivamente a las necesidades informativas de su dependencia, no es pertinente intentar establecer un juicio sobre cuál de los dos modelos descritos (llamémosles condensado y amplio) es mejor o más funcional. Como punto de vista personal, el autor considera que el modelo condensado permite cumplir más eficientemente el objetivo de informar con oportunidad, que es precisamente el más importante de la



síntesis de prensa. Naturalmente, la información que no se incluye en este modelo no se desecha, sino que se utiliza para la elaboración de trabajos con otros niveles de análisis: seguimientos, evaluaciones, interpretaciones, etcétera.

En la actualidad, como ejemplos claros de esos dos modelos, podrían mencionarse la síntesis de prensa de Nacional Financiera, que desde el punto de vista de este autor es un notable y profesional esfuerzo de organización y sistematización de la información, que se traduce en un órgano informativo de fácil y rápida lectura, y, en el modelo amplio, las síntesis de las secretarías de Desarrollo Social, Comunicaciones y Transportes, Energía y Minas y del Departamento del Distrito Federal, que incluyen un notorio cúmulo de información de prensa (aunque valdría precisar aquí, por otra parte, que la presencia actual de estas instituciones en los medios es también muy amplia debido al proceso de sucesión presidencial que se vive en el país al momento de realizar este trabajo, y a que los titulares de ellas están considerados como precandidatos presidenciales del Partido Revolucionario Institucional).

Con respecto a la información sectorial, otro criterio de selección es el referido a las notas generadas por boletines, comunicados o insumos informativos enviados por la dependencia a los medios. En este caso, si existe unanimidad en las oficinas de prensa para el tratamiento de la información: todas las notas y comentarios que sean producto de un comunicado de prensa se incluyen en la síntesis. La intención de esto es que los funcionarios se percaten del grado de difusión alcanzado por la dependencia en los medios.

Una parte importante de la información sectorial la constituyen las llamadas *menciones*, es decir, las alusiones en notas o géneros de opinión al titular o a los funcionarios más importantes de la institución, tanto en lo que se refiere a su responsabilidad pública como a actividades sociales y políticas o incluso de tipo personal que realizan. En este punto, el criterio para el manejo de la información es aparentemente similar en la mayoría de las dependencias: se da preponderancia, y por tanto se incluyen en la síntesis, a las *menciones* de tono favorable, mientras que a las de carácter crítico se les da una difusión restringida y no se incluyen en el órgano informativo. Este criterio, a primera vista restrictivo, tiene, empero, algunos matices que es conveniente mencionar.

En primer término, puede decirse que con las *menciones* favorables no hay ningún problema para decidir su inclusión, ya que la síntesis de prensa es un órgano institucional y, como ocurre con cualquier otra entidad privada o social, uno de sus intereses es difundir los resultados positivos de sus actividades o de las acciones de sus funcionarios. En segundo lugar, el hecho de que en algún momento se determine dar una difusión restringida o no incluir una *mención* desfavorable, responde en ocasiones al deseo expreso en tal sentido del titular de la dependencia. Por supuesto, aunque las *menciones* desfavorables puedan no incluirse en la síntesis, sí se hacen llegar por otros conductos a los funcionarios a quienes atañe esa información. En este tópico de las *menciones*, existe también otro matiz que se considera para determinar su inclusión: si la información o alusión se refiere críticamente a facetas que caigan dentro de la vida personal de

un funcionario y no tiene nada que ver con su actividad pública, o si se refiere a él en un tono claramente peyorativo, por lo general no se integra en la síntesis.

Para terminar con lo referente a la información sectorial, un criterio muy utilizado para seleccionar la información es que no se incluyan informaciones cuyo contenido textual sea idéntico (las difundidas por agencias, por ejemplo) o similar. En este caso se procura elegir la mejor nota, ya sea porque su contenido es más amplio o porque presenta un tratamiento diferente de la información. Esta norma obviamente no es rígida, ya que en el caso de que haya dos o tres notas que manejen el mismo asunto y que le den un tratamiento interesante, todas se incluirán en la síntesis.

Por lo que se refiere a la información general, es decir, la que no corresponde a las atribuciones directas de una dependencia, pero que si es relevante en el panorama del país o en el escenario internacional, la elección se realiza dando prioridad al contenido noticioso de la misma. Bajo este supuesto, la sección de información general no tiene limitaciones en cuanto a contenido o amplitud ni a número de notas, sino que éstas derivan estrictamente de lo que se considere altamente noticioso para incluirlo en la síntesis.

Asimismo, algunas dependencias utilizan también otros criterios para la selección de su información de carácter general. Uno de ellos es que se incluya invariablemente en la síntesis la información sobre las actividades presidenciales (en la síntesis de la Presidencia de la República ésta constituye, obviamente, la

información sectorial). Tal norma es comprensible si se considera que en nuestro país, debido al sistema político vigente, al que destacados estudiosos catalogan como un presidencialismo absolutista, el titular del Poder Ejecutivo Federal es *el actor* de la vida política de la nación.

En otras dependencias, pocas quizá, también se acostumbra seleccionar siempre la información escrita o firmada por determinados reporteros o cronistas. Este criterio, combinado con el anterior, por ejemplo, brinda resultados interesantes, como que en una síntesis aparezca diariamente la información presidencial firmada por un reportero en especial (en el presente sexenio, a guisa de muestra, en varias síntesis se incluyen cotidianamente las informaciones firmadas por Fidel Samaniego, cronista del periódico *El Universal*, quien cubre la *fuentes* de la Presidencia de la República).

Todas las síntesis de prensa del sector público incluyen una selección de géneros de opinión. En este caso los criterios de selección son más bien subjetivos o responden, en rigor, a las preferencias del titular de la institución o del comunicador de la misma. Las normas selectivas que pueden considerarse como base son dos: la circulación del medio y la *influencia* (valga la utilización de este término) del comentarista en cuestión.

