



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

## EL APOYO AL EJERCICIO PERIODÍSTICO POR PARTE DE LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL GUBERNAMENTALES

T E S I N A

Que para obtener el título de  
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Presenta

**SARA ZAMORA RODRÍGUEZ**

Asesora: Dra. Francisca Robles



México D.F.

2010



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.

## Índice

Introducción

### Capítulo 1

Las oficinas de comunicación social

1.1 Objetivo de las oficinas de comunicación social gubernamentales -----	7
1.2 Funciones -----	12
Estructura -----	14

### Capítulo 2

Los periodistas que cubren la fuente

2.1 Acreditaciones -----	28
2.2 Apoyos que requieren los periodistas -----	33

### Capítulo 3

La interacción de las oficinas de comunicación social con los periodistas

3.1 La emisión de boletines para prensa -----	40
3.2 La emisión de comunicados -----	47
3.3 La síntesis informativa -----	52
3.4 El monitoreo de medios -----	79
3.5 La conferencia de prensa -----	82

Conclusiones ----- 90

Bibliografía ----- 93

## **Introducción**

El mundo ha cambiado en pocos años debido a la revolución tecnológica que desde la segunda mitad del siglo XX, y gracias a los medios de comunicación, ha difundido vigorosamente temas de interés social a través de la mundialización de la información. Los medios de comunicación se han convertido en fuertes actores influyentes dentro de la vida social y política donde también han surgido y proliferado organismos —estatales, privados y sociales— como lo son las oficinas de comunicación social, que se han encargado de transmitir a la sociedad la información que se genera en sus espacios de acción.

El surgimiento de las oficinas de prensa gubernamental en el siglo XX, como una forma de comunicación social ha posibilitado la comunicación gobierno-sociedad tendiente a difundir las acciones gubernamentales para lograr la aprobación de las decisiones institucionales mediante el consenso social. Para ello, los sistemas gubernamentales han implementado diversos mecanismos de comunicación que tratan de influir en la sociedad, entre ellas la Comunicación Social como una forma de difusión de la información oficial.

De ese modo, la cantidad de información que difunden las oficinas de comunicación social gubernamentales las ha convertido en un importante proveedor y fuente de información para el periodismo y también han establecido una relación estrecha con el periodista que cubre la fuente; pero en gran medida, también han llegado a imponer la agenda de los medios de comunicación.

El auge que han tomado las oficinas de comunicación social en el sector gubernamental, sobre todo en las últimas décadas, no ha sido equiparable con los pocos estudios que se han realizado en nuestro país respecto al papel que éstas juegan en el control y difusión de información, así como de qué manera han incidido e inclusive pueden llegar a auxiliar el trabajo periodístico.

La presente investigación pretende exponer cómo las oficinas de comunicación social gubernamentales apoyan el trabajo periodístico proporcionando información oficial en boletines, comunicados, conferencias de prensa y el manejo de medios.

En el capítulo 1, *La oficina de comunicación social*, se exponen los antecedentes que dieron origen a las oficinas de comunicación social gubernamentales así como su implementación en nuestro país.

La actividad que realizan las oficinas de comunicación social gubernamentales tiende a promover el aumento de la confianza, del consenso y con ello lograr la legitimidad y adhesión, el Estado debe ofrecer a la sociedad razones socialmente válidas de las actividades públicas, y hacer saber que éstas responden efectivamente a las necesidades y aspiraciones de la sociedad.

Para ello las instituciones objeto de la noticia han dispuesto de una fuente de difusión propia y oficial encargada de vigilar y aclarar las noticias que los medios dan a conocer.

Además, en esta primera parte se presentan las funciones que realizan, así como la estructura bajo la cual cumplen dichas funciones para lograr el vínculo gobierno-sociedad.

Por otra parte, en el capítulo 2, *Los periodistas que cubren la fuente*, se aborda la relación que se establece entre los medios de comunicación, los reporteros que cubren la fuente, con las oficinas de comunicación social gubernamentales: ese trato que recibe la prensa por parte de la oficina de comunicación y que va desde el acceso a la institución y las facilidades que se le proporcionan para la realización de su trabajo, pero también las limitaciones que suelen presentarse y que los periodistas logran sortear.

El periodista, juega un papel importante en este proceso de vinculación gobierno-sociedad, al ser un comunicador cuya función social es difundir la pluralidad de opiniones y cohesionar la vida cotidiana de las diferentes clases sociales. Asimismo el elemento que interviene en la generación de la respuesta del individuo es la información, la cual da sentido a las decisiones.

Por último, en el capítulo 3, *La interacción de las oficinas de comunicación social con los periodistas*, se hace referencia a los materiales informativos que se

proporciona a los periodistas para que los difundan en sus respectivos medios. Tales materiales informativos son: boletín de prensa, comunicado, síntesis y monitoreo de medios, conferencia para la prensa. También, se describe cómo se elaboran y difunden cada uno de estos apoyos informativos para facilitar la labor de los medios. En este capítulo se refuerza con ejemplos gráficos del trabajo de las oficinas de prensa y cómo es que son abordados por los medios.

Esta investigación espera ser una material de apoyo puesto a disposición del Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia (SUAYED) sede CATED-Tlaxcala como una manera de contribuir al enorme esfuerzo que nuestra Universidad ha venido realizando en Tlaxcala desde hace cinco años para extender las oportunidades de educación superior más allá de Ciudad Universitaria y de los modelos tradicionales de enseñanza.

Por último, este escrito también ofrece un panorama sobre la relación prensa-gobierno (oficina de comunicación social) en Tlaxcala pues cuenta con aportaciones de profesionales de la prensa local y nacional así como de funcionarios encargados de oficinas de comunicación social.

## **CAPÍTULO 1**

### **LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

El objetivo del presente capítulo es explicar qué son y en qué consiste el trabajo de las oficinas de comunicación social gubernamentales de acuerdo con diversos autores y los comentarios de algunos periodistas y encargados de oficinas de comunicación social.

### **1.1 Objetivos de las Oficinas de Comunicación Social Gubernamentales**

Aunque son diversos los nombres con los que se identifica a las oficinas encargadas de la comunicación social gubernamental, en su mayoría refieren a una misma actividad, por eso se considera pertinente usar el término de Oficina de Comunicación Social para abordar el tema de nuestra investigación.

Hoy en día y en casi todas las grandes instituciones políticas, empresariales, comerciales, sindicatos y sobre todo en las dependencias gubernamentales que buscan proyectarse públicamente ya sea en el campo del consumo de bienes materiales o de ideas y opiniones; se cuenta con una estructura de comunicación social bien definida, en mayor o menor grado. Al tener un rango de coordinación, unidad o dirección general aparecen con los nombres de comunicación social, comunicación, información, dirección de prensa y relaciones públicas, unidad de comunicación social u oficina de prensa e información social.

Cualquiera de los anteriores nombres con los que se identifica al área encargada de difundir información sobre determinada institución gubernamental a la sociedad y los medios de comunicación, se usan indistintamente pues son válidos en la medida en que realizan la tarea de comunicación social, entendida esta última como “un proceso de interacción social que busca lograr comunicar lo que se hace en beneficio de una colectividad”<sup>1</sup>. Así que la tarea básica de la comunicación social es la transmisión de mensajes del gobierno a determinados grupos de la

---

<sup>1</sup> María Antonieta, Saldivar Chávez. *La comunicación como política programa y acción. Hacia un modelo integrado de comunicación social para las instituciones públicas y el gobierno*, Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. México, 2005, p. 80

población para la generación de consensos y una mayor participación de la población en las acciones de beneficio social.

Eduardo Campos explica que la actividad de las oficinas de comunicación social gubernamentales se rige bajo el concepto de comunicación social entendida “como una actividad de servicio destinada a la trasmisión y recepción de información entre gobierno y sociedad, que utiliza como vehículo fundamental a los medios de comunicación. Es asimismo la forma social en la cual la información se produce y distribuye mediante un sistema especializado en el manejo de mensajes que conciernen a la comunidad en su conjunto”<sup>2</sup>.

No existe una fecha exacta o referente único sobre el origen de la primera oficina de comunicación social en el mundo, pero el desarrollo de los medios de comunicación, así como algunos hechos políticos a finales del siglo XIX y durante el siglo XX determinaron el surgimiento de tales oficinas.

De las varias versiones que existen sobre el surgimiento de las oficinas de comunicación social algunas atribuyen su origen a las agencias de prensa que, a través de sus corresponsales en todo el mundo, distribuían información que era dada a conocer y que resultaba útil tanto para los medios de comunicación local como internacional, ello motivó a que diversas instituciones objeto de la noticia dispusieran de una fuente de información propia y oficial encargada de vigilar y aclarar las noticias que en las agencias se distribuían.

Un antecedente histórico de las oficinas de prensa o comunicación social lo ofrece Weisberger:

En 1876, los partidos políticos habían establecido “oficinas de prensa” que se encargaban de enviar desplegados a las oficinas de los periódicos, para su inserción en columnas “regulares”, que anuncios. Los actores y empresarios de teatro y de circo fueron los primeros que emplearon agentes de publicidad aunque a menudo eran individuos de ambiente deportivo, antiguos periodistas...cuyas

---

<sup>2</sup> Eduardo, Gutiérrez Campos. *Presencia y control del Estado Mexicano en comunicación. comunicación*, Tesis de Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. México, 1995, p.14

toscas y sencillas técnicas consistían en dar pases gratuitos a los reporteros que escribían sobre sus clientes, o amenazar a los gerentes con retirarles sus anuncios si los críticos hablaban en forma poco caritativa de sus espectáculos.<sup>3</sup>

Con el surgimiento de los diarios de distribución colectiva y la difusión de la información en medios electrónicos de alcance masivo como la televisión, la radio e incluso el cine; las oficinas de prensa pasaron de ser meros centros concentradores de información institucional, a poderosos organismos manipuladores de la opinión pública, ejemplo de ello fue el trabajo de Joseph Goebbels quien mediante técnicas propagandísticas y manipuladoras logró proyectar la imagen de semidiós y convertir a Hitler en el perfecto líder para el pueblo alemán.

Para el caso de México, en un primer momento las oficinas de comunicación social gubernamentales fueron creadas como un instrumento tendiente a consolidar el proceso de integración del Estado mexicano posrevolucionario, mediante la institucionalización del poder político y la representación ciudadana a través de la figura presidencial y de un partido político hegemónico. En México no se ha encontrado fecha exacta del surgimiento de las primeras oficinas de prensa. No obstante en 1928, durante la presidencia de Plutarco Elías Calles, se creó la Secretaría de Propaganda y Publicidad la cual puede considerarse como la primera oficina de carácter institucional en las relaciones con la prensa y que Lázaro Cárdenas fortaleció durante su gobierno mediante la centralización de la información del Estado para la prensa.

La política informativa de Cárdenas se caracterizó por el uso de los boletines de prensa que Karin Bohmann sugiere “hay que contemplar esta política de información teniendo presente como fondo la nacionalización del sector petrolero y la consiguiente presión de las empresas extranjeras sobre México durante el gobierno de Cárdenas. A lo largo de esta crisis los periódicos se pusieron del lado del Presidente y apoyaron su política. Ellos mismos rechazaron las denuncias de

---

<sup>3</sup> Bernard A. Weisberger. *Evolución del periodismo*, Ed. Letras, México. 1966, pp. 209-210.

las empresas extranjeras, las cuales de esa manera pretendían hacer su propaganda en México.”<sup>4</sup>

Además de la prensa, Cárdenas también empleó la radiodifusión a favor de sus fines políticos y que a su vez posibilitó el desarrollo de la industria de la radio comercial y privada. “El gobierno la utilizó para la integración e incorporación político-ideológica y cultural de las masas. Cárdenas ordenó colocar altoparlantes en los pueblos y declaró:

Nuestro pueblo es profundamente auditivo y la radio puede ser factor de inestimable eficacia para la integración de una mentalidad nacional.”<sup>5</sup>

De esa manera, durante el gobierno de Cárdenas se utilizó a la radio como un apoyo para la consolidación de su proyecto político y también para la incorporación de las masas al sistema político del país.

En el entorno político y gubernamental las oficinas de comunicación social fueron creadas, entonces, para informar a los ciudadanos sobre los propósitos, acciones y políticas que llevan a cabo los funcionarios públicos y que son dadas a conocer a la ciudadanía a través de los medios masivos. Así, una oficina de comunicación social se vuelve un conducto por el que diariamente la prensa ,y de forma secundaria, ciudadanía se informan de lo que hace el gobierno. A ésta acuden periodistas que requieran informes acerca de la institución. Pero al ser la oficina de comunicación social la que emite datos concernientes a las actividades del organismo a los medios de comunicación se corre el riesgo de manejar una sola versión de la información.

Para lograr el objetivo de difundir información gubernamental las oficinas de comunicación llevan a cabo la tarea de procesar datos de la fuente con criterios periodísticos, para distribuir su mensaje entre los medios de comunicación masiva. Lo hacen de manera regular a través de la emisión de boletines de prensa,

---

<sup>4</sup> Karin, Bohmann. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Conaculta. México, 1989, p.73.

<sup>5</sup> *Ibidem*, p. 96.

comunicados, declaraciones a la prensa y organización de conferencias de prensa.

Pero además, las oficinas de comunicación social buscan la creación de una imagen favorable de una institución o persona ante la opinión pública. Mediante el manejo y manipulación de información que se difunde en los medios masivos de comunicación se busca crear y proyectar una buena imagen de los gobernantes, funcionarios públicos y dependencias gubernamentales.

Por otra parte, han sido fuertes las críticas sobre la evidente falta de oportunidad y credibilidad con la que en diversas ocasiones las oficinas de comunicación social difunde información insuficiente y carente de claridad e interés para la sociedad; pues aunque entre uno de sus objetivos está el de generar información periódicamente para los medios, esto lo hacen para evitar que los reporteros que cubren la fuente entrevisten a los funcionarios o “vuelen noticias”. “Un sistema que se adopta para que exista congruencia entre las declaraciones de los funcionarios, consiste en distribuir transcripciones de la versión oficial entre los reporteros y columnistas. Gracias a la elaboración de boletines, ampliamente difundidos en la prensa, el gobierno logra centralizar la información política. Además es una práctica común canalizar el flujo informativo hacia determinados medios seleccionados”.<sup>6</sup>

Para el caso de México, desde el inicio de la política de comunicación gubernamental creada por Lázaro Cárdenas, las áreas de comunicación social tuvieron el papel de controlar la actividad de los periodistas, ya fuera mediante regalos, dinero o prebendas con los jefes de información, directores y con los propietarios de los medios.

De esa manera, las oficinas de comunicación social gubernamentales se volvieron un filtro que censuraba la información y decidía a quién sí y a quién no

---

<sup>6</sup> Elia, Sánchez González. *Las oficinas de comunicación social gubernamentales y el control de la información*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1997, p. 33.

se le daba entrevista. De modo que siempre se estaba al lado del funcionario y no se le permitía que abordara otros temas más que los ya preestablecidos.

Del cómo las oficinas de comunicación social realizan sus actividades, “Estados Unidos presenta un modelo de comunicación social, que de cierta forma, México ha adoptado. En ese modelo la figura del vocero por áreas de especialización es clave. En Estados Unidos el secretario de prensa del Presidente funge también como portavoz del gobierno. En lo que se refiere a la introducción de la figura del vocero, desde el sexenio de Ernesto Zedillo Ponce de León, el modelo mexicano se asemeja al estadounidense”<sup>7</sup>

De lo anterior podemos señalar que las oficinas de comunicación social gubernamentales persiguen dos objetivos: 1) comunicar lo que se hace en beneficio de una colectividad al promover y difundir los programas gubernamentales socialmente válidos y con esto, 2) crear una imagen favorable de la institución o persona ante la opinión pública.

## **1.2 Funciones**

La oficina de comunicación social tiene la función de explicar cuál es el impacto de los programas y políticas del gobierno en los ciudadanos; transmitir las inquietudes y los planes de los funcionarios del gobierno a todo el público y ayudar a que se comprenda cómo podrían afectar a la vida de la sociedad los diversos asuntos.

De acuerdo con María Antonieta Saldivar Chávez, las funciones que constituyen la razón de ser de las oficinas de comunicación social para el caso de México son las siguientes:

---

<sup>7</sup> María Antonieta, Saldivar Chávez. Ob. cit, p.48.

- 1) Informar a la sociedad y a la opinión pública lo relacionado con el quehacer inherente a la institución, mediante el diseño y ejecución de programas generales de información periodística y su operación integral en los medios de información propios, así como a través de los medios de información nacionales e internacionales en el ámbito de su competencia.
- 2) Emitir los comunicados, acuerdos, avisos y convocatorias de carácter oficial en los medios propios o en cualquier otro medio de información.
- 3) Proponer los criterios y establecer los procedimientos necesarios para apoyar la labor de los representantes de los medios de información que requieran conocer los avances y logros que la institución realiza en beneficio de un sector o del país.
- 4) Operar y promover las acciones tendientes a complementar la información y actualización de los estudiosos y profesionales del periodismo respecto a las actividades de la dependencia.
- 5) En su ejercicio, estas unidades o direcciones diseñan e instrumentan los apoyos periodísticos impresos y electrónicos alternativos para ampliar el conocimiento público sobre las actividades de la institución.
- 6) Analizar y evaluar el impacto que la información institucional tiene sobre la comunidad y en la opinión pública y proporcionar apoyo y asesoría, en el área de su competencia, a las dependencias que se lo soliciten.
- 7) Desarrollar y promover servicios de información institucionales a los medios y a la sociedad en general.
- 8) Coordinar las relaciones de la institución con los medios de comunicación.
- 9) Registrar, analizar, evaluar y procesar la información que difundan los medios de comunicación, referente a las materias de interés de la dependencia.
- 10) Coordinar la producción de campañas de información y difusión de la institución y, en su caso, la contratación de medios impresos y audiovisuales.
- 11) Expedir constancias de acreditación de medios de información en asuntos relacionados en el ámbito de la institución.

12) Capacitar a funcionarios en el control y manejo de medios.

“La más reciente función que se integra en el contexto actual de las unidades de comunicación en la administración pública y en general a las instituciones públicas donde compete, es coordinar las acciones de enlace para efectos del cumplimiento de Transparencia, a partir de la aplicación de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG)”.<sup>8</sup>

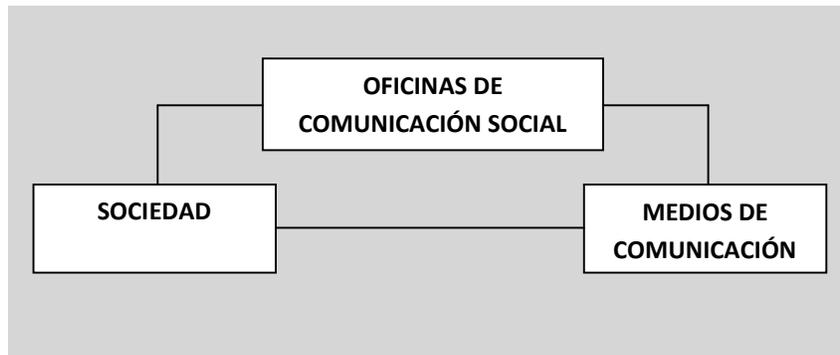
Como se puede observar en el enlistado anterior la mayoría de las funciones que desarrollan las oficinas de comunicación social buscan tender los puentes propicios para mantener una relación con los periodistas que acuden a las dependencias gubernamentales a solicitar información sobre su quehacer público.

### **1.3 Estructura**

Al tratar de establecer vínculos hacia la sociedad y hacia los medios de comunicación, las oficinas de comunicación social han realizado una división del trabajo que les permite atender las necesidades de comunicación e información. Aunque no existe una regla que define la estructura de los equipos de trabajo, éstas se adecuan de acuerdo al tamaño y estructura de la propia organización; muchas de las veces sujetas al presupuesto que se les asigna y la importancia que le otorgue la dependencia gubernamental; sin embargo, coinciden en algunas áreas consideradas fundamentales para proponer, promover y ejecutar el programa de comunicación.

---

<sup>8</sup> *Ibidem*, p. 52.



En función de las exigencias que requiere la oficina de comunicación social Adriana Amado y Carlos Castro dividen el trabajo de la oficina de prensa en cuatro tareas básicas:

**a) Documentación.** Esta área tiene varias funciones básicas. Una de ellas es el seguimiento de las informaciones recogidas en los medios de comunicación sobre la dependencia gubernamental y su entorno. El resultado de esa actividad es una síntesis o carpeta de noticias que se genera gracias al seguimiento pormenorizado y permanente de lo emitido por la prensa escrita, radio, televisión y ahora en Internet: es el análisis de la presencia de la institución en los medios o la elaboración y administración del sitio web institucional. Capta, analiza y procesa la mayor cantidad posible de información acerca de la dependencia.

“Otra función es la generación y desarrollo de banco de datos con la información de la institución y de información que atañe a la dependencia en su relación externa. Además de manera interna este departamento provee, de manera rápida y oportuna, el servicio de información tanto al interior de la propia dirección como al resto de las direcciones de la dependencia de que se trate.”<sup>9</sup> De tal modo que llega a realizar tres tareas:

---

<sup>9</sup> María Antonieta, Saldivar Chávez. op. cit. pp. 60-61.

- Seguimiento diario de lo publicado en los medios, tanto de las actividades de la institución como de las relacionadas con ella (carpeta informativa o *dossier*).
- Archivo de publicaciones relevantes.
- Difusión de los reportes de interés para la dependencia.

**b) Relaciones públicas.** Esta área da a conocer a la opinión pública las actividades que realizan las dependencias gubernamentales; asimismo permite tener una mayor vinculación, tanto con los medios de comunicación como con la sociedad en general, para conocer sus demandas y buscar alternativas de solución. Si la dependencia no explica, y sustenta, sus acciones la sociedad puede dar su propia interpretación lo cual puede favorecer o afectar a la institución gubernamental. El área de relaciones públicas también se encarga de la recepción, atención y canalización de visitantes y/o solicitudes a la dirección de comunicación social. En relaciones públicas, también, se investiga y establece cuántos y cuáles públicos constituyen su institución, asimismo, detecta las opiniones, actitudes e intereses de cada público para elaborar y evaluar programas para cada uno de ellos y, de esa manera contribuir a mejorar la comunicación social hacia la sociedad. “Es necesaria la relación tanto con diarios, revistas, estaciones de radio, televisión e instituciones afines, así como con todas las direcciones de comunicación social de todo organismo”<sup>10</sup>. Las actividades de esta área requieren:

- Conocimiento profundo de los medios y los periodistas.
- Relación directa con los periodistas.
- Intermediación entre los requerimientos de prensa y las respuestas de la dependencia.

---

<sup>10</sup> Adriana Julieta, Paz Mojica. *Relaciones públicas en Mecanismos de interrelación e intercomunicación dentro de una oficina de prensa de los partidos políticos*, Tesis de Licenciatura Facultad de Estudios Superiores Aragón UNAM. México, 1999, p. 26.

- Seguimiento de resultados.
- Asesoramiento a la Dirección General y a los funcionarios en sus relaciones directas con la prensa.
- Coordinación de planes de capacitación general para toda la institución acerca de la política de relación con los medios.

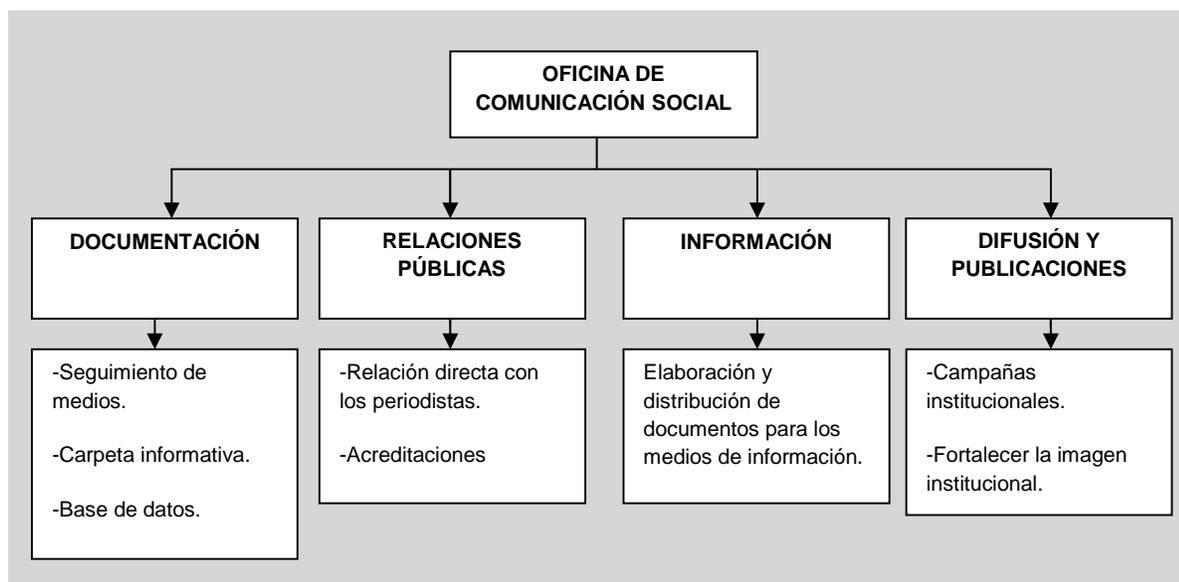
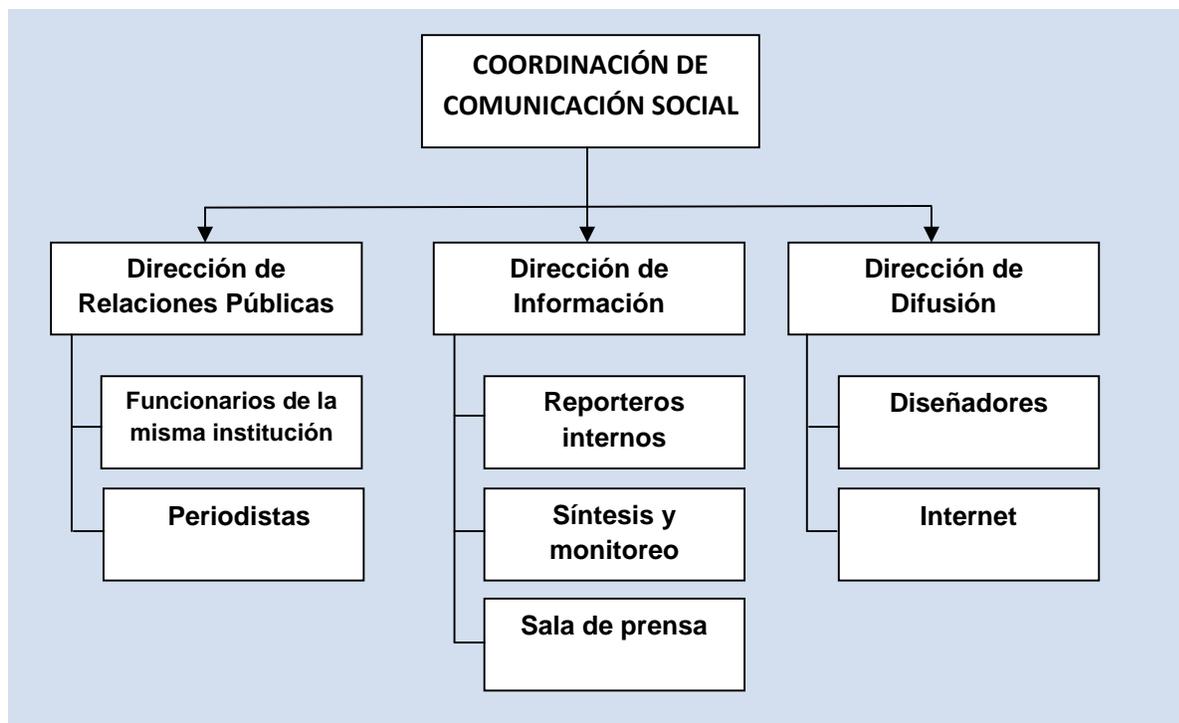
**c) Información.** Esta área o departamento se encarga de ofrecer distintas informaciones, tanto a los periodistas que cubren la fuente como a los medios de comunicación, mediante información que debe ser pertinente, adecuadamente redactada y presentada, esto se logra a través de :

- Redacción y preparación de notas e informes (Convocatorias, boletines, comunicado de prensa, rueda o conferencia para prensa, entrevistas, reuniones informativas, declaraciones).
- Diseño y producción de acontecimientos especiales.
- Supervisión de la elaboración de los documentos para la prensa.
- Redacción de discursos.

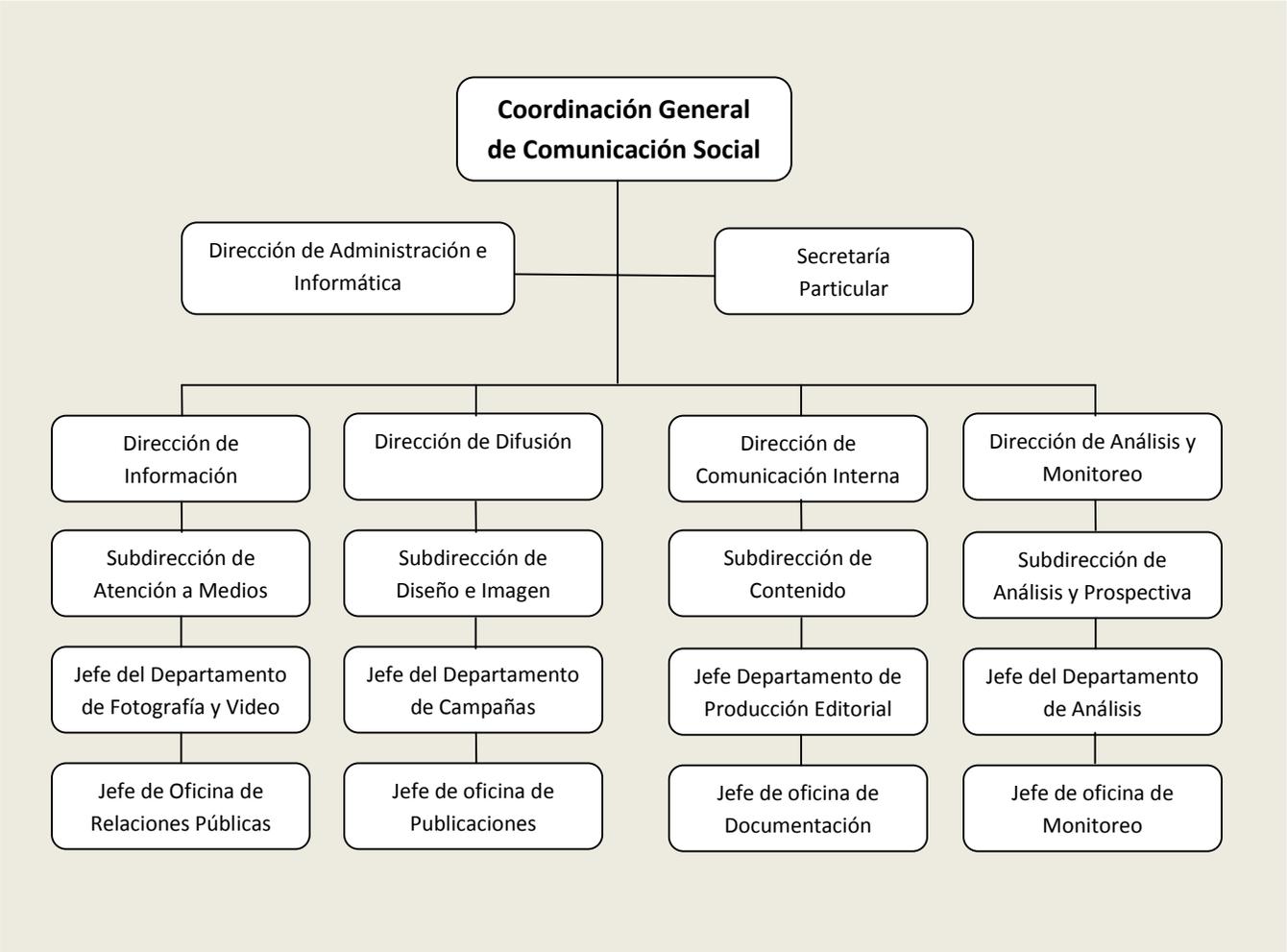
**d) Publicaciones y difusión.** A esta área se le asignan las tareas de:

- Elaboración de la identidad gráfica de la Institución.
- Programar y diseñar campañas institucionales.
- Diseñar el presupuesto y el plan de medios para la difusión de campañas.
- Diseñar la imagen gráfica de todas las actividades públicas de la institución.
- Coordinar y programar las inserciones que requiera la institución de los medios escritos y electrónicos.
- Mantener un contacto permanente con bibliotecas y centro de documentación públicos y privados.

Las oficinas gubernamentales de comunicación social presentan, como mínimo, la siguiente estructura básica de organización:



Un modelo de organigrama es el de la Oficina de comunicación social de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Recursos Naturales, Pesca y Alimentación (SAGARPA)



Las funciones de cada una de las áreas que integran la OCS de la SAGARPA son las siguientes:

**DIRECCIÓN DE INFORMACIÓN**

**Funciones**

- Mantener una estrecha relación con los jefes de información, redacción, reporteros, fotógrafos, camarógrafos, corresponsales extranjeros, productores de programas periodísticos y conductores de espacios de opinión.
- Programar y operar la cobertura periodística de los eventos públicos.

- Gestionar la apertura de espacios en medios de comunicación para el posicionamiento de las acciones de gobierno.
- Programar y operar la cobertura periodística de las giras de trabajo por el interior de país y el extranjero.
- Desarrollar propuestas temáticas para su posicionamiento en los medios de comunicación.
- Organización y operación de giras de trabajo con los medios de comunicación.
- Apoyar en su relación con los medios de comunicación a las delegaciones federales y organismos sectorizados de la Institución.

### **Subdirección de Atención a Medios**

- Redacción y envío de comunicados de prensa.
- Organización de conferencias de prensa.
- Convocatoria a los periodistas para conferencias de prensa o giras de trabajo.
- Elaboración y actualización del directorio de medios de todo el país.
- Redacción, corrección y envío de versiones estenográficas.
- Trabajos de grabación de eventos públicos.
- Cobertura periodística de eventos públicos y giras de trabajo.
- Trabajo de coordinación con medios de los estados.

### **Departamento de Fotografía y Video**

- Coberturas fotográficas y en video de eventos públicos.
- Organización y actualización de la fototeca.
- Organización y actualización de la videoteca.
- Selección de material para los portales y material promocional.
- Sesión fotográfica para funcionarios.
- Levantamiento fotográfico en campo.

### **Oficina de Relaciones Públicas**

- Redacción y envío de felicitaciones de aniversarios de medios de comunicación.
- Redacción y envío de felicitaciones de cumpleaños de directivos y reporteros de medios de comunicación que cubren la fuente.

- Elaboración y actualización del Directorio Interno de Funcionarios.
- Atención a visitantes de la Dirección General de Comunicación Social.

## **DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN**

### **Funciones**

- Elaboración de Identidad Gráfica de la Institución.
- Programar y diseñar campañas institucionales.
- Establecer relación con las instituciones afines.
- Diseñar el presupuesto y Plan de Medios para difusión de campañas.
- Diseñar la imagen gráfica de todas las actividades públicas de la Institución.
- Coordinar y programar las inserciones que requiera la institución en los medios escritos y electrónicos del país.
- Mantener un contacto permanente con bibliotecas y centros de documentación públicos y privados.

### **Subdirección de Diseño e Imagen**

- Elaborar y manejar los originales mecánicos de la producción editorial.
- Conciliar presupuestos y necesidades de cada área solicitante de trabajos editoriales.
- Coordinar las labores de licitación y adjudicación de trabajos editoriales.
- Diseñar logotipos y documentos de eventos en los que participe la institución, a fin de cuidar y promover su identidad gráfica.

### **Departamento de campañas**

- Diseñar y programar las campañas institucionales
- Ajustar las necesidades de las campañas a los presupuestos disponibles.
- Establecer relación con instituciones públicas y privadas que puedan apoyar en la realización de campañas institucionales.
- Gestionar y obtener las aprobaciones necesarias ante las dependencias gubernamentales relacionadas con las campañas institucionales y la liberación y ejecución de los presupuestos destinados a ese propósito.

- Elaborar un plan de medios acorde con las necesidades de la campaña según el presupuesto.
- Contratar los medios más apropiados para la difusión de las campañas según sus enlaces, coberturas, costos y beneficios.
- Coordinar y programar las inserciones que requiera la Institución en los medios escritos y electrónicos del país.

### **Oficina de publicaciones**

- Organizar y actualizar el acervo de la producción editorial de la Institución.
- Mantener contacto permanente con las bibliotecas y centros de documentación.
- Organizar el envío de publicaciones al Archivo General de la Nación y a la Biblioteca de la UNAM.
- Armar la biblioteca de publicaciones impresas.
- Mantener el contacto permanente con el Centro de Documentación.
- Apoyar a las delegaciones federales y organismos sectorizados en la creación de un acervo propio sobre temas afines a sus actividades.