En el primer punto, en algunas síntesis se incluyen solamente las opiniones y caricaturas aparecidas en las publicaciones de mayor circulación (en los últimos tiempos, cabe hacer notar, desde distintos círculos se ha presionado para que los

medios impresos hagan constar fehacientemente el monto de su circulación, un poco para verificar sus niveles reales de difusión y mucho más con la intención de que adecuen sus tarifas publicitarias a dicha realidad). En el segundo aspecto, se seleccionan los textos de columnistas o articulistas que presumiblemente tienen mayor peso o influencia entre la opinión pública o en círculos políticos y económicos. Naturalmente, los parámetros para "medir" esos factores son subjetivos: la trayectoria de un determinado comentarista en el periodismo (algunos sí la tienen y otros no); la información de primera mano o privilegiada que se maneja (es decir, el grado de cercanía que se tiene con el poder político y económico); la profundidad en el análisis de los fenómenos sociales (en los últimos años, curiosamente, los textos de politólogos como Lorenzo Meyer, Arnaldo Córdova o Jorge G. Castañeda, que mantienen una constante postura de oposición contra el régimen, han sido muy leídos en las esferas burocráticas).

El hecho de que aquí se califique como subjetivos a tales criterios no significa que no tengan nada que ver con la realidad, sino más bien es en referencia a que cada dependencia privilegia a uno por sobre los demás o busca conjuntarlos a todos (en muchas síntesis se incluye, por ejemplo, a los columnistas Aurora Berdejo, Francisco Cárdenas Cruz, Leopoldo Mendivil, Carlos Ramírez, Miguel Ángel Granados Chapa, Lorenzo Meyer y Arnaldo Córdova, que integran un mosaico que busca cubrir los parámetros mencionados).

Para concluir esta parte, sólo resta señalar que todos los criterios de selección de la información aquí mencionados no son los únicos, sino que de

hecho cada institución puede tener además los suyos propios, determinados por la información que requieren para cubrir sus necesidades e incluso en ocasiones hasta por la coyuntura política prevaleciente. Los mencionados aquí, no obstante, son representativos del funcionamiento de las áreas de síntesis de prensa y permiten esbozar una noción de los mecanismos internos de las síntesis de prensa, así como comprender porque en este trabajo se ha calificado a ese órgano como informativo y especializado.

#### **4.2 El lector de la síntesis de prensa**

El último eslabón de la síntesis de prensa es, al mismo tiempo, el objetivo de su elaboración: sus lectores, es decir, los funcionarios públicos a los que debe mantener informados. En apariencia es sencillo trazar el perfil del lector de la síntesis de prensa, y esto es parcialmente cierto pero también hay que resaltar otras cuestiones.

En la escala jerárquica de la burocracia, los funcionarios a quienes se distribuye la síntesis ocupan cargos de director general hacia arriba, es decir, los que tienen mando y capacidad de decisión sobre los asuntos de su dependencia y del país. En este rango están, además de los mencionados, los secretarios de Estado, los subsecretarios, los oficiales mayores, los coordinadores y algunos estratos de asesores. Bajo esta consideración y tomando en cuenta que las dependencias del Ejecutivo Federal son diferentes entre sí en tamaño, responsabilidades y atribuciones, puede estimarse que en una secretaría de

Estado se hace un tiraje de entre 50 y 100 ejemplares de la síntesis de prensa. Esta cifra puede incrementarse, por supuesto, si se considera que muchas entidades también la entregan a funcionarios de empresas sectorizadas, como son los directores de paraestatales o institutos y, en ocasiones, también a legisladores miembros de las comisiones camerales que supervisan las actividades de una dependencia. Así pues, es difícil intentar precisar un promedio de ejemplares circulantes de la síntesis de prensa que sea generalizable para todas las instituciones.

Para definir el perfil del lector de la síntesis, hay que añadir que sus destinatarios son funcionarios con capacidad de decisión para la ejecución de las responsabilidades de su entidad, que tienen atribuciones para determinar las estrategias y los programas de actividades de la misma, que participan en la elaboración de estudios para apoyar la toma de decisiones y, en otro plano, que mantienen relaciones políticas y de autoridad con los funcionarios de alto nivel de otras dependencias o instituciones del Estado y con representantes y dirigentes de las organizaciones sociales, productivas y políticas del país.

De acuerdo con estas consideraciones, es posible anotar que el lector de la síntesis de prensa requiere, como elemento auxiliar para el desempeño de sus funciones, de información oportuna y suficiente sobre los asuntos que son de su incumbencia. La síntesis de prensa tiene como objetivo cubrir lo más adecuadamente posible esta necesidad, pero no tiene la pretensión de ser el único medio de información para los funcionarios. De hecho, sus lectores complementan

su conocimiento noticioso con varios periódicos o revistas de su preferencia e incluso con publicaciones especializadas en ciertos tópicos o extranjeras.

A favor de la síntesis hay que abonar, no obstante, que brinda a su lector un panorama de la información difundida por publicaciones que él habitualmente no lee porque no están a su alcance, no tiene tiempo para revisarlas o simplemente no son de su agrado. Por ello, tan no se contraponen los objetivos de la síntesis con los intereses de lectura de los funcionarios, que son las mismas oficinas de prensa las que proveen a éstos de uno o varios diarios o revistas adicionales a su ejemplar de la síntesis de prensa. Es cierto, eso sí, que la síntesis le presenta a su lector el más completo y sistematizado compendio diario de la información relativa a su responsabilidad y, con ello, de los problemas y demandas sociales que le atañen.

¿Pero en qué medida le es útil la síntesis de prensa a un funcionario? La respuesta es que depende del tipo de funcionario que la recibe, ya que, por ejemplo, un secretario de Estado y un asesor no le darán el mismo uso. El secretario de Estado, los subsecretarios y los directores generales probablemente pondrán en marcha diversos mecanismos para atender (lo que no quiere decir necesariamente resolver) un problema o demanda del que se enteraron a través de la síntesis de prensa. Pese a que no existe un indicador fehaciente para contestar con relativa certidumbre la pregunta anterior, sí puede considerarse como un indicio interesante, por lo menos, el hecho de que este tipo de funcionarios solicitan, casi exigen, su ejemplar de la síntesis de prensa cuando por



alguna causa fortuita no les es entregado a la hora convenida. Entonces, de ese indicio puede deducirse que la síntesis de prensa cumple satisfactoriamente el objetivo principal para el que está diseñada: informar.