## **DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INTERNA**

### **Funciones**

- Diseñar y operar un sistema integral de comunicación.
- Diseñar, producir y distribuir el órgano de comunicación interna.
- Diseñar y producir un boletín electrónico periódico.
- Alimentar y actualizar la información dinámica de la página Web.
- Establecer un sistema de comunicación horizontal con instituciones afines en la Administración Pública Federal.

### **Subdirección de contenidos**

- Reportear y preparar trabajos especiales para el órgano de comunicación interna.
- Reportear y diseñar los contenidos periodísticos del boletín electrónico.
- Actualizar las bases de datos de las audiencias públicas y privadas del Organismo.
- Mantener comunicación permanente con la subdirección de atención a medios del Organismo.

## **Departamento de producción editorial**

- Elaborar y actualizar en directorio de Enlaces de Comunicación Social de las delegaciones federales.
- Mantener una comunicación permanente con los enlaces de Comunicación Social de las entidades federativas.
- Desarrollar trabajos de corrección ortográfica y de estilo de los documentos previos a su publicación.
- Elaborar y actualizar la agenda de empresas impresoras y prestadores de servicios editoriales.

## **Oficina de documentación**

- Mantener y actualizar el banco de datos que genera el órgano de comunicación interno y el boletín electrónico.
- Coordinar los trabajos de distribución del órgano de comunicación interna.
- Tramitar el suministro de insumos para la operación de la Dirección de Comunicación Interna.

## **DIRECCIÓN DE ANÁLISIS Y MONITOREO**

### **Funciones**

- Recopilar e integrar la información publicada en los medios de información del país, sobre el sector rural y pesquero del país.
- Realizar el análisis de contenido de la información relativa o relacionada a la Institución publicada y transmitida en los medios de comunicación.
- Desarrollar análisis cuantitativos sobre la información de la Institución referenciada en los diversos medios de comunicación e informar de sus resultados.
- Promover y elaborar estudios de opinión y encuestas sobre el impacto del trabajo del Organismo en la sociedad.
- Elaborar y mantener actualizados los manuales de organización y de procedimientos.
- Mantener permanentemente informado al grupo directivo de la Coordinación General de Comunicación Social sobre los principales acontecimientos que se desarrollen en el sector de asistencia social.

### **Subdirección de prospectiva**

- Realizar análisis cuantitativos y cualitativos sobre las tendencias de la información que se publica y transmite en los medios de comunicación.
- Elaborar la cobertura informativa en las entidades federativas.
- Elaborar tarjetas informativas sobre temas políticos y del sector para las giras de trabajo del titular de la Institución.
- Detectar información que pudiera generar situaciones de crisis en la Institución.

### **Departamento de análisis**

- Elaboración y envío de la carpeta informativa sobre la información publicada y transmitida en los medios de comunicación.
- Enviar resumen informativo vía Internet al grupo directivo de la Secretaría.
- Enviar información periodística relevante a los enlaces de Comunicación Social en los estados.
- Coordinar el trabajo de monitoreo de noticiarios en radio y televisión.
- Realizar el trabajo de monitoreo en medios de comunicación alternativos (páginas web, portales especializados, blogs, etc.)

### **Oficina de monitoreo**

- Manejo y actualización del banco de datos con información del sector publicada en los medios de comunicación.

Fuente: Material facilitado por el licenciado Avelino Hernández Vélez, Director de Comunicación Social de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Recursos Naturales, Pesca y Alimentación (SAGARPA)

En conclusión, las oficinas de comunicación social gubernamentales buscan promover el aumento de la confianza, del consenso y con ello lograr la legitimidad y adhesión de la opinión pública, para ello el Estado busca ofrecer a la sociedad razones socialmente válidas de las actividades públicas, y hacer saber que éstas responden efectivamente a las necesidades y aspiraciones de la sociedad y que a su vez fortalezcan la imagen institucional.

Las oficinas de comunicación social se han convertido en importantes proveedoras de información y al tratar de establecer vínculos hacia la sociedad y hacia los medios de comunicación, han realizado una división del trabajo que les permite atender las necesidades de comunicación e información. Aunque no existe una regla que define la estructura de los equipos de trabajo, éstas se adecuan de acuerdo al tamaño y estructura de la propia organización y coinciden en algunas áreas consideradas fundamentales para proponer, promover y ejecutar el programa de comunicación.

## **CAPÍTULO 2**

### **LOS PERIODISTAS QUE CUBREN LA FUENTE**

En este capítulo se describe la forma en que se establece la relación de trabajo entre la oficina de comunicación social y los periodistas, que va desde las diferentes formas de acreditación del reportero hasta las facilidades y apoyos de los que son provistos para el ejercicio de su profesión. Esta descripción se integra por el aporte de autores, periodistas y encargados de comunicación social que ofrecen sus experiencias laborales.

## 2.1 Acreditaciones

Las actividades que realizan todas las dependencias gubernamentales, así como quienes las representan, están siempre sujetas al escrutinio de los medios de comunicación que son quienes dan a conocer dichas actividades a la sociedad. Para saber qué es lo que hizo, hace o va a hacer, o hasta deja de hacer; el periodista acude a la dependencia o al funcionario gubernamental para obtener de ellos la información que dará a conocer al público. Es aquí en donde la oficina de comunicación, al ser parte de la dependencia le facilita al periodista el acceso a ella mediante la llamada acreditación. Ésta es proporcionada tanto por las oficinas de comunicación social como el medio de comunicación para el cual labora el informador.

Adriana Contreras Vera señala que en esta relación prensa- gobierno “el medio hace la diferencia y también la tendencia de éste provoca cierta simpatía de parte de algunos funcionarios y encargados de prensa...Los reporteros de determinado medio que cubren “fuentes” políticas reciben un trato excelente e incluso se les filtra información confidencial o se les dan las llamadas notas ‘exclusivas’<sup>11</sup>.

Para realizar sus actividades periodísticas dentro de las dependencias gubernamentales, el reportero debe presentar alguna documentación que lo acredite como profesional. Tal escrito es lo que en el ámbito del periodismo se

---

<sup>11</sup>Adriana, Contreras Vera. *De la actividad del reportero a los primeros esfuerzos para la transición democrática de las oficinas de comunicación social en el Distrito Federal*, Tesis de Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM. México, 2000, p. 32.

conoce como acreditación, puesto que esta “designa oficialmente mediante un documento fehaciente, a un informador acerca de una persona o entidad.”<sup>12</sup>

Así el periodista acreditado es aquel que, para cubrir fuentes informativas oficiales, está autorizadamente adscrito a una institución u organismo, ya sea internacional, nacional o local.

Las cartas de acreditación normalmente las envía el jefe de información de un medio de comunicación a las dependencias donde se asigna a algún reportero, para la cobertura. Contreras Vera dice que este trámite sólo es un proceso burocrático en proceso de extinción, ya que en las oficinas de prensa ya no se acostumbra, aunque aún hay sus excepciones.

“En principio las oficinas de comunicación social solicitaban este documento para evitar que los vívales hicieran uso de las instalaciones y obviamente para identificar si eran reporteros o sólo se querían aprovechar de la profesión. También a muchos periodistas les servía como constancia de que laboraban en un medio y esto les permitía estar incluidos en la lista de prebendas de las distintas dependencias.

Con el paso del tiempo esta práctica se modificó, la razón es que quienes cubren alguna “fuente” comienzan a hacerse presentes con su trabajo y asistencia diaria a la cobertura de las distintas actividades.

Otro tipo de acreditaciones- explica Contreras Vera- son las que otorgan las distintas dependencias, instituciones, partidos políticos u organizaciones para dar cobertura a actos específicos. Normalmente esto sirve para identificar a los miembros de la prensa y esa manera darles el material y la atención que requieren para realizar mejor sus actividades.

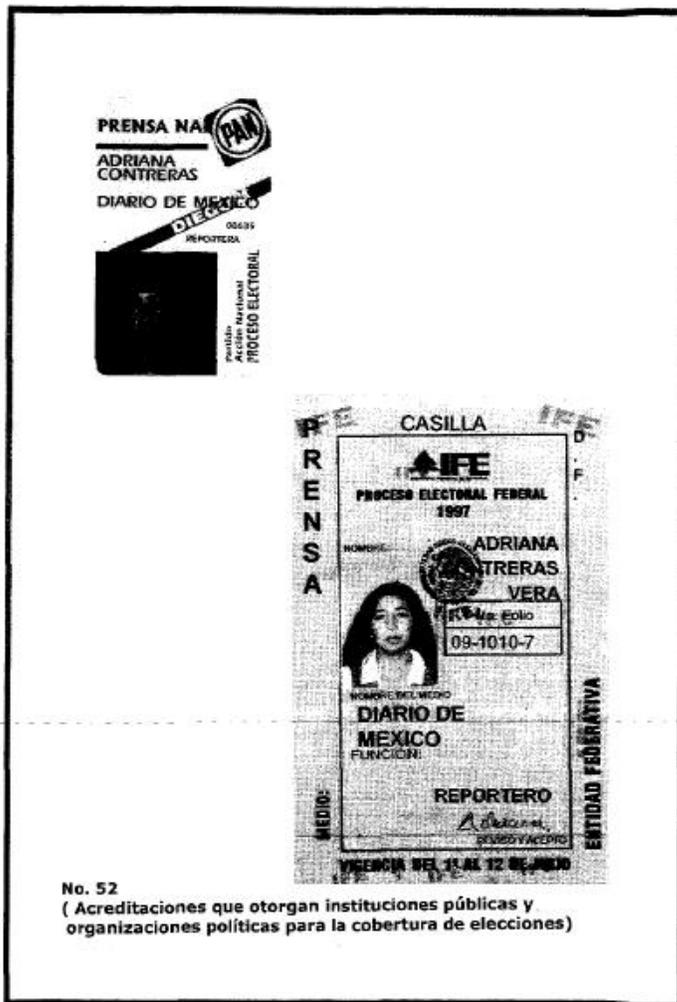
Ejemplo de esto son las identificaciones que otorga el Instituto Federal Electoral para las elecciones; en sus convenciones los partidos políticos también acostumbran registrar a los reporteros que acuden a éstas. La Presidencia de la

---

<sup>12</sup> José, Martínez de Sousa. *Diccionario de Información, comunicación y periodismo*. Barcelona, España, 1991, p. 26.

República también da este tipo de documento en el caso de la cobertura de desfiles, actos conmemorativos, entre otros.

Normalmente una acreditación lleva la fotografía del reportero, el medio al que representa, la vigencia de este documento, el nombre del acto y la firma y sello de quien la autoriza, como el siguiente ejemplo que Adriana Contreras Vera ofrece como muestra de su actividad reporteril:



Una tercera forma de controlar el acceso de los reporteros a un evento son los gafetes, normalmente son auto-adheribles, de colores llamativos y contiene la leyenda *prensa*. No portar este tipo de identificaciones puede hacer perder un

evento al reportero, ya que en muchas ocasiones la gente encargada de los accesos tiene la orden de impedir el paso a quienes no portan este distintivo.

“No he tenido que pasar por esta experiencia,- recuerda Contreras Vera-pero en el debate entre Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano y Porfirio Muñoz Ledo, cuando ambos eran precandidatos del PRD a la jefatura del gobierno del Distrito Federal, la compañera que iba conmigo a la cobertura se quedó afuera porque no tenía acreditación. Hizo berrinche, se peleó con los de la puerta, pero ahí se quedó.”

“En ocasiones, los pseudo reporteros hacen mal uso de las acreditaciones que se les otorga para desempeñar su trabajo, las usan como charola y se creen todo poderosos para cometer arbitrariedades, afortunadamente entre los profesionales del periodismo esta práctica se ha terminado y ahora quienes hacen mal uso de esos documentos son remitidos ante las autoridades, por lo menos en el Distrito Federal.

A pesar de ello aún hay encargados de oficinas de prensa gubernamentales que tiene la vieja idea de cuáles son los medios serios y también clasifican a quienes no los son, además tienen sus preferencias personales”.

Pero también, la apreciación que tienen los reporteros que cubren la fuente sobre las oficinas de comunicación social gubernamentales no son muy favorables pues aún no son vistas como un auxiliar de la actividad periodística, sino más bien “como instancias creadas para obstruir su labor, cuando la verdadera función de éstas es prestar un servicio a los comunicadores, ser un vínculo entre ellos y los funcionarios o representantes populares, según sea el caso de la dependencia”.<sup>13</sup>

Contreras Vera señala que “La política de Comunicación Social por años fue cuidar a toda costa la imagen de los funcionarios, legisladores, líderes sindicales, etcétera, costara lo que costara. En consecuencia los recursos económicos para esta área siempre fueron significativos. El control que se ejercía sobre los comunicadores era férreo.”

---

<sup>13</sup> Adriana, Contreras Vera. Ob. cit., p.55

En la investigación de Antonieta Saldivar Chávez, *La comunicación como política, programa y acción*, la autora retoma las opiniones de Álvarez y Caballero referentes a la apreciación que los informadores tienen de los encargados de oficinas de comunicación social, la cual no es muy distinta de la anterior, pues en un sondeo que hicieron de todas las definiciones de oficina de comunicación social extraídas de la encuesta, un periodista asegura que el titular de la oficina de prensa es “aquel que tiene que organizar y difundir las actividades, resultados, propósitos y resolver o aclarar los entuertos que se produzcan en el lugar donde se ubican, de cara a los medios de comunicación y a la opinión pública. La frase define perfectamente al gabinete pero corrobora, con la utilización de la palabra entuerto, la idea de que en muchas empresas e instituciones sólo se plantean la difusión como medida para afrontar problemas concretos, problemas que surgen en muchos casos por falta de planificación estratégica. Otra definición del área de prensa es a veces, muro en el que se estrellan las peticiones de los periodistas”<sup>14</sup>.

Y continúa, “La imagen que se considera deseable es la siguiente: Cuando son eficaces, las oficinas de comunicación desarrollan una labor importantísima. Su inexistencia sería un flaco favor a los periodistas. El suministro rápido de buena información es un factor que los medios de comunicación valoran muy positivamente y asientan la eficacia y credibilidad del emisor. La existencia de la oficina de prensa enfrenta posiciones: los periodistas la consideran un instrumento útil, pero en ocasiones es objeto de críticas, por posiciones de obstruccionismo”<sup>15</sup>.

Y es que el recelo de algunos encargados de oficinas de comunicación hacia los periodistas, lejos de apoyar al ejercicio periodístico los limitan pues para evitar contradicciones públicas entre funcionarios de la institución sobre un tema determinado, recomiendan que dichos funcionarios no otorguen entrevistas a reporteros de medios de comunicación fuera de la dependencia o, según Edgar Soria representante de comunicación social de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del estado de Tlaxcala (SECTE); “cuando un reportero tiene la intención de entrevistar a un funcionario público, el encargado de la oficina de

---

<sup>14</sup> Antonieta, Saldivar Chávez. Ob. cit. , p,57

<sup>15</sup> *Idem.*

comunicación recomienda al funcionario solicitar la presencia del encargado de la oficina de Comunicación Social para el control y manejo de la entrevista y en algunos casos la entrevista se lleva bajo cuestionario previo y por escrito del reportero”: las preguntas tienen que anticiparse y las respuestas prepararse.

Sin embargo, también es innegable la existencia de oficinas en las que se procura una relación profesional con los periodistas al considerar que debe de constituirse en la interlocutora válida entre autoridades, comunicadores y sociedad en general, porque de eso dependerá en gran medida el éxito de sus estrategias de difusión y en las que más que escudriñar el trabajo del periodista se le dan las facilidades para el ejercicio de su labor.

Porque a fin de cuentas “El reportero y el funcionario se usan el uno al otro en beneficio de sus propias organizaciones: el primero explota sus contactos en el gobierno para obtener exclusivas; el último explota la necesidad de noticia para transmitir mensajes a auditorios clave”<sup>16</sup>.

## **2.2 Apoyos que requieren los periodistas**

El trabajo del periodista es una actividad bajo presión y a contra reloj, pues todos los días, a veces a cada hora, hay tiempos establecidos para investigar, hacer entrevistas y redactar sus textos. Dentro de sus actividades está la de enterarse de los eventos de noticias con anticipación –con una o dos semanas de anticipación- para prever tiempos de cobertura de la fuente de información.

La oficina de comunicación social apoya a los reporteros al poner a su disposición la mayor cantidad posible de información y datos de investigación. También es importante averiguar con cuánta anticipación hay que presentar los materiales en cada tipo de medio y las necesidades de cada uno.

---

<sup>16</sup> León V, Sigal. *Reporteros y funcionarios. La organización y las normas de la elaboración de noticias*, Ed, Gernika. México, 1991, p. 221.

Al dar a los reporteros material escrito, como boletines, comunicados, llamados a conferencia para medios, citas textuales, listas de datos y otros apoyos impresos y electrónicos es más probable que publiquen con precisión una cita o un hecho que la oficina de comunicación le proporciona.

La oficina de comunicación social también puede hacer uso de la asesoría para los medios cuyo propósito es anunciar un evento futuro para el cual se desea una cobertura de prensa. Es similar al boletín de prensa pero su contenido es más breve y su finalidad es inducir a los reporteros a concurrir a evento. “Algunas oficinas de prensa presentan incluso esa información con letra negrita, seguida de todos los detalles, dispuesta en forma ordenada con el fin de atraer la atención hacia el evento por venir”<sup>17</sup>.

Es común que al presentarse a las conferencias para los medios los reporteros tomen los materiales y se marchen antes del inicio de la sesión. Para evitar esto algunos encargados de prensa deciden distribuir los materiales después del evento. Esto tampoco funciona, pues algunos periodistas escuchan sólo alguna parte de la conferencia, se retiran y escriben sus textos periodísticos a partir de sus propias anotaciones. De lo que se trata es de apoyar al reportero proporcionándole el material escrito con los hechos básicos para evitar malinterpretaciones y sesgos en los temas a tratar.

A diario, los periodistas tienen que cubrir diversos eventos y aunque deseen quedarse al final de la conferencia- a excepción de aquellas que duran más de una hora-, debe cubrir otras fuentes de información. Pero si la oficina de comunicación apoya a los reporteros con materiales escritos, es probable que los use como base de referencia al redactar sus reportajes.

Marguerite H. Sullivan, especialista estadounidense en asuntos públicos y comunicaciones, sugiere que las oficinas de comunicación social deben “tener la mayor cantidad de material escrito para distribuir; no tanto que abrume a la prensa, pero si lo suficiente para que su reportaje no sea interpretado en forma

---

<sup>17</sup> Marguerite, Sullivan H. *La Oficina de Prensa Responsable: Guía para sus miembros*, en <http://usinfo.state.gov>, 29 de agosto de 2009, p. 44.

errónea”<sup>18</sup>. Además, se sugiere utilizar elementos visuales, siempre que sea posible, use video, audio e Internet, para reforzar la emisión del mensaje.

También, el encargado de la oficina de prensa debe tomar la iniciativa al no esperar que la prensa vaya a ellos. Puede emitir un mensaje por medio de editoriales de opinión, realizando juntas editoriales con periódicos y medios electrónicos, y haciendo que el reportaje se presente también en la sección de artículos de fondo del periódico.

A continuación presentamos la opinión de dos representantes de oficinas de comunicación que manifiestan el trato que se desea dar a los reporteros para desempeñar su labor.

En primer lugar, Adriana Contreras menciona que la labor del reportero da mayor libertad al comunicador, pero nadie puede negar que el complemento de ese oficio es desempeñarse del “otro lado”, es decir trabajar en las oficinas de Comunicación Social. Para mí ha sido muy importante conocer la forma en que se maneja a la prensa por parte de distintos partidos políticos, porque me permite tener un punto de comparación.

Ahora puedo hablar de las diferencias entre una legislatura del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y una del Partido de la Revolución Democrática (PRD) en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF), el primero con una amplia trayectoria, con gran experiencia, pero con demasiados vicios, con estructuras anquilosadas y con métodos que hasta cierto punto denigran al reportero; el segundo con una óptica novedosa, con deseos de modificar el viejo sistema, pero con grandes fallas producto de la inexperiencia.

Del que encabezó el PRI sólo se pueden rescatar las cuestiones operativas, es decir la forma en que se envía la información a los distintos medios de comunicación, como es el caso del correo electrónico, la mensajería y la distribución, en propia mano, del material que se genera todos los días en la ALDF.

---

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 41.

La mayoría perredista ha modificado la relación con los representantes de los distintos medios, haciéndola más transparente y respetuosa. La Dirección de Comunicación Social ha dotado de más y mejores recursos a los periodistas, de tal forma que éstos tengan facilidades para desempeñar su trabajo, ha creado áreas indispensables para una oficina como ésta y ha adoptado una actitud de institucionalidad que no afecte la pluralidad de este órgano legislativo.

Los errores se registraron en materia de organización y recursos humanos, en el primer caso se ha complicado unificar los intereses de cada diputado y en consecuencia la Dirección General de Comunicación Social se tiene que someter a sus decisiones; en otro, no todas las áreas cuentan con el personal capacitado para desempeñare en esta área, es así como en diversas ocasiones entre los mismo compañeros acabamos por obstaculizarnos.

Pero desde mi punto de vista se camina hacia la democratización de las oficinas de prensa en el Distrito Federal, un ejemplo claro de que la Dirección General de Comunicación Social de la ALDF se desempeña adecuadamente, es en que la oficina homóloga del Senado de la República se ha iniciado la remodelación de la sala de prensa. Cabe destacar, que el personal de esa institución acudió a la Asamblea para apreciar las instalaciones en que desarrollan su trabajo los comunicadores”.

Por otra parte, Adriana Julieta Paz Mojica, integrante de la Oficina de Prensa del Partido Revolucionario Institucional describe así el apoyo a los medios que cubren la fuente: “es primordial que nuestra relación con los representantes de cada medio, sea justamente dándole a cada uno, el mismo trato: la más alta relación de profesionalidad...pero identificándolo en la información que se le da, primero como persona y luego como el medio que representa.

Cada representante debe ser tratado en forma personalizada. Nunca hay que cometer el desacato de proporcionarles información como si fuera un boletín parlante. Los verdaderos profesionales de la información se sienten ofendidos, si sólo se les lee por teléfono alguna declaración, o peor aún cuando se les da en la

mano el boletín, ambas actitudes son imperdonables, así como cuando se les hace perder el tiempo inútilmente, ya que ellos, por lo regular, trabajan a contrarreloj.

La máxima aspiración de un representante que quiere, respeta y se siente parte de su medio, es, ganarse exclusivas y las notas de primera información, para primera plana y- el máximo galardón- la información digna de ocho columnas, es decir la más relevante. Igualmente, ésta debe ser la máxima aspiración en la lucha política por profesionalismo partidario, para acercarse al poder político y a las masas, a través de la comunicación. La premisa es “dar todos los días la de ocho”.

El trato debe ser de igual a igual, de profesional a profesional. Cuando los representantes de cada medio, por sus propios prejuicios o los de sus directivos, muestran reticencias, animadversión gratuita o antiprofesionalmente forman parte en su búsqueda de información partidaria, el comunicador debe perforar esos sentimientos antipartidarios, en general, estableciendo la corriente afectiva humana de profesionales, mediante una amplia reunión bilateral de charla, aparentemente informal, sintiéndose en su terreno mental, en cuyos minutos de charla se introduzcan todas las aclaraciones o reclamaciones por la información negativa manipulada en perjuicio de la buena imagen partidaria o de algún dirigente cuyo trato haya sido inadecuado con él y eso lo mantiene prejuicioso en sus apreciaciones de la vida del partido. El decir, suele juzgar al todo por la parte.

La buena relación con los representantes de cada medio, debe ser superior-profesionalmente hablando- que los directivos, puesto que con la simpatía y ética hacen que cada periodista tenga presente el trato personal con el comunicador partidario. Quien escribe es el periodista, éste es quien interpreta las órdenes de simpatías y espacios periodísticos, al mismo tiempo que se originara una relación más estrecha entre informante e informador.

El comunicador puede mantener una línea directa de intercambio de documentos que contengan el manejo de tesis, programas, proyectos y planes que al partido interese difundir y/o consolidar. Solamente dándoles ese trato

especial, es que se modificará favorablemente la verdadera buena imagen del partido y de sus principales cuadros dirigentes.

Toda comunicación especial debe ir dirigida en sobre, por separado con el nombre personal del periodista, el de su columna y el de su medio. Entre más temprano sea entregado o enviado el boletín, será más útil para el periodista, quien va conformando- en ocasiones haciendo avances a su jefatura- su esquema de redacción de acuerdo con las órdenes de trabajo que haya recibido.

En conclusión, los periodistas que cubren la fuente deben identificarse como tales ante las diversas dependencias gubernamentales y oficinas de comunicación a través de las acreditaciones que no son otra cosa que un tipo particular de credencial en el que se identifica al reportero con una fotografía, nombre, medio al que pertenece, firma e incluso sellos. Pero, además la presencia constante del reportero le permite establecer relaciones con los encargados de comunicación social, lo que también facilita el libre acceso a las dependencias y además se le proporcionan apoyos técnicos para la realización de su labor y que van desde el uso de equipo de cómputo y conexión a Internet, entrevista con funcionarios e inclusive seguridad para la realización de su trabajo y de manera profesional e imparcial.

## **CAPÍTULO 3**

### **LA INTERACCIÓN DE LAS OFICINAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL CON LOS PERIODISTAS**

Al tratar de establecer vínculos hacia la sociedad y hacia los medios de comunicación, las oficinas de comunicación social han realizado una división del trabajo que les permite atender las necesidades de comunicación e información, en el capítulo 1 se presentó la estructura bajo la cual lleva a cabo sus funciones, ahora describimos aquellos materiales que dicha oficina proporciona a los reporteros para apoyar la labor del ejercicio periodístico, como lo son la emisión de boletines, comunicados para la prensa y la conferencia de prensa; también se abordan aquellos materiales producto de la actividad periodística a la que las oficinas de comunicación social dan seguimiento para elaborar el resumen ejecutivo y monitoreo de medios con el fin de medir la presencia e impacto de la dependencia gubernamental dentro de los medios informativos y la sociedad.

### **3.1 La emisión de boletines para prensa**

El boletín tiene un carácter periodístico, “una publicación destinada a tratar asuntos científicos, históricos, artísticos o literarios, generalmente editada por una corporación, institución o empresa”<sup>19</sup>. El boletín toma la forma de una nota periodística que informa sobre actividades que las dependencias gubernamentales desean que sean tratados por los medios de comunicación. Hasta ahora, el boletín ha sido el único género, dentro del periodismo, que se utiliza en las áreas de Comunicación Social de las oficinas gubernamentales en nuestro país.

El origen del boletín gubernamental en México se remite a la política informativa de Lázaro Cárdenas quien en 1936, y a través del Diario Oficial de la Federación (17 de junio de 1936), publicó un acuerdo mediante el cual se modificó la Ley de Secretarías y Departamentos de Estado. El documento, firmado por el jefe del Ejecutivo Federal, creó la Dirección de Publicidad y Propaganda como parte integrante de la Secretaría de Gobernación. De esa forma, con “la Dirección de Publicidad y Propaganda nace una institución defensiva, en medio de un ambiente de lucha interna y abierta hostilidad de la clase política del país...el acuerdo

---

<sup>19</sup> José, Martínez De Sousa. Ob. cit., p.64

resumía la situación nacional y dejaba ver la decisión gubernamental de participar activamente en los procesos de comunicación”<sup>20</sup>.

De manera simultánea a la aparición de la primera oficina de prensa, el gobierno federal inició la práctica de proporcionar información a los reporteros y periodistas mediante boletines de prensa redactados centralmente. El boletín de prensa se distribuye con el objetivo de exponer un aspecto concreto respecto a las actividades de determinada institución, de modo que éste resume los mensajes que se desean dar a conocer a la opinión pública, controlando y evitando los datos comprometedores y publicando sólo los convenientes. “El boletín se convierte, así, en una publicación regular (suelen tener una periodicidad) de la fuente con el medio, para dar a conocer, unilateralmente, los hechos producidos por la fuente con criterios selectivos y en lenguaje generalmente grandilocuente”<sup>21</sup>.

El boletín se ha incorporado a la actividad periodística en la medida en que este escrito proporciona a los medios, información sobre asuntos que les conciernen y al mismo tiempo les sirven para marcar alguna tendencia. Además de ser un medio para dar a conocer información institucional, el boletín también orienta las notas de los medios de comunicación y; para ser tomado en cuenta dentro del trabajo periodístico de los medios de comunicación su contenido debe de ser atractivo para los reporteros, de lo contrario boletín sin información simplemente se desecha.

Para los periodistas, los boletines de prensa han llegado a constituirse en una indispensable fuente de información, pues de otra manera y debido a la gran carga laboral que suelen tener, no podrían cumplir con la cobertura de las fuentes informativas y sus actividades que no en pocas ocasiones llegan a coincidir en fecha y hora.

---

<sup>20</sup>Francisco, Hernández Lomelí. *Las oficinas de comunicación social en México*, en [http://www.publicaciones.cuchs.udg.mx/pperio/comsoc/pdf/25-26\\_1996/57\\_72.pdf](http://www.publicaciones.cuchs.udg.mx/pperio/comsoc/pdf/25-26_1996/57_72.pdf), 20 de julio de 2009, p. 59

<sup>21</sup> José, Martínez De Sousa. Ob. cit., p.64

“Para algunos reporteros los boletines representan mucho, porque les ahorra trabajo, no necesitan buscar notas y tampoco preocuparse por redactar. Algunos representantes de medios como *El Universal* o *El Economista* transcribían los comunicados idénticos, como salían de la oficina de prensa, y sólo le agregaban su nombre”<sup>22</sup>.

Pero también están los reporteros que no se dejan impresionar por las acciones de figuras públicas y manejan su información de manera imparcial, pero cuando a alguien no le conviene y no puede influir en el trabajo del periodista decide “pagar la información.”

“Este método puede darse de dos maneras, una es ofrecerle al reportero apoyo económico o negociar la información de algún modo, otra: “la vía legal”, que consiste en insertar publicidad en los medios que puede ser un boletín, una fotografía o un desplegado”.

Por otra parte, para que el boletín sea oportuno y pueda ganar espacio en los medios y, al estar del lado de la comunicación social es más fácil de allegarse de datos, por lo tanto para la oficina de prensa le resulta sencillo encontrar temas que los reporteros no tengan contemplado y el boletín entonces funciona.

El criterio principal para la redacción de un boletín para prensa es que debe contener noticias. El boletín se escribe en el estilo de una pirámide invertida. El primer párrafo es la entrada y contiene la información más importante; los siguientes párrafos amplían esa información y dan más detalles, en orden decreciente de importancia y la información menos importante se presenta al final.

Al igual que la nota informativa, un boletín para prensa responde las preguntas: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo; tiene un encabezado y puede incluir

---

<sup>22</sup> Adriana, Contreras Vera. Ob. cit., p. 64

fotografías alusivas con sus respectivos pies de foto. Los enunciados y los párrafos de un boletín tienen que ser cortos para que el reportero o jefe de información puedan leerlo con rapidez, y se sugiere evitar los tecnicismos, abreviaturas, detalles sin explicar o frases gastadas.

El boletín se debe caracterizar por la brevedad y la concisión y se sugiere que entre más temprano sea entregado o enviado, “será más útil para el periodista, quien va conformando-al reportero, en ocasiones haciendo avances a su jefatura-su esquema de redacción de acuerdo con las órdenes e trabajo que haya recibido<sup>23</sup>”.

Los boletines que emite una institución también se caracterizan por contener:

- Logotipo: diseño que identifica las siglas de la institución gubernamental emisora, con membrete donde señala el nombre del emisor del boletín y sus datos como teléfono, fax, correo electrónico. La fecha y número (de boletín) se inserta del lado superior derecho de la primera hoja y debajo del logotipo:
- Título: frase convincente, breve, precisa y comprensible que se resalta con letras negritas, centrado y con un mayor puntaje tipográfico.
- Sumario o subtítulo: una o dos líneas que resuman el mensaje principal se indican con viñetas y con un mayor puntaje que el cuerpo del texto pero menor al del título. Además, los párrafos se escriben con sangría, se deja un espacio sencillo entre párrafo y párrafo.

Otras características que se le pueden atribuir a los boletines son que:

- Rara vez se acompaña de informes críticos adicionales o la utilización de géneros periodísticos que enriquezcan o complementen la información;

---

<sup>23</sup> Adriana Julieta, Paz Mojica. Ob. cit., p. 79.

- Por lo general su extensión es de una cuartilla.
- Su contenido conlleva a que los lectores conozcan una sola versión de los hechos, que es la que quiere dar a conocer el gobierno sobre determinados acontecimientos;
- Se privilegia la difusión de temas con escaso interés periodístico, por lo que la mayoría de las veces no se publica el boletín completo;
- No se publican los datos completos cuando se trata de dar cifras o costos;
- En su contenido se da prioridad a la imagen (de la institución o del titular de la misma);
- Hay ocasiones en las que el jefe de prensa envía el boletín por fax o correo electrónico a los medios de comunicación antes de que se lleve a cabo el evento.
- A menudo los periódicos publican literalmente el boletín y el reportero que cubre la fuente sólo la firma (aunque también suele dejárseles sin firma y esto permite identificar qué texto periodístico es fruto de la actividad reporteril y no sólo un boletín de prensa);
- El uso del boletín impide el contacto directo con los representantes de los medios de comunicación<sup>24</sup>.

Tanto el boletín como el comunicado de prensa deben pasar por diversos filtros antes de ser enviados a los medios de comunicación. “Una vez que el comunicado de prensa es autorizado, se envía al correo electrónico de los reporteros que cubren la fuente... y se manda por fax a las redacciones de periódicos, noticiarios de televisión y radio, agencias de noticia.

Para ello también es necesario mantener actualizado el directorio de la fuente, con el nombre de los reporteros titulares y suplentes que cubren la fuente, jefes de información números telefónicos de la redacción, celular y correo electrónico e incluso el número telefónico de su domicilio particular.

---

<sup>24</sup> Alma, Flores López. *Comunicación Social e “Imagen” en el Gobierno del Distrito Federal. Estudio de caso: delegación Xochimilco*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 2002, p. 11.

A continuación se presenta un ejemplo de boletín informativo que produce el área de comunicación social de la Secretaría de Gobernación.



## **Declara Segob desastre natural para siete municipios del estado de San Luis Potosí**

**México, D. F., a 12 de agosto de 2010**

**Boletín No.325-12/08/2010**

La Coordinación General de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación emitió el día de ayer una Declaratoria de Desastre Natural para los Municipios de: Axtla de Terrazas, Ebano, Guadalcázar, San Martín Chalchicuautla, Tamazunchale, Tampacán y Tanquián de Escobedo del estado de San Luis Potosí, con lo cual esta entidad tiene acceso a los recursos del FONDEN para la atención de los daños sufridos por la lluvia severa que se presentó los días 23, 24, 25, 26 y 27 de julio de 2010.

Dicha declaratoria se emitió al concluir la instalación del Comité de Evaluación de Daños, en el cual la Secretaría de Gobernación puso a disposición de dicha Entidad Federativa recursos a través de la figura de "Apoyos Parciales Inmediatos" del FONDEN, por lo que las autoridades del Estado de San Luis Potosí están valorando los aspectos prioritarios y urgentes que puedan ser atendidos de manera inmediata a través de esta figura.

Con la emisión de esta Declaratoria de Desastre, se activan los recursos del FONDEN reconstrucción, para la atención de los daños ocasionados en la infraestructura pública y las viviendas de la población de bajos ingresos como consecuencia de dicho fenómeno natural.

DIRECCION DE INFORMACION

PALACIO NACIONAL

EDIFICIO 3 2° PISO

COL. CENTRO

TELS. 36.88.58.05 y 58.93

C.P. 06000

### 3.2 La emisión de comunicados

El comunicado de prensa es otra de las herramientas básicas de interacción entre gobierno-prensa-sociedad y básicamente “es un texto transmitido por un organismo oficial o privado para ser publicado para conocimiento general del público”<sup>25</sup>. Este escrito que reúne la información fundamental sobre algún tema, persona y/o producto, y en el cual se fija una postura frente a un determinado suceso se envía a los medios de comunicación para que éstos se encarguen de difundirla entre la población.

El origen del comunicado se remonta a la época griega cuando las noticias eran llevadas por mensajeros que recorrían grandes distancias para difundir de viva voz o mediante sencillas cartas la información entre los gobernantes y éstos, a su vez, se encargaban de trasmitirla al pueblo.

Después, con la invención de la imprenta en el siglo XV, el mundo vivió una gran revolución ideológica, gracias a la posibilidad de la difusión de mensajes entre miles de personas en un soporte estable, de fácil distribución y bajo costo.

Durante el siglo XVII, algunos periódicos comenzaron a editarse en varios países y desde su nacimiento recibían información para su publicación de diferentes actores de la vida pública en forma de cartas, sermones, panfletos y ensayos. El poder de influencia que tuvieron estos medios los convirtió en instrumentos de propaganda para la movilización social, política y económica, que daría pie a los movimientos revolucionarios e independentistas de las sociedades de todo el mundo.