Para otros lectores de la síntesis si existen, en cambio, datos concretos que permiten apreciar la utilización que se les da. En el caso de los asesores en sus diferentes niveles y rangos, la síntesis funge como medio informativo pero también como un pequeño o mínimo banco de datos. En efecto, esos funcionarios, que en realidad son analistas altamente especializados en determinados problemas políticos, económicos y sociales, y que tienen la responsabilidad de elaborar documentos analíticos para ayudar a la toma de decisiones, luego de leer la síntesis la *desarman* con el propósito de conservar en sus archivos personales sólo cierta clase de información, que habitualmente es la relacionada con los trabajos que están realizando en esos momentos. Como dato adicional, de los funcionarios que reciben la síntesis de prensa, los asesores son quienes más se preocupan por conseguir información complementaria de la que les interesa. Es frecuente que recurran al archivo hemerográfico de la oficina de prensa para recabar información adicional, en ocasiones de mucho tiempo atrás, sobre un problema específico.

Los comunicadores de las oficinas de prensa que tienen trato con los representantes de los medios de comunicación y otros funcionarios públicos, le dan un uso más preciso a la síntesis: además de informarse sobre las noticias del sector, la utilizan como indicador primario (sin análisis cuantitativo ni cualitativo de

por medio) de la imagen de su dependencia en la prensa. Este acto (percatarse con la simple lectura o revisión de la información publicada de qué medio o periodista hace críticas o elogia la actividad pública de su institución) les permite definir y llevar a cabo las acciones de atención pertinentes para cada caso, así como indicar a otros funcionarios de su dependencia las facetas criticables o positivas de su trabajo para que, en consecuencia, se actúe sobre ellas.

Los usos de la síntesis detallados anteriormente son difícilmente comprobables con datos concretos, y más bien constituyen observaciones empíricas del autor de este trabajo a lo largo de su experiencia profesional en diversas oficinas de prensa. En virtud de que la mayoría de las acciones que realiza una dependencia pública tienen un alto contenido político, analizar los mecanismos específicos que dan origen a una decisión (o al proceso de toma de decisiones) implica no solamente la observación cuidadosa, sino también la disponibilidad de datos precisos, los cuales no siempre están al alcance de la mano. Y como el proceso de toma de decisiones tiene mucho que ver con el estilo de hacer política de una institución o de su titular, los elementos e instrumentos que lo hacen posible tienen diferente peso específico en cada caso. Esto quiere decir que es improbable señalar con certeza cuál es el grado de utilización de la síntesis de prensa como elemento para la toma de decisiones. Aquí se considera que por su esencia informativa, la síntesis contribuye cuando menos a que el alto funcionario tenga un panorama o idea más clara de un problema y que esto le sirve, por extensión, para tener mayores elementos que le permitan definir la respuesta más adecuada al mismo.

## **CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES

El tema analizado en este trabajo ha servido para constatar, antes que nada, que todavía queda un inmenso campo por investigar en lo que aquí se ha denominado comunicación estatal. En efecto, la de la síntesis de prensa es apenas una de las múltiples facetas de las actividades de comunicación que realiza el Estado mexicano y, concretamente, el gobierno federal. Una faceta que, aunque aquí se intentó delimitarla para su estudio, en la realidad está estrechamente ligada y es prácticamente indisoluble de todas las demás tareas que se realizan en una oficina de prensa, y particularmente en las áreas de análisis de la información.

Como se mencionó al principio del texto, se ha intentado aportar ideas iniciales y externar preocupaciones sobre la comunicación estatal, que en la actualidad, con la formulación de nuevas reglas para la relación entre el Estado y los medios de comunicación, ya ha comenzado a sufrir transformaciones.

Con esa noción en mente, en esta investigación se exploró el papel del Estado en materia de comunicación masiva. No se brindaron datos ni cifras exhaustivas, sino solamente una concepción teórica que contempla al ente estatal como regulador de las actividades económicas y sociales del país y, por tanto, de las relacionadas con la comunicación. En este sentido, no se juzga si es acertada o errónea la actual política de desincorporación de los medios estatales de comunicación ni el consecuente abandono gubernamental del papel de operador

de medios. Ha interesado más incidir sobre la idea de que el Estado tiene una concepción clara sobre la importancia de la comunicación masiva y que su participación en la misma puede darse por otras vías y, en lo particular, con un aprovechamiento eficaz de sus propios mecanismos de comunicación.

Uno de ellos, como se ha visto aquí, son las oficinas de prensa, que con la multiplicidad de acciones que realizan, procuran mantener informada a la sociedad sobre las políticas y actividades del quehacer gubernamental. Es bajo este mismo concepto que se ha resaltado la función de los comunicadores del Estado, que son políticos avocados a los problemas de la comunicación desde la trinchera que representa la administración pública. Al igual que otros políticos que actúan en diversas instancias de la vida social o política, los comunicadores del Estado están en condiciones de influir, así sea mínimamente, sobre la situación de su campo de acción, que es en este caso la comunicación masiva. Vale señalar, no obstante, que éste es también un tema virtualmente inexplorado y del que, por tanto, no se ha escrito aún lo suficiente.

En cuanto al tema central de esta investigación, las ideas y planteamientos que se han plasmado son básicamente de sustento empírico y, en concreto, de la experiencia personal de este autor y de algunos colegas que también laboran en oficinas de prensa. Esto no les resta validez sino que, al no existir estudios previos sobre este tema, puede convertirlas en punto de partida para investigaciones y análisis más profundos. Al autor le ha interesado, sobre todo, dejar constancia de la especialización que se requiere para la elaboración de la síntesis de prensa y

de la importancia que ésta tiene para proporcionar información oportuna y suficiente a funcionarios públicos de alto nivel.

Desde otro punto de vista, este trabajo constituye también una defensa de la síntesis de prensa, no con el propósito de que se piense que es un producto insustituible y, por tanto, el único útil para cumplir esa función, sino más bien para que en otros ámbitos de la administración pública se revalore esa utilidad en sus justos términos y se ponderen los beneficios que ofrece a sus lectores.

Por ello mismo, los criterios de organización y estructura de la síntesis, así como los de selección de la información de prensa aquí expuestos, no deben considerarse como algo definitivo o esquemático. Con seguridad, en todas las áreas de síntesis de las oficinas de prensa existen muchos más planteamientos que los que yo señalo, los cuales también seguramente podrían proporcionarle mayor especialización y eficacia informativa a una síntesis de prensa.

Durante la elaboración de este trabajo han trascendido públicamente informaciones, no confirmadas aún, en el sentido de que, como parte de las nuevas relaciones con los medios, el gobierno federal ordenará la supresión de las síntesis de prensa que se elaboran en las dependencias del Ejecutivo Federal. Al margen de que esto pueda resultar probablemente cierto, habría que conocer primero los fundamentos de tal presunta decisión para establecer un juicio sobre la misma. Vale decir, por lo pronto, que las áreas de síntesis de prensa no tienen ninguna relación directa con los representantes de los medios de comunicación,

por lo que la selección de información destinada para ese órgano informativo especializado, salvo que exista alguna directriz en particular, se realiza con base en el trabajo profesional del equipo que lo elabora y considerando la importancia noticiosa de dicha información.

El análisis de la síntesis de prensa aquí realizado se ubica, finalmente, en la idea de que es necesario conocer ampliamente los objetivos y mecanismos de la comunicación estatal. Para los profesionales de la comunicación que trabajan para el Estado, y este autor se considera uno de ellos, el estudio y la crítica de sus actividades y de los instrumentos y la metodología con que las realizan, constituyen valiosas aportaciones para mejorar y lograr que dicha labor sea más eficiente. Este trabajo, vale repetirlo nuevamente, intenta contribuir a ello.

**FIN**

## **REFERENCIAS**

### **BIBLIO – HEMEROGRÁFICAS**



## BIBLIOGRAFÍA

BAENA Paz, Guillermina. **Instrumentos de investigación**. México, Editores Mexicanos Unidos, 1980, 190 pp.

BASAÑEZ, Miguel. **El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México**, México, Siglo XXI Editores, 1990, 411 pp.

BUENDÍA, Manuel. **Ejercicio periodístico**, México, Editorial Océano, 1985, 207 pp.

----- **El oficio de informar**, México, Fundación Manuel Buendía A.C., 1986,

----- **Red Privada**, México, Marcha Editores, 1981, 270 pp.

CAMP, Roderic. **Los líderes políticos de México**, México, Fondo de Cultura Económica, 1985, 342 pp.

----- **La formación de un gobernante**, México, Fondo de Cultura Económica, 1986, 277 pp.

CONSTITUCIÓN Política de los Estados Unidos Mexicanos. México, Editorial Porrúa, 1993

CÓRDOVA, Arnaldo. **La política de masas del cardenismo**, México, Editorial Era, 1978

ESTEVA, Gustavo et Al. **Políticas y sistemas nacionales de comunicación**, Colección Aportes número 1, México, Presidencia de la República, 1981

ESTEVA, Gustavo. **El Estado y la comunicación**, México, Ediciones Nueva Política, 1979, 175 pp.

GONZÁLEZ Casanova, Pablo. **El Estado y los partidos políticos en México**, México, Editorial Era, 1981, 224 pp.

GRANADOS Chapa, Miguel Ángel. **Examen de la comunicación en México**, México, Ediciones El Caballito, 1981, 224 pp.

ITURRIAGA, Renato et Al. **Comunicación social y procesos electorales**, Línea número 20, México, Partido Revolucionario Institucional, 1976

KLAPP, O. E., **Información y moral**, México, Fondo de Cultura Económica, 1985

LEY Orgánica de la Administración Pública Federal, México, Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal, 1988

MC BRIDE, Sean et Al, **Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo**, México, Fondo de Cultura Económica, 1980, 508 pp.

MC QUAIL, Denis, **Introducción a la teoría de la comunicación de masas**, México, Editorial Paidós, 1982, 318 pp.

MEJÍA Barquera, Fernando, **La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)**, México, Fundación Manuel Buendía A.C., 1989

PAOLI, J. Antonio, **Comunicación e información**, México, Editorial Trillas-Universidad Autónoma Metropolitana, 1983, 138 pp.

RODRÍGUEZ Castañeda, Rafael, **Prensa vendida**, México, Editorial Grijalbo, 1993, 386 pp.

ROJAS Soriano, Raúl, **Guía para realizar investigaciones sociales**, México, Plaza y Valdés Editores, 1991, 286 pp.

SALAZAR Palacio, Hernando, **Las agencias de noticias en América Latina**, México, Editorial Trillas, 1990, 84 pp.

TENORIO Herrera, Guillermo, **La comunicación universitaria**, tesis de Maestría en Ciencia Política, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM

TOUSSAINT, Florence, **Crítica de la información de masas**, México, Editorial Trillas, 1991, 94 pp.

TREJO Delarbre, Raúl, **Las agencias de información en México**, México, Editorial Trillas, 1989, 70 pp.

----- **Ver, pero también leer**, Los Libros del Consumidor número 2, México, Ediciones Gernika-Instituto Nacional del Consumidor, 1991, 165 pp.