El comunicado de prensa se extendió rápidamente durante el siglo XIX, al nacer la profesión de agentes de prensa, quienes se encargaban de realizar acciones propagandísticas y comerciales a través de escritos que preparaban a nombre de personas y empresas, y que distribuían finalmente entre periódicos de la época.

---

<sup>25</sup> José, Martínez De Sousa. Ob. cit., p.118

En *Teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, Raúl Rivadeneira especifica que a diferencia del boletín, el comunicado no tiene periodicidad, aunque el contenido de ambos es similar: concentran información importante y conveniente para la empresa o institución que lo emite y evita dar datos comprometedores o negativos. Otra diferencia entre el boletín y el comunicado es que este último generalmente versa sobre temas específicos o vinculados con éste, el boletín, en cambio, es un conjunto de noticias cortas y variadas.

Las características del comunicado de prensa son:

- Obedece a un hecho noticiable de actualidad
- Vida útil breve y concreta
- Claridad y concisión en los mensajes
- Sin información redundante, antigua o inútil
- Lenguaje accesible al lector
- Sin adjetivos
- Fuente fiable y datos contrastables
- Declaraciones, si son relevantes y aportan información de valor para el hecho noticiable

Los comunicados oficiales que se envían a las redacciones llegan en papel timbrado, con sello y firma reconocidos. No siempre se publican íntegramente; a veces se resumen, poniendo entre comillas o de forma destacada (cursiva, negrita) las palabras o pasajes de interés informativo. Estas características se asemejan a las del boletín de prensa, e inclusive dentro de las pequeñas oficinas de prensa se les suele abordar como sinónimos, pero a diferencia del carácter periodístico del boletín, el comunicado suele ser emitido para fijar y comunicar la postura que asume la dependencia ante determinados hechos de trascendencia social y/o mediática.

Por eso, de ninguna manera “el comunicado debe confundirse con el boletín informativo, pues el primero, aun en el caso de que se produzcan varios seguidos en la misma fuente, carece de periodicidad, ya que su emisión cesará en cuanto desaparezcan los hechos concretos que le dieron lugar”<sup>26</sup>, y por lo general el comunicado se utiliza para fijar la postura que asume la institución o empresa ante determinados hechos de actualidad.

Además, Patricia Vargas precisa que la naturaleza del comunicado de prensa es informativa, sin embargo también puede ser una de las herramientas básicas de la comunicación institucional, no la única ni la decisiva, para promover y mantener una imagen favorable de la empresa al ser el medio a escala masiva y toda vez que llega a los diferentes medios de comunicación (periódicos, radio, televisión, agencias informativas y portales informativos en Internet) que son los encargados de llevar el mensaje institucional al público.

Rivadeneira señala que el tratamiento más adecuado para este material y que se aconseja en las redacciones es el siguiente: leer íntegramente en trabajo, descubrir el dato más resaltante y periodísticamente útil, eliminar todo lo subjetivo y reelaborar el mensaje conforme a la importancia del hecho y a las disponibilidades de espacio en la edición que se prepara.

Por último, enviar comunicados vía electrónica ofrece múltiples ventajas, tanto para el periodista como para el profesional de relaciones públicas, aunque también impone ciertas limitaciones para ambos.

Ventajas para el periodista:

- Recibe la información directa y rápidamente en su puesto de trabajo o, si tiene un webmail, desde cualquier ordenador con acceso a internet.
- El formato del comunicado es más atractivo.

---

<sup>26</sup> *Idem.*

- No le ocupa espacio físico.
- Facilita el almacenamiento de la información.
- Puede acceder automáticamente a más fuentes de información disponibles en la red.

Ventajas para el profesional de relaciones públicas:

- Posibilidad de enviar la información directa y rápidamente a cientos o miles de periodistas.
- Reducción de costes de distribución (se evitan impresiones, manipulaciones, sellos y mensajerías, así como todo el tiempo antes dedicado a todas estas actividades).
- No le ocupa espacio físico.
- Posibilidad de acompañar la información con imágenes de alta resolución, audio y vídeo, para descargar y utilizar posteriormente en los medios de comunicación.
- Establece interactividad con los periodistas mediante algunas sencillas funciones incluidas paralelamente al comunicado (votaciones, formularios, inscripciones, juegos, etc.).
- Permite mantener actualizada en tiempo real la base de datos de correos electrónicos de periodistas.
- Origina visitas de líderes de opinión a las páginas webs de las empresas o instituciones que remiten la información.

A continuación se presenta un ejemplo de comunicado para prensa en el que la Presidencia de la República fija la postura presidencial sobre la legalización de las drogas en nuestro país.



## **Debe analizarse a profundidad la regulación de estupefacientes: FCH**

2010-08-03

*Comunicado*

Residencia Oficial

CGCS-151

Durante los Diálogos por la Seguridad convocados por el Presidente Felipe Calderón Hinojosa este lunes y martes, para sostener encuentros con la sociedad civil y con expertos y especialistas en la materia, algunos participantes esgrimieron argumentos sobre la conveniencia de estudiar la legalización de algunas drogas.

Al respecto, el Titular del Ejecutivo Federal se limitó a tomar nota de los argumentos expuestos sobre la regulación de estupefacientes, y consideró que deben analizarse a profundidad los convenientes e inconvenientes de este debate.

El Mandatario mexicano puntualizó que legalizar las drogas en México podría ocasionar que nuestro país pague todas las consecuencias negativas de esta modificación en la legislación, recibiendo muy pocas consecuencias positivas a cambio. El Presidente Calderón fue enfático al señalar que varias generaciones de jóvenes estarían en riesgo debido al previsible incremento en el consumo de estas sustancias, que resultaría de su legalización.

Por lo tanto, aún estando en contra de la legalización de las drogas, el Presidente Calderón no se opone al debate en torno a este tema.

### 3.3 La Síntesis Informativa

La síntesis informativa y monitoreo de medios son actividades de seguimiento constante de la labor informativa de todos los medios de información y dentro de las oficinas de comunicación social, a la reseña de los textos periodísticos más importantes publicados en los periódicos se le llama síntesis informativa y al resumen de los noticiarios de radio y televisión se le conoce como monitoreo de medios electrónicos. En síntesis y monitoreo no sólo se labora de lunes a viernes, sino también sábados, domingos y días festivos.

La producción de la síntesis informativa comprende dos etapas de procesamiento de información que los medios de comunicación difunden. La primera, es la selección y jerarquización de la información, que se refleja en la elaboración de una carpeta de recortes de periódicos. La segunda etapa, es la de interpretación y análisis de contenidos informativos, incluidos en la síntesis informativa.

El término carpeta de recortes, también llamado *dossier*, compendio o resumen ejecutivo, hace referencia al conjunto de recortes obtenidos, a diario, de recortes de periódicos y revistas en todos sus géneros periodísticos, para después fotocopiarlos y darles un determinado orden.

“Generalmente la información que se incluye responde a los valores de oficio noticioso de la prensa: actualidad, importancia, novedad y proximidad. Así, la inclusión de una nota está determinada por el potencial interés que tenga para el titular de la institución”<sup>27</sup>.

La segunda etapa del procesamiento de la información que implica precisamente la síntesis informativa, consiste en el resumen de los textos periodístico que pueden ser importantes para el titular de la dependencia, y que se incluyen en la

---

<sup>27</sup> Víctor Hugo, Cervantes Nájera. *Importancia de la síntesis como medio especializado de información en el gobierno federal*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1995, p.69.

carpeta de recortes. Por otra parte, a la reseña de los contenidos noticiosos de la radio y televisión se denomina monitoreo de medios.

Elaborar la síntesis de información implica ejercer habilidades de análisis para saber determinar cuál nota es importante y; para determinar de esa información qué es lo relevante y cómo va a presentarse dentro de la carpeta informativa. Esa decisión de reseñar una nota se toma a partir de los criterios de importancia de la información, antes mencionados, y de la evaluación acerca de cómo y en qué medida afecta a la institución. Por ello, la síntesis debe ser un producto informativo que supere la mera información parcial, tendenciosa y descontextualizada que puede llevar a la toma de una decisión inconveniente por parte del funcionario.

La elaboración de síntesis informativa también está determinada por el número de ediciones periodística, es decir, si los diarios tiene una edición de mediodía o vespertina y el número de noticiarios de radio y televisión que se transmiten al día.

Así la producción de síntesis informativa puede ser una o hasta tres al día:

- Síntesis matutina: incluye los textos que los periódicos publican en la mañana; y en cuanto a radio, televisión e Internet, incluye la información de los noticiarios matutinos y también de la noche anterior.
- Síntesis meridiana: incluye la información que publican los diarios que tiene una edición de mediodía y en ocasiones el monitoreo de los noticiarios radiofónicos de mayor duración.
- Síntesis vespertina: comprende la información de los diarios de la tarde, así como el monitoreo de los noticiarios de radio y televisión vespertinos, además de la información que se actualiza en los portales que los medios de comunicación tiene en Internet.

## Integrando la Síntesis informativa

Al integrar la síntesis informativa generalmente se concentran dos tipos de información, la especializada en sector y la general. De modo que con frecuencia se combina la síntesis informativa y la carpeta de recorte y las posibilidades de presentar la síntesis informativa se puede organizar por medio de comunicación, temáticas o géneros periodísticos.

Sin embargo, hay coincidencias en su elaboración por ejemplo suelen comenzar con la información que hace referencia directa a la institución y después al medio local y nacional. La síntesis contiene la siguiente información:

- Primeras planas u ocho columnas: se reduce en fotocopias las primeras planas de los diarios o se transcribe los titulares que ocupan las ocho columnas de los diarios.
- Síntesis especializada: presenta un resumen de las notas más importantes del sector que publican los periódicos, además de recortar la nota para incluirla en la carpeta informativa.
- Monitoreo de radio y televisión: contiene el resumen de las notas que se difunden sobre el sector en los noticiarios de radio y televisión. “El monitoreo se puede realizar con diversos grados de profundidad: puede ser una transcripción textual de lo que dice el locutor o el reportero, un resumen de lo más importante que se transmitió, o bien, la interpretación sobre la forma y el contenido de la información difundida por la radio y la televisión.”<sup>28</sup>
- Recorte especializado: incluye las menciones que los periódicos publican sobre la institución y que hacen referencia al titular, a demás funcionarios, a las acciones y políticas de la dependencia, así como información referente a otros sectores vinculados con el quehacer de la institución,

---

<sup>28</sup> *Ibidem*, p.75.

En cuanto a la presentación de la sección de recortes, se puede realizar de la siguiente forma:

- a) Por medio: las notas se presentan agrupadas por cada uno de los periódicos, sin prestar atención al género periodístico.
- b) Por géneros periodísticos: se organiza la información de acuerdo con los géneros periodísticos: nota informativa, columna, editoriales y cartones. Esta parece ser la más adecuada y la que más oficinas de comunicación social han adoptado para realizar su síntesis informativa.

Además esta área cuenta con un directorio con las direcciones y teléfonos de los periódicos, estaciones de radio, canales de televisión y revistas políticas en la entidad.

### **Elaborando la Síntesis informativa**

El horario de trabajo para la realización de la síntesis informativa comienza a primeras horas del día, pero en su mayoría oscila entre 04:00 o 05:00 a 06:00 de la mañana, tiempo en el que hay que revisar todos los periódicos del día y revistas políticas para ubicar todas las notas, columnas, artículos o caricaturas que se refieran a la dependencia, al sector o a los funcionarios en turno; se recortan y pegan en hojas blancas, se anota el medio, la página y fecha de la publicación; posteriormente se redacta un resumen de las mismas, clasificadas por notas informativas, columnas políticas y artículos de opinión.

En las siguientes páginas se presenta un ejemplo de síntesis informativa que diariamente elabora la oficina de comunicación social de la delegación Gustavo A. Madero y en la que tuve la oportunidad de prestar mi servicio social durante el primer semestre de 2009.



**RESUMEN EJECUTIVO**

12-10-09





Gustavo A. Madero  
...Trabajamos para ti

## DELEGACIÓN GUSTAVO A. MADERO



Ciudad  
de  
México  
*Capital en Movimiento*



Gustavo A. Madero

## RESUMEN EJECUTIVO

Lunes 12 de octubre de 2009

### LO MÁS SOBRESALIENTE DE HOY

<p><b>GOLPEA A LA CIUDAD HAMPA DEL ORIENTE</b></p>	<p>Informes de la SSP-DF y la PJGJDF, mencionan que las delegaciones Iztapalapa, GAM, y Cuauhtémoc desde hace 10 años se disputan el primer lugar en delincuencia , en el caso de GAM, tiene 13 mil 580 averiguaciones previas, 62.2 cada 24 horas (Reforma, Staff, p. 4; Sol, Fernando Ríos, p. 1; Ovaciones,, Notimex, p. 8; Gráfico, Notimex, p. 9; 12/10/09)</p>
<p><b>SE CONSTRUÍAN ESTACIONAMIENTO EN GAM</b></p>	<p>El GDF, invitará a empresas nacionales y extranjeras a participar en la construcción de trece estacionamientos subterráneos, con una inversión de 18 mil 25 mdp, algunos de estos estacionamientos se prevé edificarlos en Politécnico, Montevideo y Fortuna dentro de la delegación GAM (Jornada, Laura Gomes, p. 37; 12/10/09)</p>
<p><b>QUEJAS Y DENUNCIAS</b></p>	<p>Vecinos de la colonia Gabriel Hernández, reportan que en la calle Cabo Corrientes, ubicada entre Cabo Verde y Cabo San Antonio, hay una caja de camioneta en la banqueta, lo cual impide el libre paso peatonal desde hace cinco años (Metro, p. 7; 12/10/09)</p>
<p><b>LA JORNADA "ASTILLERO"</b></p>	<p>Los tutores estratégicos de Felipe Calderón creen que la debilidad de la izquierda es dividirla, y el clima de linchamiento a la SME, es el golpe político y social más relevante del felipismo y el panismo, si la izquierda (social, partidista, electoral) es derrotada en este lance habrán quedado instaladas las condiciones para una nueva era; sombría y de manipulación. (La Jornada, Julio Hernández López, p.4)</p>
<p><b>EL UNIVERSAL MANUEL CAMACHO</b></p>	<p>El gobierno decidió liquidar Luz y Fuerza con el argumento de que es muy caro el subsidio. Las razones verdaderas son otras: lo que pretende el gobierno con el</p>



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México, la Ciudad de la Esperanza



1



Gustavo A. Madero

	<p>golpe de mano contra SME es cambiar a su favor la correlación de fuerzas, que entiendan todos: la izquierda, el movimiento social, el PRI, los sindicatos, el congreso, los empresarios y los medios.</p>
<p><b>REFORMA "PLAZA PÚBLICA"</b></p>	<p>Este "manotazo" fue cuidadosamente preparado se consumó horas después de que el equipo mexicano aseguró su presencia en el campeonato mundial, previamente, la propaganda oficial para que se creyera que se tiene que acabar con una doble lacra; la operación deficitaria del organismo eléctrico y los abusos de su personal.</p>



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL  
México, la Ciudad de la Esperanza





Gustavo A. Madero  
...Trabajamos para ti

## MONITOREO DE R. Y TV.





## MONITOREO MATUTINO

Lunes 12 Octubre de 2009

### LO MÁS SOBRESALIENTE DE HOY

**VICTOR LOBO DELEGADO EN GAM, LLAMA AL GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO, A COOPERAR EN LA DISTRIBUCIÓN DEL AGUA**

El jefe delegacional en Gustavo A. Madero Víctor Hugo Lobo, denunció que representantes del gobierno del Estado de México impiden el paso del personal del Sistema de Aguas de la Ciudad de México, para que dé mantenimiento a los pozos del sistema Chiconautla que abastecen a la demarcación, el funcionario señaló que ante esta situación, la amenaza de escases esta latente por lo que se impulsará una campaña de racionalización del recurso, además de que actualmente se construyen cinco pozos, dos en el deportivo los Galeana, dos en el Bosque de Aragón y uno en León de los Aldama (Reporte 98.5, Paulina Fuentes, 7:15, 12/10/09) Llama el delegado en Gustavo A. Madero al gobernador del Estado de México Enrique Peña, a no lucrar con las necesidades de la ciudadanía y a aumentar el caudal que proviene del sistema Chiconautla, para abastecer a las zonas oriente, centro y sur de la jurisdicción, hay preocupación ahí en Gustavo A. Madero, porque no vaya a tener un apoyo puntual en este tema o bien vayan a entrar ellos en una especie de torbellino de complicaciones en la Gustavo A. Madero, esa es la visión del delegado en esa demarcación (Formato 21, Carlos González, 7:22, 12/10/09)

**GAM DE LAS DELEGACIONES CON ALTO INDICE DELICTIVO**

La delegación Cuauhtémoc se convirtió en la demarcación con la mayor incidencia delictiva de la ciudad, por encima de Iztapalapa y Gustavo A. Madero señalan datos de la Procuraduría General de Justicia del DF (Formato 21, Carlos González, 7:22, 12/10/09) Por



Gobierno del Distrito Federal  
México, la Ciudad de la Esperanza





Gustavo A. Madero

	<p>encima de Iztapalapa y Gustavo A. Madero, la delegación Cuauhtémoc es la demarcación con más incidencia delictiva de la ciudad de México, de acuerdo con datos de la procuraduría capitalina de diciembre del 2008 a julio de este año, dicha delegación registro 17 mil 163 delitos, es decir, 77.3 actos cada día (Reporte 98.5, Paulina Fuentes, 7:15)</p>
<p><b>LA CFE SE ENCARGARÁ DE PRESTAR EL SERVICIO DE ENERGIA ELÉCTRICA</b></p>	<p>La Comisión Federal de Electricidad, será la encargada de prestar el servicio eléctrico en la zona centro del país, tras la extinción de Luz y Fuerza del Centro (Formato 21, Jesús Escobar, 05:02, 12/10/09)</p>
<p><b>DIPUTADOS DEL PAN Y LA AMB APOYAN A FCH POR EL CIERRE DE LyFC</b></p>	<p>La bancada del PAN en la cámara de diputados respaldo y se solidarizó con el presidente Felipe Calderón, en la decisión de liquidar a Luz y Fuerza del Centro (Formato 21, Jesús Escobar, 05:00, 12/10/09) La Asociación de Bancos de México apoyó la liquidación de Luz y Fuerza del Centro, y confió en que será respetado el derecho de los trabajadores. (Once Noticias, Irma Pérez, 6:35)</p>
<p><b>EL SME ANUNCIÓ MARCHAS AL ZÓCALO CAPITALINO</b></p>	<p>La dirigencia del Sindicato Mexicano de Electricistas, anuncio que el jueves próximo, los trabajadores efectuarán una marcha que partirá del Ángel de la Independencia hacia el Zócalo capitalino y recibirán el apoyo del sindicato de maestros (Formato 21, Jesús Escobar, 05:01, 12/10/09)</p>
<p><b>LA SE INFORMÓ QUE LA INDEMNIZACIÓN SERÁ OTORGADA POR LA SUBSECRETARIA</b></p>	<p>La subsecretaria de electricidad, será la encargada de aprobar el esquema de indemnización laboral voluntario de los trabajadores de Luz y Fuerza del Centro, informó la Secretaria de Energía (Formato 21, Gerardo Romero, 05:20, 12/10/09)</p>
<p><b>ELEMENTOS DE LA PF RESGUARDAN INSTALACIONES DE LyFC</b></p>	<p>Alrededor de 1.500 elementos de la policía federal, mantienen bajo resguardo las instalaciones principales de luz y fuerza del centro, en las cuales un grupo de cerca de 20 ingenieros de la comisión de federal de electricidad operan el centro de computo, desde donde se controla toda la distribución de electricidad del valle de México (Formato 21, Gerardo Romero, 05:21, 12/10/09)</p>
	<p>GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL México, la Ciudad de la Esperanza</p> 

# EL UNIVERSAL

EL GRAN DIARIO DE MÉXICO

AÑO 83 • NÚMERO 23851 MÉXICO, D.F. • 228 PÁGINAS

## Y DESPUÉS DEL APAGÓN

Los electricistas se agitaron y se prepararon para también organizarse en una asociación independiente.