## HEMEROGRAFÍA

BASAÑEZ, Miguel, "La sucesión presidencial de 94", **Excélsior**, 30 de noviembre de 1992, p. 1

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

BUENDÍA, Manuel, "Sólo es digno de llamarse libre quien cumple honestamente con sus responsabilidades" (fragmentos de conferencias), **Revista Mexicana de Comunicación**, número 29, mayo-junio de 1993, p. 17-22

CORLAY Pérez, Isaura, "Ser y deber ser de las oficinas de comunicación social", **Revista Mexicana de Comunicación**, número 28, marzo-abril de 1993, p. 21-23

D'ESTRABAU, Gilberto, "Juego de palabras", **El Sol de México**, 19 de agosto de 1993, p. 1

ESTINOU Madrid, Javier, "Modernidad y debilitamiento comunicativo del Estado mexicano", **Excélsior**, 22 de agosto de 1993, p.1-C

FRASER, Damian, "Cómo el gobierno edita las noticias", **The Financial Times**, Londres, 21 de noviembre de 1992

LABASTIDA, Jaime, "Los escenarios de la sucesión", **Excélsior**, 31 de julio de 1993, p. 1

NAVARRO Benitez, Raúl, "Ojo de vidrio", **El Universal Gráfico**, 11 de agosto de 1993, p. 3

REYES Gómez, Gerardo, "Comunicadores oficiales", **El Universal Gráfico**, 18 de junio de 1993, p. 4

RIVA Palacio, Raymundo, "Juego de espejos", **Este país**, número 13, abril de 1992, p. 49

----- "Viejos vicios, nuevos acertijos", **Este país**, número 15, junio de 1992, p. 57

----- "Las semejanzas peligrosas", **Este país**, número 19, octubre de 1992, p.42

RUIZ Healy, Juan, "A fondo", **Novedades**, 18 de julio de 1993, p. 1-B

----- "A fondo", **Novedades**, 22 de agosto de 1993, p. 1-B

SECRETARÍA de Gobernación, Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Secretaría de la Contraloría General de la Federación, "Lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión, y en general a las actividades de comunicación social", **Diario Oficial de la Federación**, 22 de diciembre de 1992, p. 2

## APÉNDICES

**SECRETARIA DE GOBERNACION  
SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO  
SECRETARIA DE LA CONTRALORIA GENERAL  
DE LA FEDERACION**

**LINEAMIENTOS para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión, y en general a las actividades de comunicación social.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos - Secretaría de Gobernación.- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.- Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

De conformidad con las acciones ordenadas por el C. Presidente de la República, para llevar a cabo la modernización de las relaciones del Gobierno Federal con los medios de comunicación, con fundamento en los artículos 1º, 27, 31, 32 bis, 44 y 50 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y de los artículos 1º, 7º, 47 y 55 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, se emiten los siguientes:

**LINEAMIENTOS PARA LA APLICACION DE LOS RECURSOS FEDERALES DESTINADOS A LA PUBLICIDAD Y DIFUSION, Y EN GENERAL A LAS ACTIVIDADES DE COMUNICACION SOCIAL**

**PRIMERO.-** Los presentes lineamientos tienen por objeto establecer nuevos mecanismos de control y verificación en el ejercicio de los recursos públicos destinados a los rubros de publicidad, propaganda, publicaciones oficiales y, en general, los relacionados con actividades de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, a que se refieren las partidas por concepto de gasto 3601 (gasto de propaganda), 3602 (impresiones y publicaciones oficiales), 3603 (espectáculos culturales), 3604 (servicios de telecomunicación) y 3605 (otros gastos de difusión e información)

**SEGUNDO.-** Los titulares de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, serán responsables de adoptar las medidas correspondientes para el debido cumplimiento de los criterios de racionalidad y selectividad de las erogaciones a que se refieren los Presupuestos de Egresos de la Federación y del Distrito Federal, así como de los presentes lineamientos.

**TERCERO.-** Las erogaciones destinadas a publicidad, propaganda y publicaciones oficiales y en general todas aquellas referentes a comunicación social, se efectuarán de conformidad con las normas y lineamientos que para tal efecto emita la Secretaría de Gobernación

**CUARTO.-** Los recursos que se destinen a publicaciones, inserciones, anuncios, discursos, menciones y demás erogaciones relacionadas, deberán limitarse exclusivamente al desarrollo de los programas de difusión e información o promoción interna o externa de las dependencias o entidades.

**QUINTO.-** Deberán girarse las instrucciones respectivas, a efecto de que dentro de la documentación comprobatoria de cada una de las erogaciones a las que se refiere el lineamiento tercero, se incluya una copia o ejemplar de la publicación o impresión efectuada, cintas y otro medio.

**SEXTO.-** Para la selección de los medios de difusión en que se apliquen los recursos destinados a publicidad, deberá considerarse el que éstos correspondan a diarios o revistas de amplia circulación y cobertura, de tal manera que se garantice que la información respectiva llegue a las personas a que está destinada.

Tratándose de convocatorias para licitaciones públicas de obras públicas y de adquisiciones, arrendamientos y servicios relacionados con bienes muebles, éstas deberán publicarse en dos diarios tal y como lo establecen las leyes sobre la materia. Asimismo, dicha publicación se efectuará por un solo día y preferentemente en un tamaño de un octavo de plana.

**SEPTIMO.-** Los servidores públicos de las dependencias y entidades no podrán disponer de los recursos humanos y materiales de las mismas, para la realización de trabajos o prestación de servicios a terceras personas, tales como: impresión de fotocopiado, trabajos gráficos, fotográficos, de revelado, grabaciones de audio y/o video, entre otros.

**OCTAVO.-** En los viajes internacionales de los servidores públicos de las dependencias y entidades, por ningún concepto podrán efectuarse erogaciones para sufragar los gastos de reporteros y periodistas, los que en su caso deberán correr a cargo de los medios de comunicación correspondientes.

**NOVENO.-** A las partidas 3601, 3602, 3603 y la 3605 a que se refiere el lineamiento primero, por ningún motivo podrán efectuarse traspasos o transferencias de recurso de otras partidas.

Asimismo, las erogaciones por estos conceptos se efectuarán siempre y cuando sean autorizadas por el responsable del área correspondiente.

**DECIMO.-** Para las erogaciones que se realicen por concepto de suscripción o adquisición de publicaciones y revistas en general, independientemente del monto, se requerirá de la autorización escrita del C. Oficial Mayor de la dependencia o del servidor público equivalente en la entidad, la cual sólo se podrá otorgar en los casos estrictamente indispensables y que sean necesarios para el desarrollo de las actividades sustantivas de la dependencia o entidad.

**DECIMO PRIMERO.-** Las contrataciones de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativas con las actividades de comunicación social que realicen las dependencias y entidades, y que no sean pagadas con recursos presupuestales, sino con servicios de los que presta la propia dependencia o entidad, es decir mediante "permuta" o "intercambio", sin perjuicio de las disposiciones legales aplicables, el monto de las citadas contrataciones deberá ser descontado de la partida que corresponda a que se refiere el lineamiento primero, sin que posteriormente pueda ser ejercido con cargo a las multicitadas partidas.

**DECIMO SEGUNDO.-** Los servidores públicos de las dependencias y entidades deberán abstenerse de autorizar la aplicación de recursos asignados al pago de viáticos y pasajes, para sufragar gastos de terceras personas o de actividades ajenas al servicio oficial, debiendo ajustar su ejercicio estrictamente a las normas que regulan su otorgamiento y comprobación.

**DECIMO TERCERO.-** Los pagos que realicen las dependencias y entidades por concepto de las partidas citadas en el lineamiento primero, invariablemente deberán efectuarse a través de cheques nominativos independientemente del monto de los mismos.

**DECIMO CUARTO.-** Dentro de los primeros veinte días del mes de enero de 1993, deberán remitirse a la Secretaría de la Contraloría General de la Federación debidamente validada por el órgano interno de control de la dependencia o entidad que corresponda, una relación por cada una de las partidas a que se refiere el lineamiento primero, de todas las contrataciones que se hayan formalizado en el mes inmediato anterior con cargo a las mismas, debiendo contener como mínimo:

- Número progresivo y referencia de la operación.
- Descripción de lo contratado
- Cantidad
- Unidad de medida
- Monto total (sin incluir el IVA)
- Nombre de la persona física o moral contratada y su RFC
- Observaciones que se estimen convenientes

**DECIMO SEXTO.-** En el plazo y términos indicados en el lineamiento precedente, igualmente deberán remitirse a la Secretaría de la Contraloría General de la Federación el resultado de la verificación que deberán realizar los órganos internos de control de las erogaciones correspondientes a las partidas 2201 (alimentación de personas), 3701 (pasajes), 3702 (viáticos) y 3802 (gastos menores).

**DECIMO SEPTIMO.-** La inobservancia de estos lineamientos será sancionada de conformidad con lo dispuesto en la Ley Federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos y demás ordenamientos aplicables.

**DECIMO OCTAVO.-** La Secretaría de la Contraloría General de la Federación y los órganos internos de control de las dependencias y entidades, vigilarán el adecuado cumplimiento de los presentes lineamientos.

**DECIMO NOVENO.-** Los presentes lineamientos presupuestales en estos rubros, entrarán en vigor a partir del 1º de enero de 1993.

Sufragio Efectivo. No Reelección.

México, D.F., a 22 de diciembre de 1992.- El Secretario de Gobernación, Fernando Gutiérrez Barrios.- Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Pedro Aspe Armella.- Rúbrica.- La Secretaría de la Contraloría General de la Federación, Ma. Elena Vázquez Nava.- Rúbrica.

## PODER EJECUTIVO

### SECRETARIA DE GOBERNACION

**DECRETO que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación**

Se mandan en un sello con el Escudo Nacional de los Estados Unidos Mexicanos y Presidencia de la República:

**CARLOS SALINAS DE GORTARI**, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 89 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 14, 18 y 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, he mandado a dar a pler expedir el siguiente:

**DECRETO QUE REFORMA ADICIONA Y DEROGA DIVERSAS DISPOSICIONES DEL REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARIA DE GOBERNACION.**

**ARTICULO PRIMERO.-** Se reforman los artículos 20 50 fracciones VII y XV 50 fracción III 10 11 fracciones VI VII IX X X XII XVI y XXI 12 14 fracción III 15 fracciones VI A IX 23 24 25 fracción XII y 31 se adiciona el artículo 11 con las fracciones XXXV y XXXVI y se reforman en su orden las actuales fracciones XXX y XXXVI para pasar a ser XXXVII y XXXVIII y se derogan los artículos 11 en sus fracciones XXIX y XXXIII y en sus fracciones X X y XII a XVI del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación para quedar en los siguientes términos:

"Artículo 20.- Para el estudio planeación y despacho de sus asuntos la Secretaría de Gobernación contará con los siguientes servidores públicos y unidades administrativas:

- Secretario
- Subsecretario de Gobierno
- Subsecretario de Desarrollo Político
- Subsecretario de Población y de Servicios Migratorios
- Subsecretario de Protección Civil y de Prevención y Readaptación Social
- Oficial Mayor
- Dirección General de Asuntos Jurídicos
- Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía
- Dirección General de Comunicación Social
- Dirección General de Asuntos Religiosos
- Dirección General de Gobierno
- Dirección General de Desarrollo Político

Dirección General de Apoyo a Instituciones y Organizaciones Políticas

Dirección General del Registro Nacional de Población e Identificación Personal

Dirección General de Servicios Migratorios

Dirección General de Protección Civil

Dirección General de Prevención y Readaptación Social

Dirección General de Supervisión de los Servicios de Protección Ciudadana

Dirección General de Prevención y Tratamiento de Menores

Dirección General de Personal

Dirección General de Programación Organizativa y Presupuestal

Dirección General de Recursos Materiales y Servicios Generales



**"ARTICULO 12.** Corresponde a la Dirección General de Comunicación Social

I.- Auxiliar al Titular del Ramo en la conducción de la política de comunicación social del Gobierno Federal y en sus relaciones con los medios de comunicación masiva

II.- Apoyar al Secretario en la orientación, supervisión y evaluación de los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal; en coordinación con las direcciones generales de Radio, Televisión, Cinematografía y de Programación, Organización y Presupuesto

III.- Proponer al Titular del Ramo el programa de comunicación social de la Secretaría

IV.- Promover la elaboración de los programas de comunicación relacionados con las actividades de las entidades sectorizadas en la Secretaría

V.- Establecer con la unidad de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, mecanismos permanentes de coordinación y colaboración

VI.- Adoptar medidas para promover la coordinación con las unidades de comunicación social de los gobiernos de los estados y el Distrito Federal

VII.- Establecer programas para concertar acciones en materia de comunicación social con los medios de información nacionales y extranjeros

VIII.- Coordinar la información sobre las actividades de la Secretaría

IX.- Promover foros, seminarios, conferencias y publicación de materiales relacionados con la comunicación social y las actividades de la Secretaría

X.- Establecer vínculos institucionales de colaboración con organismos e instituciones educativas y culturales para fomentar el estudio de los medios de comunicación

XI.- Elaborar y fomentar estudios de opinión pública y de investigaciones relativas a los medios de comunicación

XII.- Auxiliar al Secretario en la atención de la presidencia del Consejo de Premiación para el otorgamiento del Premio Nacional de Periodismo y

XIII.- Las demás funciones que las disposiciones legales y reglamentarias le atribuyan, así como aquellas que le confiera el Titular del Ramo"

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



# DEBATE

**U**n fenómeno que ha tenido fuerte impacto en la cultura política de las relaciones prensa-gobierno, es el derivado de las llamadas *síntesis de prensa*.