GOBIERNO E IP ACUSAN A LUZ Y FUERZA DE INEFICIENTE Y CORRUPTA

# No hubo acuerdo; sindicato resistirá

Calderón: No se privatizará el servicio; promete recontractación Segob ofrece liquidaciones "por encima de la ley"; SME dice no a AMLO y Encinas darán apoyo a la lucha de los electricistas

México, D.F. 14 de febrero. El gobierno federal y el sindicato de Electricistas (SME) de la Luz y Fuerza del Centro (Luz y Fuerza) no alcanzaron un acuerdo. Aunque la Secretaría de Energía y Fomento (SENER) anunció a primera hora del domingo que se había alcanzado un acuerdo, el secretario de Energía, Manuel Espinosa, anunció que prometió que el gobierno no se privatizará el servicio y que se recontractará el servicio y largo plazo. El jefe del sindicato, Juan Carlos Calderón, anunció que resistirá el acuerdo que se le ofrece.

Además, anunció que pedirá al gobierno que se recontracte el servicio y que se recontracte el servicio y largo plazo. El jefe del sindicato, Juan Carlos Calderón, anunció que resistirá el acuerdo que se le ofrece.

El jefe del sindicato, Juan Carlos Calderón, anunció que resistirá el acuerdo que se le ofrece.



MULTITUDINARIA. Los trabajadores marcharon en Colima para exigir un acuerdo con Luz y Fuerza del Centro. En el fondo se ven los edificios de la Secretaría de Energía y Fomento.

El jefe del sindicato, Juan Carlos Calderón, anunció que resistirá el acuerdo que se le ofrece.

El jefe del sindicato, Juan Carlos Calderón, anunció que resistirá el acuerdo que se le ofrece.

El jefe del sindicato, Juan Carlos Calderón, anunció que resistirá el acuerdo que se le ofrece.

## crónica

### Los agarraron festejando al Tri

México, D.F. 14 de febrero. En el primer minuto del domingo, cuando comenzó el juego de fútbol entre los jugadores de la selección mexicana y la selección de Estados Unidos, los jugadores mexicanos se agitaron y se prepararon para también organizarse en una asociación independiente.

En el primer minuto del domingo, cuando comenzó el juego de fútbol entre los jugadores de la selección mexicana y la selección de Estados Unidos, los jugadores mexicanos se agitaron y se prepararon para también organizarse en una asociación independiente.

**KIOS**  
EL CINE RECIBE MIGAJAS  
En la que resta del año se estrenarán 24 cintas importantes, entre ellas las producciones de Hollywood.

**Pondrán en orden al sexoservicio**  
El gobierno del Distrito Federal y representantes de sexoservidores analizarán experiencias internacionales y los efectos del soborno de propina.

**ERARQUÍA RECUPERADA**  
Una encuesta del INEGI muestra que el 60 por ciento de los mexicanos cree que la burocracia mexicana es ineficiente.

**OPINIÓN**  
JACOBO ZABALGOY  
DÍA DE FIESTA  
El festejo del Día de la Independencia en México debe ser una celebración que promueva el desarrollo del país.

**DARDOS HOY**  
Roberto Bolaño  
Luisa Cordero  
Luisa Cordero

# La Jornada

DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE  
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAYAN VELVER

LUNES 12 DE OCTUBRE DE 2009  
MÉXICO, DISTRITO FEDERAL - AÑO 26 - NÚMERO 9037 - www.jornada.unam.mx

10 PESOS

## LISTOS PARA LA "BATALLA LEGAL"



El Sindicato Mexicano de Electricistas acordó encabezar una movilización social contra el decreto que desmantela Luz y Fuerza del Centro. En una marcha del Monumento a la Revolución a la Secretaría de Gobernación, aseguró que su lucha se llevará "hasta las últimas consecuencias". Los dirigentes Martín Esparza y Alejandro Muñoz hicieron a un lado sus diferencias y acordaron rechazar a toda costa la extinción de la paraestatal ■ Fpto Jesús Villaseca

■ Promoverá SME controversia constitucional contra el decreto

## En la liquidación de LFC no hay marcha atrás: SG

- Oficializan que la CFE se hará cargo de la operación de la compañía
- El sindicato interpondrá un amparo general y 66 mil individuales
- Esparza: el fondo del ataque es el gran negocio con la red de fibra óptica

ALONSO URUÑA, PATRICIA MUÑOZ Y FABIO MARTÍNEZ

■ 3 a 6

## Calderón: las finanzas de Luz y Fuerza, insostenibles

■ Los costos de operación eran casi el doble que sus ingresos, argumenta

■ "Los recursos que recibía iban a privilegios y prestaciones laborales"

■ 13

## "Potentados y halcones" están detrás del embate: AMLO

■ Electricistas no van a estar solos en su lucha, advierte el tabasqueño

ANDREA BECERRIL

■ 16

## El ordenamiento de extinción de la paraestatal es ilegal: juristas

■ "El Ejecutivo rebasó sus atribuciones y violó varios artículos constitucionales"

ALFREDO MÚÑEZ Y GABRIEL LEÓN

■ 18

## Indemnizar a electricistas costará \$20 mil millones: SHCP

■ Ofrece pago adicional y posible recontractación a los que firmen pronto

ALONSO URUÑA

■ 15

### opinión

## Sabadazo contra el SME

CUAUHTEMOC CÁRDENAS

18



LÍNEAS  
10 de Octubre  
2009  
México, D.F.

# REFORMA

CORAZÓN DE MÉXICO

\$ 12.00  
132 páginas,  
7 secciones  
Año 10,  
Número 5, 774



“Prácticamente todas las decisiones de Luz y Fuerza del Centro tenían que tomarse en función de las demandas del sindicato y no de los intereses de los usuarios, a quienes debían servir”.

Fernando Gómez Mont, Secretario de Gobernación



“La organización está preparada para resistir este golpe. Vamos a actuar en diferentes planos: el jurídico, el político y el social. Nuestras demandas son tres, pero la central es la derogación del decreto”.

Humberto Montes de Oca, secretario del comité del SME



“Sus costos exorbitantes, las constantes pérdidas y los pasivos laborales en permanente aumento (...) hacían inconveniente la permanencia de una empresa que perjudica la economía nacional”.

Armando Paredes, Consejo Coordinador Empresarial

Abren cartera para finiquitar Luz y Fuerza del Centro

## Darán de liquidación 2.5 años de salario

Calcula la SHCP que indemnizaciones tendrían un costo de 20 mil millones

Antonio Rivera

Al cierre del proceso de liquidación de Luz y Fuerza del Centro (LFC), el Gobierno federal pagará a los trabajadores indemnizaciones hasta cinco veces superiores a las que marca la ley. Desde Fernando, Secretario del Trabajo Informal, que cada vez que se rechaza, se promueven el rechazo a otros días de salarios. “Mantener la ley establece que el trabajador que se liquida no le da tres meses más 12 días de pago por año de servicios, aquí el LFC cada trabajador recibe un promedio de una indemnización mensual de 12 días de salario”, dijo el domingo, el Gobierno anunció la intención de la parlamentaria de la crisis se busca liquidar a los 10 mil trabajadores de LFC. Para lograrlo, la estrategia parlamentaria se enfoca en obtener una magna compensación a los trabajadores para que acepten la liquidación. De hecho, Agustín Rivera, Secretario de Hacienda, dijo que el costo de las indemnizaciones ascendiera hasta a 20 millones de pesos. Al explicar el renglón de las indemnizaciones, Lantano indicó que las indemnizaciones tendrán un costo superior a lo que se había planeado. El salario integrado incluye el pago nominal como las prestaciones, como es, la "aguada" de vacaciones, transporte y despensa, así como un fondo de ahorro y el pago de la energía eléctrica que consumen los trabajadores. “De hecho, las prestaciones representan el 52 por ciento del salario integrado, y el salario nominal es el 48 por ciento. La indemnización planteada en la ley, además de los costos de ley, se complementa con diversos bonos que se suman en función de la antigüedad laboral, la cual en LFC, es promedio de 14 años. Así un empleado con 20 años de trabajo que optara por firmar un documento de preaviso por un monto de 2 mil 361 días de salario integrado. Es decir, si su salario base es de 20 mil pesos, obtendría el equivalente a 65 años de servicios (20 mil 361 días)”, dijo. En tanto, para un trabajador que optara por firmar el documento de preaviso, el pago sería de 495 días de salario integrado. “Así que, en un mensaje en cadena nacional, el Presidente Felipe Calderón dijo que los trabajadores podrían ser reconstruidos si la empresa hizo nuevas condiciones laborales. “También informó que ofreció programas de apoyo para que puedan iniciar pequeñas empresas y emprendimientos en la industria turística, así como orientación y capacitación para que encuentren mejores opciones de empleo.

NEOCIOS 1 Y 2 NACIONAL 4 A 12 REFORMA.COM



En las instalaciones de LFC permanecieron ayer resguardos por policías.



Las instalaciones de LFC permanecieron ayer resguardas por policías.

## Son migajas, dice el SME

Luis Beltrán

El líder del Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), Martín Figueroa Flores, llamó a los agremiados en redes y periódicos a no aceptar la liquidación o pensión que el Gobierno federal les ofrece tras el decreto para desamargar Luz y Fuerza del Centro. Luego de que el Comité Central del premio reanudara la

Asamblea General Extraordinaria Permanente, el dirigente pidió no caer en la tentación de aceptar o proponer la promesa de una posible reconstrucción. “No podemos recibir estas migajas. No podemos ser en contra del convenio colectivo de trabajo. No aceptemos la liquidación. Tenemos que agarrarnos todos y transferir el seguro individual”, advirtió Figueroa. Además, el SME se declaró en

“estado de emergencia” y anunció marchas y movilizaciones para buscar revocar el decreto. Tras dos horas de la tercera sesión, la cual se realizó también en la sede del premio, el comité central pidió a los trabajadores una disciplina férrea, al grado de que los llamaron a no signar ni consumir bebidas alcohólicas. A partir de hoy, los trabajadores iniciarán una campaña de propaganda en las calles.

## Tiene 'bache' Arco Norte

Resuelve un juez que la SCT restituya un tramo de 10 km a ejidatarios

Armando Estrada y Verónica Jiménez

El Arco Norte, el proyecto carretero más importante del sector, está en problemas legales. La SCT y la empresa Concesionaria restituyen un tramo de 10 kilómetros y 360 metros por haberse producido un error en las

de poses para construir 123 kilómetros, que comunicaría a Querétaro, el Estado de Hidalgo, Tlaxcala y Puebla sin entrar al DF. “Nosotros siempre estuvimos dispuestos a negociar, pero nos ofrecieron el terreno por un monto de 800 millones de pesos. Nosotros pedimos 800 millones a tratar, pero como siempre, prefirieron la vía fácil del despojo”, acusó el ejidatario de Cananigua, Estado de México. Al respecto, la SCT informó que, ante la resolución del juzgado de Toluca, se está preparando un recurso de nulidad y se espera que no se esté realizando ningún otro trámite en el caso.

NACIONAL 15

## GANCHA

Broncos de Denver mantiene el invicto al vencer a los Patriotas de Nueva Inglaterra en tiempo extra 20-17.

10 de octubre 2009



Maribel Vichos, esposa de don Carlos Vichos.

REFORMA.COM  
Búscate en la tribuna  
Si fuiste al Atlixteco el sábado, encontrarás en la página de alta resolución de REFORMA.COM una especial

INTERFASE  
Expande la realidad  
Nuevas aplicaciones en dispositivos móviles ofrecen información adicional de lo que "ve" la cámara. PÁGINA 1

INTERNACIONAL  
Armados hasta los dientes  
Venezuela y Colombia completan en una carrera armamentística en la cual el Gobierno de Chávez saca ventaja. PÁGINA 24

OPINIÓN Y COLUMNAS Granados Chapa (17) • Silva-Herzog Márquez, Sergio Sarmiento (18) Juan Enriquez (19) • Andrés Oppenheimer (Int. 26) • Capitán (Reg. 3)

61097200006

Cultura  
En vivo, el premio a lo mejor  
de las letras alemanas  
para Herta Müller página 50



Negocios  
Califican de pobre  
la iniciativa  
recaudatoria p. 20

Ciudad  
Ambulantes  
amagan con  
retomar el Centro página 30



# MILENIO

NACIONAL  
LUNES  
12 DE OCTUBRE  
DE 2009

www.milenio.com

DIARIO © AÑO 10, NÚMERO 8573 • \$10.00 •

periodismo con carácter



Alfredo Elias y los titulares de Energía y Gobernación, en conferencia de prensa



Martin Baparra encabezó la asamblea para decidir el plan de acción

El servicio de luz "no se privatiza", ratifica el jefe del Ejecutivo; "se teme sabotaje", alerta Kessel

## Serán recontratados electricistas: Calderón

El SME llama a no cobrar; critica Rojas el "desmantelamiento de instituciones" **p. 4 a 12**

**Segob se responsabiliza**  
El operativo fue "legal y limpio", asegura Gómez Mont

**Agustín Carstens**  
Calculan que costará 20 mil mdp liquidar la compañía

**Avala IP la medida**  
"Ya era hora de actuar, lo pedimos hace mucho tiempo"

**Reacción de juristas**  
"Se extralimitó el Presidente; el acto, inconstitucional"

**Opinan sobre el tema**  
Aguilar Camín, Gómez Leyva, Carlos Mota y Álvarez Lima páginas 2, 3 y 16

Entrevista



**Soberanes: "fui un ombudsman incómodo"** p. 14

Trece programas  
**Denuncia PRI millonario subejercicio antipobreza**

La oposición presenta hoy contrapropuesta económica página 14



La afición

**Aguirre sacó la casta y dio un giro al Tri**

En caso de ganar a Trinidad, logrará 21 de 30 puntos rumbo al Mundial de 2010



Hoy escriben Jairo Calixto Albarrán, Román Revueltas Retes Págs. 2/3 • Félix Cortés Pág. 16 • José Luis Reyna, Juan Pablo Becerra-Acosta Pág. 18 • Luis González de Alba Pág. 19 • Jesús Rangel Pág. 24 • Braulio Peralta Pág. 47 • Xavier Velasco Pág. 52 • Susana Moscatel, Álvaro Cueva, hey!





# LA PRENSA

LUNES 12 DE OCTUBRE DE 2009

ORGANIZACION EDITORIAL MEXICANA AÑO LXXOII NUM. 28,644 <http://www.la-prensa.com.mx> MARIO VAZQUEZ RAÑA, PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL MAURICIO ORTEGA CAMBEROS, DIRECTOR

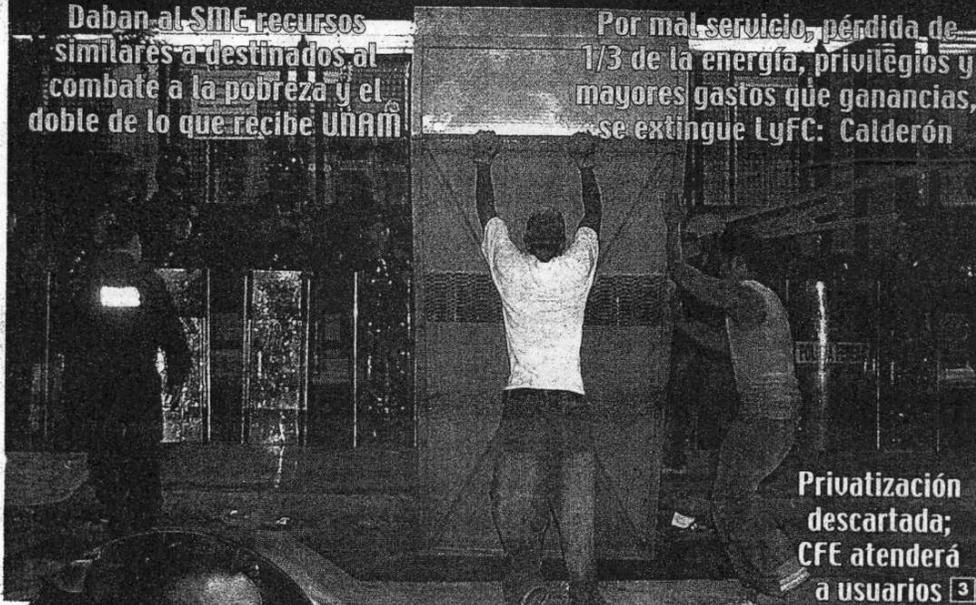
EL PERIODICO QUE DICE LO QUE OTROS CALLAN

# ¡SE ACABO!

## FUERZA DEL CENTRO

**Daban al SME recursos similares a destinados al combate a la pobreza y el doble de lo que recibe UNAM**

**Por mal servicio, pérdida de 1/3 de la energía, privilegios y mayores gastos que ganancias, se extingue LyFC: Calderón**



**Privatización descartada; CFE atenderá a usuarios 3**



**Martín Esparza y Alejandro Muñoz se unen para la resistencia; 'no nos vamos a quedar con los brazos cruzados'; buscarán ampararse**



**INDICES MÁXIMOS DE CALIDAD DEL AIRE HASTA LAS 19 HORAS DE AYER**

OZONO		PM-10	
Noroeste	97 - 16	Noroeste	30 - 14
Noreste	74 - 15	Noreste	43 - 07
Centro	88 - 15	Centro	23 - 19
Suroeste	81 - 15	Suroeste	20 - 13
Sureste	65 - 14	Sureste	20 - 14

■ La inversión rondará 18 mil millones de pesos y se invitará a especialistas: Setravi

## Se construirán en puntos claves de la ciudad 13 estacionamientos

■ Liberar las vialidades que actualmente están ocupadas por los vehículos, la meta, señala la dependencia ■ Están en las colonias Condesa y Polanco, el Centro Histórico y la Zona Rosa

■ LAURA GÓMEZ FLORES

El Gobierno del Distrito Federal invitará a empresas nacionales y extranjeras especializadas a participar en la construcción de 13 estacionamientos subterráneos con una inversión de entre 18 mil y 25 mil millones de pesos, mediante un esquema de conversión a 30 años, a fin de reducir el aparcamiento de vehículos en vía pública, ya que actualmente 30 por ciento de las vialidades están obstaculizadas por vehículos, anunció el director de Planeación de la Secretaría de Transporte y Vialidad (Setravi), Sergio Aníbal Martínez.