Esta selección y sumario de noticias, artículos y opiniones de la prensa del día, elaborada por equipos enteros en las oficinas de prensa, ha desplazado y reemplazado rápidamente la lectura de periódicos entre aquellos que toman decisiones.

Las razones que se argumentan para preferir la lectura de *síntesis de prensa* sobre periódicos están derivadas de la falta de tiempo aducida por sus viejos lectores. ¿Pero dónde los está llevando esta costumbre? ¿Cuáles serán o están siendo ya las consecuencias?

Las *síntesis* son carpetas de fotocopias de recortes de prensa, que incluyen todos aquellos textos que puedan tener algún interés para las dependencias que las elaboran, o los funcionarios que las encabezan.

No hay oficina de prensa que se respete, que no tenga un departamento de *síntesis de prensa*, que despierta cuando aún todos duermen, y comienza a dormir cuando el resto se levanta. El número de personas que allí labora suele variar, pero generalmente son decenas. Las carpetas tienen que estar a primera hora, y sobre ellas se fundamentan y oscilan humores y sinsabores de una buena parte de quienes toman decisiones.

Desconocidas en cuanto a existencia, elaboración y propósito por el grueso de la sociedad, las *síntesis de prensa* son de entre las herramientas que componen la comunicación y la información política, quizás las que mayor frivolidad reflejan de la clase política mexicana.

Muestran también la simulación de la prensa en un juego de espejos y falacias de sus relaciones con el poder, que nada tiene que ver con 1) la función de gobernar, y con 2) la función de informar.

Las *síntesis de prensa* demuestran asimismo cómo el papel que ambos tienen frente a la sociedad se ha desvirtuado, al irse eliminando los instrumentos de análisis que requieren los gobernantes para tomar decisiones. Para entenderlo mejor habría que comprender cómo se elaboran esas carpetas.

Sin un orden jerárquico, los recortes recogen las informaciones más nimias sobre un tema específico, y no en pocas

## JUEGOS DE ESPEJOS

RAYMUNDO RIVAPALACIO

se elimina todo aquello que sea negativo o crítico para la dependencia o institución correspondiente, o los funcionarios que las encabezan, para evitar que los subalternos se enteren de las malas opiniones que puedan existir sobre su jefe.

Aquí se evidencia un importante elemento distorsionador: la mayoría de los funcionarios no leen periódicos, por lo que aquello que no aparece en la *síntesis* difícilmente será leído en forma independiente. Además, el leer una información reproducida en la *síntesis* no da una idea de la importancia y el peso que cada periódico día a determinada noticia, ni el contexto en que se presenta.

Al quedar mutilada la importancia del acontecimiento, se reducen también los elementos de juicio para el lector, y se limita la amplitud del enfoque, su profundidad y su alcance. No es lo mismo que alguien que toma decisiones observe cómo reacciona la prensa a partir no sólo de la información y de la opinión, y del despliegue y la prominencia que le da a la noticia en sus planas, a que

se le entreguen recortes en forma aislada, indiscriminada. El sólo abanicar en que se presentan las informaciones da muchas veces, idea de la trascendencia de las mismas.

También hay que precisar que no son los directores de prensa quienes seleccionan el material incluido en las carpetas (sí son, en cambio, quienes deciden lo que no entra), tarea que se deja a personas de distintos criterios. Es decir, se podrán dar ocasiones en que una decisión importante se tome sobre la base de una selección de noticias y opiniones escogida por un personal no capacitado.

Las *síntesis de prensa* han ayudado a crear una curiosa cultura, donde no son pocos los funcionarios que creen que si no se reproduce la información de un periódico en la *síntesis*, ese medio no existe. La muerte cívica que le decretan a unos cuantos medios les reduce a ellos mismos la posibilidad de ver reflejados sus errores, o conocer las tendencias y líneas de pensamiento que se generan en mentes no afines a las de ellos.

La metáfora más gastada para describir este fenómeno es la de que quieren tapar el sol con un dedo. Pero no solo eso, ya que eliminar todo aquello que por antagónico puede llegar a ser molesto para quienes toman decisiones, anula cualquier esfuerzo incipiente de establecer en la prensa el contrapeso que requiere cualquier gobierno, y reduce el papel histórico que le corresponde a los medios: ser un pilar del sistema democrático.



Alfredo Rodríguez/Contraste

Un ejemplo muy ilustrativo de cómo se comportan con medios que no están bajo su control se da en *El Financiero*, que por su posición crítica frente al gobierno se le considera *anti-gobernista*. Dada esa calificación, es un periódico totalmente ignorado en varias de las carpetas de las dependencias más importantes, como la Presidencia de la República y la Secretaría de Hacienda.

Sin embargo, y he aquí una de las paradojas bizantinas, funcionarios de Los Pinos han llegado a reclamar cuando no les llegan las suscripciones que tienen del periódico -sin importar si apareció en la *síntesis* o no-, mientras que en algunas Secretarías de Estado que no incluyen noticias de ese periódico en sus carpetas, se elabora una *síntesis* especial y restringida sólo para los más importantes funcionarios.

La edificación de una cultura que hace las veces de un antidoto anticultural y crea bases para una anti-cultura política, no se da sólo de un lado. Las simulaciones se ejecutan por doquier. Hay empresarios y periodistas que pelean por ser incorporados en las *síntesis*. Federico Bracamontes, director del *Diario de México* es un ejemplo.