La ciudad cuenta con 100 mil espacios de estacionamiento en sus 12 mil 900 kilómetros de vías públicas, pero el crecimiento del parque vehicular ha provocado que se requieran seis veces más, ya que 600 mil coches se quedan en las calles, por lo que los autos se colocan en doble o triple fila, y en lugares prohibidos, debido a que sitios generadores de concentraciones de gente, como los estadios Azteca o Azul, la plaza de toros o el Palacio de los Deportes carecen de los cajones necesarios para atender a sus visitantes, señaló el funcionario.

A ello se suman áreas como las colonias Condesa y Polanco, el primer cuadro de la ciudad, los centros históricos de Tlalpan y Coyoacán; la Zona Rosa, el Politécnico, Barranca del Muerto, Parque Hundido y San Ángel, que tienen gran número de escuelas, restaurantes, hospitales o negocios, cuya oferta de estacionamiento es muy baja respecto de la demanda, por lo cual se determinó que el Fideicomiso Calidad de Vida lleve a cabo este proyecto conjuntamente con el sector privado que ha mostrado interés en participar, informó.

El funcionario explicó en entrevista que se trata de un plan de negocios redituable para la iniciativa privada, y que dotará a la ciudad de equipamiento, por lo cual la administración capitalina aportará las vías públicas, los estadios de demanda y dará en concesión el terreno para que pueda ser explotado a cambio de una inversión promedio

de 2.8 millones de pesos por cajón, costo que incluye la cimentación e infraestructura de los estacionamientos.

La capacidad de los 13 estacionamientos planteados oscilará entre 500 y 700 lugares, a fin de contar con un total de 9 mil espacios cerca de los centros de intercambio modal de transporte, y estimular a que los conductores dejen el auto y usen el transporte



Aspecto de la calle Michoacán, en la colonia Condesa, donde las vialidades están saturadas por los autos que las usan como estacionamientos ■ Foto Roberto García Ortiz

■ LAURA GÓMEZ FLORES

En los recientes tres años, la administración capitalina ha otorgado reducciones y subsidios fiscales por 40 millones de pesos, menos de uno por ciento de los 5 mil millones captados en el desarrollo de la industria de software, nuevas tecnologías e inmobiliarias, con lo cual ha generado y preservado 22 mil 189 empleos, informó la secretaria de Desarrollo Económico (Sedeco), Laura Velázquez Azúa.

En su tercer informe de labores, que presentará este miércoles ante la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, señala que la capital, al igual que las demás entidades del país, ha sido muy golpeada por la crisis, pero a diferencia de ellas se mantiene como la principal captadora de inversión extranjera directa, con 55 por ciento de la que llega al país, aunque en el segundo trimestre del año, en

■ Empresas de tecnología y software, las beneficiadas, señala

## Subsidios fiscales preservaron más de 22 mil empleos, asegura Laura Velázquez

plena contingencia sanitaria, alcanzó hasta 74.2 por ciento.

Además de aportar 21 por ciento del producto interno bruto nacional, el DF está a la cabeza en generación de empleos formales, con 18 por ciento, más del doble que estados como Jalisco, México y Nuevo León, como resultado de los beneficios fiscales y devolución de impuestos otorgados al sector privado, con lo que se ha logrado mantener la planta productiva, que hoy asciende a 342 mil 500 plazas, dijo.

La funcionaria destacó que como parte de la política de pro-

tección a la economía familiar y al empleo, vigente hasta finales de año, se han devuelto, al 30 de septiembre más de 100 millones de pesos del impuesto sobre nómina (ISN) a 5 mil 407 empresarios, se asesoró y capacitó gratuitamente a empresas, y se otorgaron créditos al autoempleo, apoyo a las micro y pequeñas empresas, y el financiamiento para la comercialización de productos rurales, por 73.3 millones de pesos.

Las medidas adaptadas, a diferencia de otras administraciones, se toman en conjunto con el sector productivo, que participa en las

público: Metro, Metrobús o RTP, señaló, al comentar que hay muchos grupos españoles, que construyeron aparcamientos emergentes en Madrid, interesados en participar.

La determinación final, sin embargo, dependerá de un grupo conformado por las secretarías de Finanzas, Transporte, Obras y Desarrollo Urbano, que junto con el fideicomiso evaluarán las propuestas a presentarse para construir dos estacionamientos en la colonia Condesa, que se ubicarán en avenida Michoacán, de Anáhuac y Tamaulipas, y en avenida Nuevo León, de Juan Escutia a Vicente Suárez. Otros dos en Polanco, en Lord Byron, de Campos Elíseos a Rubén Darío, y Julio Verne, de Emilio Castelar a Paseo de la Reforma, indicó.

En la zona Centro se prevé construir otros dos: en Diagonal 20 de Noviembre, de Chimalpoco a Bolívar, y en Niños Héroes, de Doctor J. Navarro a Doctor Liceaga; en Tlalpan, en Niño Jesús, de San Fernando a Miguel Hidalgo; en Coyoacán, en avenida Pacífico, de África a Asia; en la Zona Rosa, en Niza, de Liverpool a Reforma; en Polidémico, en la avenida IPN, de Montevideo a Fortuna; en Barranca del Muerto, de Revolución a Insurgentes; en Parque Hundido, en Porfirio Díaz, de Baltimore a Insurgentes; y en San Ángel, en avenida Revolución, de Rey Cuauhtémoc a Loreto.

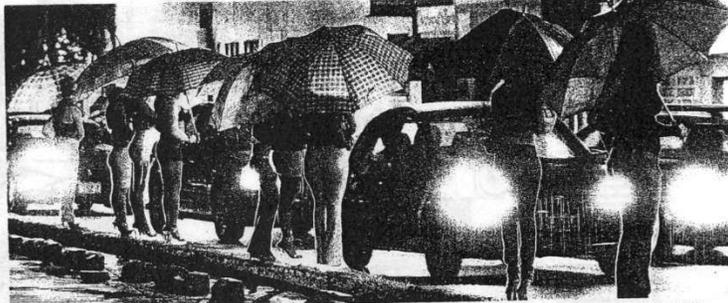
Además, analiza la aplicación de exenciones, descuentos y otros instrumentos para los vecinos, quienes tendrán; además de tarifa preferencial para acceder a estos lugares, un espacio asegurado durante su etapa de construcción, afirmó.

CON INFORMACIÓN DE CLAUDIA ÁLVAREZ LARIS



# DF y Edomex

**PREVENGA SU SALIDA**  
 Con una pena de cárcel y multa...  
**PRONÓSTICO DEL TIEMPO**  
 El Servicio Meteorológico Nacional...  
 5 v 6... 3,4 1,2...  
 100%... 100%...  
 100%... 100%...  
 100%... 100%...



**TRABAJO CALLEERO.** En la ciudad los trabajadores sexuales no sólo se ven en las calles, sino en los mercados, los parques y en los alrededores de la estación y a los autos de transporte por parte de autoridades.

Se tomará parecer a sexoservidores, vecinos y la CDHDF: consejera jurídica

## GDF inicia consultas para reglamentar trabajo sexual

Buscan "punto medio" entre las normas más conservadoras y las más liberales

Aberto Casca

El gobierno del Distrito Federal (GDF) y como regular el sexoservicio en la capital del país, y para ello las autoridades locales han iniciado una serie de consultas y reuniones con representantes de trabajadores sexuales de toda la ciudad, a fin de diseñar una ley o en su caso, un reglamento que regule el ejercicio de esa actividad.

La Consejera Jurídica de la administración capitalina es el área encargada de establecer las consultas y realizar el diálogo con los grupos de personas dedicadas al sexoservicio en la ciudad de México.

Hacia la semana pasada había llevado a las mesas de trabajo a representantes de las personas que trabajan en la ciudad de Tlalvexca, pues ya se ha establecido diálogo con los grupos que operan en las zonas de Buenavista, La Merced y Guadalupe, entre otras.

Además, la Consejera Jurídica del GDF ha empezado a analizar leyes y reglamentos de otros países, e incluso de otros estados del país que ya han legislado sobre el trabajo sexual, con el objeto de adoptar las normas más eficientes y modernas.

Se tomarán en cuenta experiencias internacionales de países como Irlanda, Suecia, España (Barcelona), Perú, Australia, Alemania, Bolivia y Nicaragua, así como reglamentos locales como Veracruz, Durango, del municipio de Guadalupe, en Zacatecas, y San Luis Río Colorado, en Sonora.

**Sacan inclusive de la "compulsadora"**

Para diseñar el ordenamiento local, la autoridad capitalina ha iniciado el diálogo con legislaturas de otros estados de México, así como con legislaturas de otros países, como la propuesta de la Ley de Protección al Sexoservicio planteada en el año 2007 por el legislador perredista Juan Bautista, y la iniciativa de Ley de Trabajo Sexual de la vía pública que en 2007 presentó el también senador del PRI, Julio César Moreno, quien actualmente es otra vez legislador local.

El gobierno de la ciudad también estaba en espera de la definición sobre quién sería el

nuevo presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CDHDF) para invitar a ese organismo a participar en la redacción del nuevo ordenamiento para el trabajo sexual.

Leticia Briones, titular de la Consejería Jurídica capitalina, aseguró el retroceso del gobierno local por esta iniciativa de ordenar a quienes ejercen el trabajo sexual, pero explicó que la intención al impulsar una normativa de esta índole es actuar contra la explotación sexual y el brote.

"Vamos a trabajar y discutir temas como zonas de tolerancia, la regulación de hoteles, los horarios, incluso no hay nada en firme y sabemos que no será fácil sacar adelante una norma, pero esperamos que en un momento de esta semana ya sea un documento definido", dijo Leticia Briones.

Agregó que el plan del gobierno de la ciudad es emitir una ley o reglamento que se encuentre en el punto medio de entre las normas más conservadoras y las más liberales existentes a nivel nacional e internacional, que por un lado garanticen los derechos de quienes se dedican a esa actividad, y por el otro de quienes viven en las zonas del DF donde ocurre el sexoservicio.

**"No somos un grupo especial"**

Después de participar en estas primeras mesas de discusión con las autoridades locales, Alejandra Gil, representante de trabajadores de zonas de la zona de Buenavista, dijo que su planteamiento al gobierno es el de obtener un derecho a crear una ley.

"Hicieron planteamientos que no puede haber una ley porque no somos ningún especial. Queremos que haber leyes para doctores, para bomberos y para todo mundo. Una reglamentación se acepta, pero no una ley. No se necesitan leyes específicas para el trabajo sexual", expresó Gil en entrevista.

Lo que se necesita, agregó, es el reconocimiento de este oficio como un trabajo, así como encontrar un punto medio entre las necesidades de este sector y las exigencias de los grupos vecinales. Por ello también rechazó cualquier planteamiento sobre establecer zonas de tolerancia, integrar padrones de trabajadores sexuales e implementar la obligatoriedad de hacerse exámenes médicos de manera constante, pues dijo que eso es una violación de sus derechos humanos.

"Cuando toda la población se haga exámenes médicos, nos los hacemos nosotros. El gobierno de la ciudad sabe que eso sería una violación a nuestros derechos humanos. Nosotros no somos prostitutas, porque no se ganan nada, hay períodos de incubación de la enfermedad y en una falta de seguridad decir que está bien, cuando podría llevar una regulación sin control hace mucho", dijo.

Expuso que no hay fecho para una segunda reunión con las autoridades, pero consideró necesario que se incorporara a personal de los juzgados civiles y de la Secretaría de Seguridad del DF para definir criterios de actuación de policía y de hacer efectivos, pues son ellos los que más violan los derechos de quienes se dedican al trabajo sexual.

**Revisen propuesta**

Cuatro años después de que presentara su propuesta de Ley de Trabajo Sexual en la Vía Pública...

## Analizan casos de éxito

Aberto Casca

El gobierno del Estado de México (SEMEX) y el gobierno del Estado de Veracruz (SEVER) han iniciado un estudio de los casos de éxito de la regulación del trabajo sexual en la ciudad.

En Veracruz se promueve la prostitución voluntaria ejercida por mujeres de edad, así como la operación de casas de citas, hoteles y sex clubs.

México, en Suecia está desarrollando la venta de servicios sexuales entre personas mayores de edad.

En la región sur-oeste de Cataluña, España, se define al sexoservicio como una actividad de mujeres libres e independientes. Además, la prestación del servicio sólo se puede realizar en interiores de establecimientos autorizados.

Los municipios tienen facultades para permitir la operación de bordares en la vía pública.

En Australia está prohibido que se ejerza la prostitución en las calles y se impuso control estricto de las actividades de los sexoservidores.

En Alemania la legislación federal sanciona el estatus de la prostitución y el tráfico de personas, aunque en las provincias hay reglas distintas, prevaleciendo las de Hesse.

En Bolivia se estableció un reglamento que obliga al registro de las personas que se dedican a ejercer el sexoservicio.

**En México**

A nivel local, en el municipio de Guadalupe, en el estado de Zacatecas, existe un padron de trabajadores sexuales. Se les exige acudir cada mes a realizar exámenes médicos.

En Sonora está prohibida la prostitución en la vía pública. Sólo se permiten en establecimientos autorizados por los ayuntamientos. Las personas que ejercen el sexoservicio deben contar con una licencia.

## Planes de orden

El sexoservicio en el DF se realiza en total secreto

Las propuestas para reglamentar desde las posturas conservadoras, que prohíben la prostitución, hasta las más liberales, que hablan de crear áreas autorizadas para ejercer...

El DF quiere ordenar el sexoservicio que es necesario una regulación para dotar a los sexoservidores de un espacio legal y laboral que les permita acceder a prestaciones de salud...

La creación de una ley o reglamento implicaría que los sexoservidores tendrían que cumplir con una serie de requisitos, entre los que se encuentran exámenes médicos periódicos...

El sexoservicio en el DF se realiza en total secreto. El gobierno de la ciudad quiere regular la actividad de quienes se dedican al sexoservicio en la vía pública...

## Zona Rosa tendrá renovación "radical"

Johana Beller

La Zona Rosa es el segundo proyecto que el gobierno del DF tiene en la mira para su rehabilitación, después de la zona Cuauhtémoc.

Alejandro Rojas, titular de la Secretaría de Turismo del DF, comentó que se presentó una serie de propuestas —como los canales o la rehabilitación de las calles— al presidente municipal de Tlaxcala (Tlaxcala) para que se revisaran las propuestas y se asignara recursos para la intervención en la zona.

Indicó que el proyecto —el cual se planea ser radical, como el que ocurre en Cuauhtémoc— estará sujeto a la disponibilidad de recursos en

visión. Por ello, también buscará que la Cámara de Diputados le asigne para 2010 una partida presupuestal.

Para involucrarlos a los tres meses, fomentar el emprendimiento y los resultados finales del análisis para determinar qué proyecto de renovar es más adecuado según los recursos.

Para este caso, de los 122 millones de pesos que destinaron las secretarías de Turismo, Desarrollo y del DF, para la rehabilitación de zonas turísticas, están aún así más lejos para la Zona Rosa, que se está considerando el reacomodamiento de los flujos.

Se pretende renovar las perspectivas de intervención que se operan a través de un año, o que se concretaron.

Y la intervención, comentó Rojas Díaz Durán, es más allá del cambio de gubernación y del mantenimiento del arroyo vehicular. Sobre el estado de la obra, dijo que todo depende del análisis de Fomur y los recursos, por lo cual un grupo adelantará una ley.

**Transformación total**

Rojas sostuvo que lo que se requiere son condiciones ideales y profundas en la Zona Rosa porque no basta con poner nuevos parámetros y decir que se va a mejorar, sino que se va a transformar. Los canales de agua y puentes.

"La Zona Rosa funciona como destino turístico, sino de la ciudad, y eso no le funciona a la ciudad porque hemos sido devaluados".



**CORREDOR TURÍSTICO.** Desde hace 30 años, la Zona Rosa funciona de manera constante como un espacio que se ha convertido...



## DELEGACIONES



# Reducir índice delictivo, prioridad de Mario Palacios en Benito Juárez

## OBJETIVO

► Adelanta el delegado que construirá un centro de monitoreo para las 590 videocámaras que vigilarán la delegación

[ JONATHAN VILLANUEVA ]

**E**l delegado en Benito Juárez, el panista Mario Palacios, informó que su administración pondrá mayor énfasis en materia de seguridad pública, a fin de reducir el índice delictivo que afecta a tres zonas de la demarcación.

En entrevista, dijo que el proyecto principal de este rubro consiste en construir un centro de control y monitoreo para las 590 videocámaras que se instalarán en puntos estratégicos.

Explicó que de manera coordinada con la Secretaría de Seguridad Pública local y la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal realizarán mesas de trabajo para inhibir los delitos.

Para empezar, añadió, ya se construyó el edificio Martín Huerta —ubicado a unos metros del edificio delegacional— en donde se va a monitorear las cámaras.

El presupuesto para ello será aportado con recursos federales, locales y delegacionales.

Incluso, sostuvo que ahí mismo se tendrá el control de por lo menos tres demarcaciones más, debido a su ubicación geográfica.

De manera alterna el delegado indicó que se instaurarán tres Unidades de Protección Ciudadana (UPC) para reforzar la vigilancia en las zonas de mayor conflicto.

Dichas colonias son Del Valle, Narvarte y Portales, agregó, tras detallar que los principales delitos son robo a transeúnte y de vehículos.

Cada una de las UPC estará in-

tegrada por 400 elementos de la policía auxiliar y 60 patrullas. El costo de este servicio ascenderá a 16 millones por Unidad de Protección Ciudadana cada año.