Su periódico no aparecía en las carpetas de la Cámara de Diputados porque, al argumentaba, esas *síntesis* tenían una mayor circulación (700 copias) que el periódico mismo. Bracamontes, que nunca aceptó tener un tiraje tan bajo, dejó incluir las informaciones de su periódico después de hablar con el que era débil líder de la Cámara de Diputados, Guillermo Jiménez Morales, ahora secretario de Pesca.

Jiménez Morales, que parecía temer hasta a las hojas parroquiales, cedió de la misma manera ante los embates de los editores y reporteros de *Tribuna*, un periódico que fuera del recinto legislativo consideraba clandestino. Las columnas políticas de esos diarios, así como de otros similares, circulaban más en los círculos políticos gracias a las *síntesis prensa* de las dependencias, que a su propio tiraje, circulación y penetración entre el público.

Eso no les interesaba, pues para ellos importante que los leyera ese cerrado círculo de la clase política, porque de os viven, y para los políticos era importante que no se reflejaran opiniones negativas en las informaciones y colum-

nas que aparecían en las *síntesis*, pues éstas eran leídas por sus superiores, sus amigos y sus enemigos.

En este sentido, el papel de conducto mediante el cual se intercambian mensajes las clases políticas, no podía haber estado mejor representado por la prensa. Sobre todo por aquella prensa que se ha olvidado por completo de servir de puente entre gobernantes y gobernados, y se ha dedicado a complacer y quedar bien con el gobierno, del cual recibe la mayor parte de sus ingresos por vía de la publicidad.

Las *síntesis de prensa*, en general, han propiciado la trivialización de la política. Hay políticos que se enojan con los jefes de prensa porque sus discursos y actos no aparecen en las carpetas. Hay quienes exigen que se les hagan *síntesis* adicionales exclusivamente sobre aquello que se refiere a su persona.

El autoengaño ha llegado a niveles tales que en una ocasión un importante funcionario se molestó con responsables de comunicación de Los Pinos, porque al ver la carpeta de prensa extranjera descubrió con desánimo y enojo que sus palabras del día anterior no habían recibido cobertura en *The New York Times*. Lo absurdo de la anécdota denota la total desvinculación que se llega a tener de la realidad, tergiversada y amañada sólo para que vean aquello que les agrada y complace.

Este es, precisamente, el nervio crítico de las *síntesis de prensa*, que se han convertido en desvirtuadoras de una realidad, en manufacturadoras de otras, en instrumento de culto a la personalidad, en filtros de control de críticas y anulación, por ende, de herramientas para juicios y análisis, sin contar por supuesto con las millonarias erogaciones que por esas vías se fugan de los presupuestos:

¿Deben continuar existiendo las *síntesis de prensa*? La respuesta fácil debe ser no. Sin embargo, esa conclusión se antoja utópica, pues al desaparecer las carpetas de recortes desaparecería la presencia de la mayoría de los políticos que no saben hacer más que relaciones públicas, y también se anularía la influencia de muchos medios y periodistas que gracias a esa existencia tienen presencia y fuerza dentro de la clase política. Vaya aberración colectiva. Pero en el esquema de las simulaciones sigue siendo altamente efectiva ■

4

2

18/VI/93

EL UNIVERSAL QUÉZCOTEPEC

# Comunicadores oficiales

Por GERARDO REYES GOMEZ

**A**UNQUE usted no lo crea, hay quien piensa que no escribo para usted, el amable lector que compra su periódico a un voceador o en un puesto y que sólo por eso tiene todo el derecho a estar honestamente informado de la mejor manera. Aquella parte denominada alguna vez "el lado oscuro del periodismo", equivocadamente piensa que todos escriben para los funcionarios del gobierno o para engordar las normalmente estúpidas síntesis periodísticas de las dependencias oficiales.

De vez en cuando "el lado oscuro", compuesto por el sector de comunicación social al servicio de la administración pública federal, se siente entre la espada y la pared, esto es, sabe que sus plumas van perdiendo penetración e influencia entre los lectores de los medios impresos, y entonces pone el grito en el cielo y adopta estrategias desesperadas, como la técnica del avestruz. Para lograr lo anterior les basta hacer una lista negra de los periodistas disidentes de la opinión o verdad oficial y los dejan de incluir en los compendios diarios de información puesta al alcance del "funcionario masa".

Es entonces cuando aquel bello sueño, en torno de que la comunicación social de las diferentes dependencias estaría al servicio de la difusión de información que estableciera puentes entre pueblo y gobierno, para el cabal entendimiento de las estrategias de Estado, se viene abajo como un castillo de naipes al soplo del viento, y el comunicador oficial actúa como antiperodista y desinformador.

En días recientes se llevó a cabo una encuesta telefónica semiclandestina, que consistía en hacer llamadas desde la capital de la República, por muestreo de directorios locales, a varias ciudades del interior a profesionistas, industriales, funcionarios, comerciantes y personas de otras ocupaciones, con el fin de hacerles un buen número de preguntas. Sin identificarse claramente, una voz amable preguntaba al encuestado desde su nivel de escolaridad hasta qué pensaba de la versión oficial del asesinato en Guadalajara del cardenal Posadas Ocampo. Los resultados de tal encuesta fueron desastrosos para la comunicación oficial: el gobierno se encuentra viviendo la más seria crisis de credibilidad de todo el sexenio y nadie le cree "ni el bendito".

Sin embargo, cualquiera que tenga la cabeza en su sitio podría darles a los comunicadores del gobierno una idea para recuperar la credibilidad perdida. ¿Por qué no empieza por hablar con la verdad a sus lectores? Es posible que al principio les cueste mucho trabajo, acostumbrados como están al abuso del cinismo y la mentira, pero le aseguro al más pintado que si es capaz de mantenerse diciendo la verdad por largo tiempo, terminará por ser aceptado de nueva cuenta por el lector inteligente y ávido de honestidad periodística. La verdad no peca, pero incomoda. O ¿caso me equivoco?