Luego, añadió que "queremos establecer la red y base tecnológica en banda ancha para eliminar el uso de cables a fin de que alguien corte la señal".

Otro de los puntos medulares que consideró el titular de la demarcación consiste en formar el consejo de seguridad ciudadano, "donde los vecinos, autoridades delegacionales, locales y federales participemos".

A decir de Mario Palacios, la intención de todo ello no es reaccionar ante los delitos, sino de ac-

tuar de manera preventiva.

El tema del alumbrado y la recuperación de espacios públicos será un pilar más de la administración panista según el delegado.

"Respecto al alumbrado, procuraremos que las luminarias tengan tecnología de punta y no quede lugar oscuro en las calles de Benito Juárez que fomente el delito", agregó.

De acuerdo con Palacios, el Instituto Politécnico Nacional será el encargado de desarrollar el proyecto de seguridad para la demarcación, el cual es mejor que los de otros países de Latinoamérica.



Gustavo A. Madero



**SUPERÓ A IZTAPALAPA Y GAM EN UN AÑO**

# Lidera la Cuauhtémoc en número de delitos en el DF

Según datos de la Procuraduría capitalina, les siguen en cuarto sitio la Benito Juárez y en quinto lugar, Coyoacán

## NOTIMEX

La delegación Cuauhtémoc se ha convertido en la demarcación con la mayor **incidencia** delictiva de la ciudad, por encima de Iztapalapa y Gustavo A. Madero, revelan datos de la Procuraduría General de Justicia del DF.

Estadísticas presentadas por el procurador local, Miguel Ángel Mancera, señalan que del 5 de diciembre de 2008 al 31 de julio del presente año Cuauhtémoc registró 17 mil 163 delitos, es decir 773 actos ilícitos cada día.

Por debajo se ubicó Iztapalapa con 16 mil 876 delitos, 76 ilícitos cada día, y GAM con 13 mil 580 averiguaciones previas, 62.2 cada 24 horas.

Estas cifras evidencian un panorama distinto al del primer semestre de 2007, cuando Iztapalapa registraba la mayor incidencia con 15 mil 931

## MENOS ILÍCITOS

Hay menos delitos en Iztacalco, Xochimilco, Tláhuac, Cuajimalpa, Milpa Alta y Contreras

delitos al día.

En ese mismo lapso, la Cuauhtémoc tenía el segundo sitio en incidencia delictiva, con 15 mil 364 averiguaciones. En 2009, la estadística revela que tras Cuauhtémoc, Iztapalapa y GAM se ubica Benito Juárez, con ocho mil 447 delitos, que equivalen a 38 diarios; y Coyoacán con siete mil 814, es decir 35.2 ilícitos diarios.





**CARTONES**



**ILUMINANDO**



**S**  
Gustavo A. Madero

**EL SME Y EL OSCURANTISMO**

YA  
VERAN LA  
MODERNIZADOTA  
QUE VAMOS A  
DARLE AL  
SERVICIO



**gam**  
Gustavo A. Madero

### **3.4 El monitoreo de medios**

El monitoreo es el seguimiento de la información que surja a través de todos los medios de comunicación sobre determinada dependencia o la actividad gubernamental, así como del reflejo de los boletines. De esa manera se obtiene un monitoreo de medios escritos y electrónicos –prensa, radio, televisión e Internet- que al final del día revelan cuánta y qué tipo de información hace referencia a la dependencia gubernamental.

El monitoreo de medios consiste en el seguimiento constante de las transmisiones de los noticiarios radiofónicos y televisivos más escuchados o visto, así como de los sitios en Internet de los diarios por su gran cobertura y por ende en constante actualización de la información. De la transmisión y grabación de estos programas informativos, se extraen los reportes informativos referentes a la actividad o acontecimientos ocurridos y de interés para la institución gubernamental; así como la información del determinado sector, información local, además de las actividades más importantes de la agenda mediática y social. Esos reportes informativos son seleccionados para trasladar esa información, sonora o audiovisual, a un soporte escrito y que a su vez sirve para elaborar la síntesis informativa.

En algunas áreas de síntesis y monitoreo más grandes y con mayores recursos se designa a personal para cubrir alguna actividad del encargado de la dependencia gubernamental y que implica la presencia de los medios de comunicación. Ya sean conferencias de prensa o entrevistas, monitoreo las graba y enseguida se informa al representante de la oficina de comunicación social y esta decide si es necesario o no hacer una versión estenográfica de la entrevista. Si hay que hacerla se redacta y envía a los medios como complemento del boletín.

Al grabar los reportes informativos estos suelen pasarse a un estenógrafo para su reproducción y poder transcribir la información de interés para la dependencia gubernamental. Generalmente, la información se transcribe siguiendo el modelo de la nota informativa periodística, en un procesador de texto y dentro de un

formato predeterminado que sirve como modelo para escribir la síntesis informativa. Tal modelo consiste en una hoja con un formato determinado en el que se suele colocar un logotipo de la institución.

Pedro Román Rodríguez Peña señala que esta actividad es de mucha ayuda para las oficinas de prensa “principalmente para cuidarse de los golpes que se dan y reciben en los *chacaleos*<sup>29</sup> y no quedarse lejos del funcionario para tener una grabación de buena calidad de sus palabras y transcribirlas<sup>30</sup>”.

Este monitoreo suele ser impreso y entregado a los titulares de la dependencia o también puede ser enviado a su correo electrónico para poder ser leído desde su computadora personal o portátil y teléfono celular.

A continuación presentamos el formato de monitoreo de información que realiza el área de Síntesis y monitoreo de delegación Gustavo A. Madero en la Ciudad de México. El cuerpo de la síntesis estaba dividida por dos celdas, del lado derecho de la pantalla se escribía la información dada a conocer por los noticiarios, ya sea radio o televisión, y al final de cada nota informativa se escribía el nombre del medio del cual se obtuvo la información, nombre del reportero y la hora y fecha en que se dio a conocer el reporte. En tanto que del lado izquierdo, se escribía el título, y a veces también subtítulo, de la noticia; lo que en la actividad periodística se llama cabeceo.

---

<sup>29</sup> Chacaleo: entre los reporteros es la entrevista de banqueta en la cual no hay acuerdo entre medios y entrevistados y que puede llegar a ser una exclusiva. Esta la pueden hacer varios o un solo periodista.

<sup>30</sup> Pedro Román, Rodríguez Peña. *El periodismo en tres áreas de desempeño profesional (oficinas gubernamentales de comunicación social, la radio y la comunicación e imagen en la Iniciativa Privada)*, Tesis de Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM. México, 2001, p.11.



# MONITOREO

Lunes 24 de Agosto 2009

## LO MÁS SOBRESALIENTE DE HOY

<p><b>UN PASO PARA LLEGAR A LA CIUDAD DIGITAL DEL CONOCIMIENTO</b></p>	<p>Mario Carrillo, Secretario de Educación del DF, explicó que con la puesta en marcha de los cibercentros en varias estaciones del metro, el DF da un paso más para llegar al 2012 como la ciudad digital del conocimiento (Reporte 98.5, Martín Espinosa, 11:46, 24/08/09)</p>
<p><b>A PARTIR DE HOY NINGÚN MICROBÚS PODRÁ CIRCULAR SOBRE REFORMA</b></p>	<p>A partir de este día ningún microbús podrá circular sobre paseo de la Reforma y las unidades que contravengan esta prohibición serán remitidas al corralón y se les va aplicar una multa, por ello y con la finalidad de garantizar la movilidad de las personas que hoy se dirijan de la zona del Toreo al paradero de Chapultepec, el GDF estableció un servicio gratuito con unidades de la RTP (Reporte 98.5, Martín Espinosa, 11:57, 24/08/09)</p>
<p><b>EL PAN BUSCARÁ REDUCIR EL NÚMERO DE BURÓCRATAS DEL GOBIERNO FEDERAL</b></p>	<p>Como parte de su agenda para la próxima legislatura que iniciará el 1 de septiembre, el PAN buscará reducir el número de burócratas del Gobierno federal y el número de Diputados de 500 a 400, así lo detalló la próxima coordinadora del PAN en la Cámara Baja, Josefina Vázquez Mota (Reporte 98.5, Martín Espinosa, 12:00, 24/08/09)</p>



**GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL**  
 México, la Ciudad de la Esperanza



### 3.5 La conferencia de prensa

La conferencia de prensa es una reunión de los miembros de los medios de comunicación –prensa, radio, televisión, agencias de noticias- con uno o varios funcionarios de gobierno en una sesión de preguntas y respuestas, casi siempre en un lugar elegido por la dependencia. “La conferencia de prensa es una herramienta de comunicación a través de la cual se presenta información de acciones, objetivos, metas, logros y/o posturas”<sup>31</sup>, y en la que los medios de comunicación son los intermediarios o interlocutores, necesarios e indispensables, entre gobierno y sociedad, al dar cuenta de las actividades que las instituciones gubernamentales difunden a través de las conferencias o de otras formas de comunicación. Tal procedimiento presenta el siguiente esquema:



Las funciones de la conferencia dentro de las oficinas de comunicación social gubernamentales son:

1. Informar a los medios para que éstos difundan la información a la opinión pública.
2. Facilitar la emisión de los mensajes de la institución.
3. Permitir el uso de varias herramientas de comunicación de manera simultánea, como boletín de prensa, carpeta informativa, discursos, fotografías, video y audio.

---

<sup>31</sup> Mauricio Aarón, Reyna Guerrero. *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de conferencias de prensa*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2000, p. 11.

4. Impulsar las relaciones públicas entre la organización y los medios de comunicación. Lo que significa una interacción entre funcionarios y reporteros.
5. Identificar la agenda informativa de los medios de comunicación.
6. Conocer los puntos de vista de los medios de comunicación respecto a la labor de la institución y a la emisión de los mensajes.

La realización de la conferencia de prensa implica tres etapas claves:

### **Previo a la conferencia**

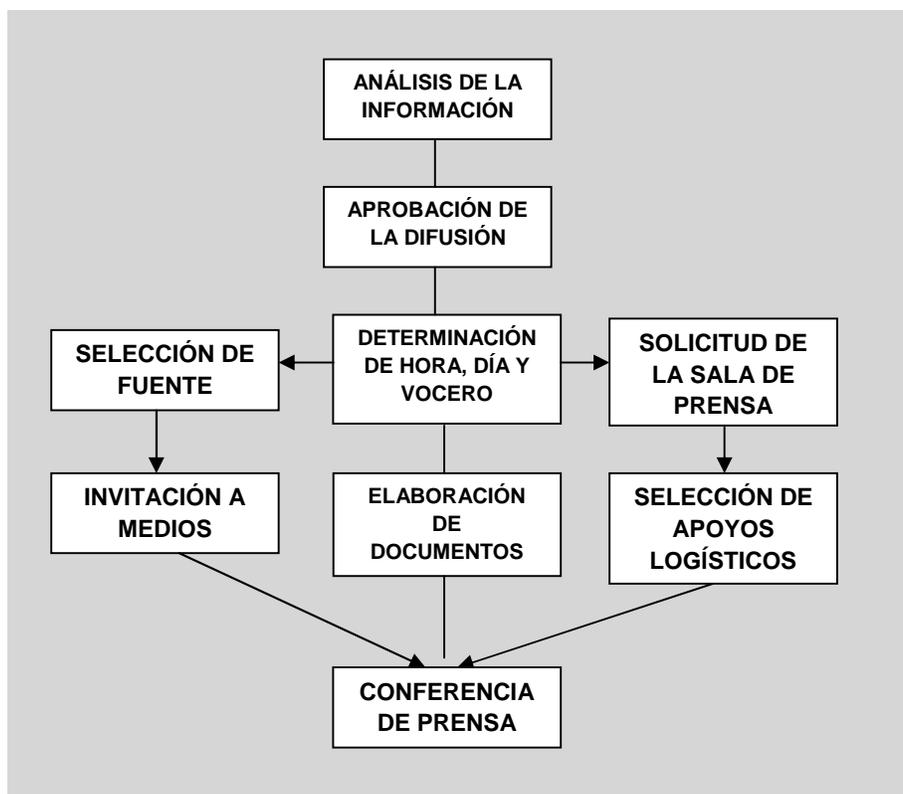
Si la información es importante, actual, oportuna e interesante para los medios de comunicación y para otros públicos, entonces se decidirá si se da conocer mediante una conferencia de prensa, por medio el envío de un boletín de prensa o de una entrevista a algún funcionario de la institución.

Si se opta por la conferencia de prensa se debe determinar cuándo se llevará a cabo la conferencia y quién la encabezará. “El cuándo se resuelve tomando en cuenta la agenda del funcionario, la disposición de la sala de prensa, las actividades que tiene previstas otros funcionarios; la existencia o no de otros acontecimientos y los temas que están manejando los medios, su agenda.”<sup>32</sup>

En tanto al quién dirigirá la conferencia de prensa se decide con base en la información que se difundirá y en esa medida puede ser encabezada por el funcionario de la dependencia u otro representante que dirigirá en encuentro con los medios.

---

<sup>32</sup> *Ibidem*, p. 33.

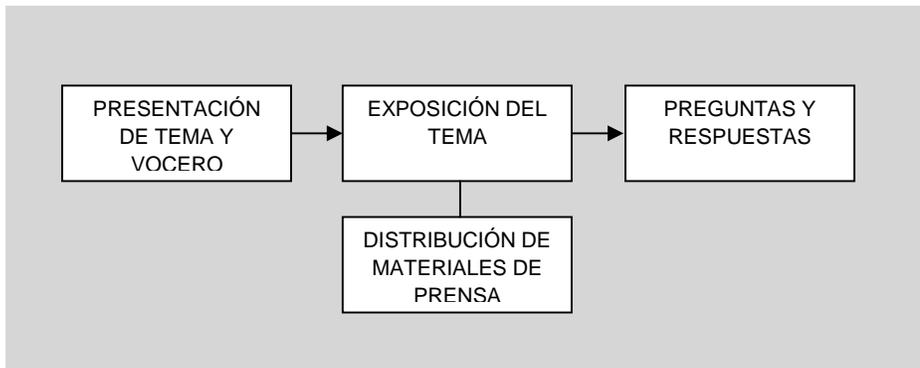


**Cuadro 1.** Previo a la conferencia de prensa en *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de conferencias de prensa*, Mauricio Aarón, Reyna Guerrero.

### **Durante la conferencia**

Generalmente se establece una presentación que no supere los 10 minutos y una sesión de preguntas y respuestas de ronde los 5 minutos. Establecer límites ayuda a la institución a emitir su mensaje a los representantes de los medios y a tratar de evitar que, durante la emisión, se toquen más temas de los que la institución piensa o quiere tratar.

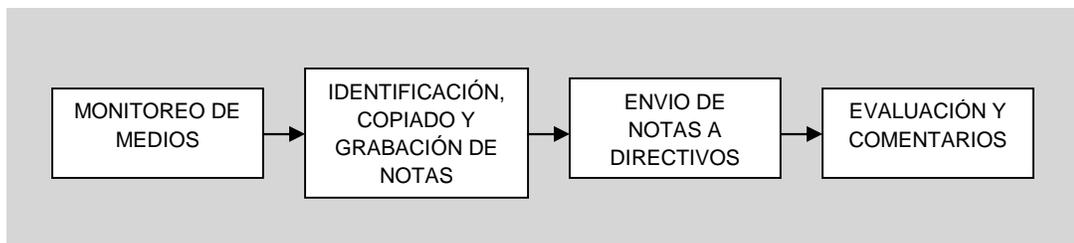
La conferencia inicia con la presentación de quienes darán la conferencia, y el tema a tratar, al tiempo que se reparte una carpeta informativa a los reporteros. La reunión con los medios continúa con la exposición del tema y se cierra con la sesión de preguntas y respuestas.



### Después de la conferencia

Después de realizada la conferencia de prensa la oficina de Comunicación Social, a través del área de Síntesis y monitoreo, da seguimiento a los medios para ubicar las notas que se publican en los medios de comunicación sobre dicha conferencia. La revisión de notas se realiza con dos objetivos: 1) el tratamiento que los medios le dieron a la información, a los funcionarios y a la institución, 2) el tiempo o espacio y ubicación que los medios otorgaron a la información.

El resultado de este proceso, positivo o negativo, es comentado con los directivos de la institución para mantener o mejorar las estrategias de comunicación social según sea el caso.



De ese modo, la organización de una conferencia de prensa partirá de la trascendencia de una noticia para esto se debe:

- Determinar el tema de la conferencia y si hay noticia que anunciar.
- “Juzgar si en realidad se necesita una conferencia de prensa o si los reporteros pueden escribir un reportaje preciso y completo mediante un boletín, un comunicado para prensa, una lista de datos o una conversación telefónica de seguimiento.
- Decir lo que el funcionario dirá en su declaración inicial.
- Encontrar preguntas que podrán ser planteadas y las respuestas apropiadas a cada una de ellas.
- Hacer una simulación de la conferencia de prensa el día anterior a ésta. Esto permitirá que tanto el personal como el funcionario se percaten de las posibles lagunas que existan en sus respuestas.
- Elegir con cuidado la fecha de la conferencia de prensa. Consultar el calendario a largo plazo de otras oficinas de gobierno para comprobar que el evento no entre en conflicto con otros eventos de noticias previstos para ese día.
- Durante la conferencia hay que procurar que las declaraciones sean breves. La prensa es más receptiva hacia un funcionario que hace una declaración corta y luego responde preguntas, que hacia el que pronuncia un discurso de más de media hora.
- Grabar los comentarios del funcionario de gobierno para que puedan ser transcritos y conservados en un registro.
- Buscar las respuestas para las preguntas no respondidas. Si a un funcionario se le hace una pregunta que no puede responder, debe admitir que no lo sabe, pero bajo la promesa de comunicarse de nuevo con el reportero el mismo día y darle la información solicitada antes que expire el plazo para presentar su material<sup>33</sup>”.

---

<sup>33</sup> Marguerite, Sullivan H. Ob. cit. p. 55,57.

Para dar a conocer la realización de la conferencia de prensa la oficina de prensa usualmente cuenta con una lista con los nombres de los reporteros que cubren la fuente, sus afiliaciones, sus rubros, sus intereses especiales, la dirección de su trabajo, sus números de teléfono celular, localizador, así como sus direcciones de correo electrónico y también a través de las redes sociales.

La oficina de prensa, también debe contemplar los plazos que tiene cada reportero para entregar sus materiales así como el tiempo de anticipación para citar a conferencia de prensa y que pueden ir desde una semana a horas o minutos dependiendo de la trascendencia o emergencia de la noticia.

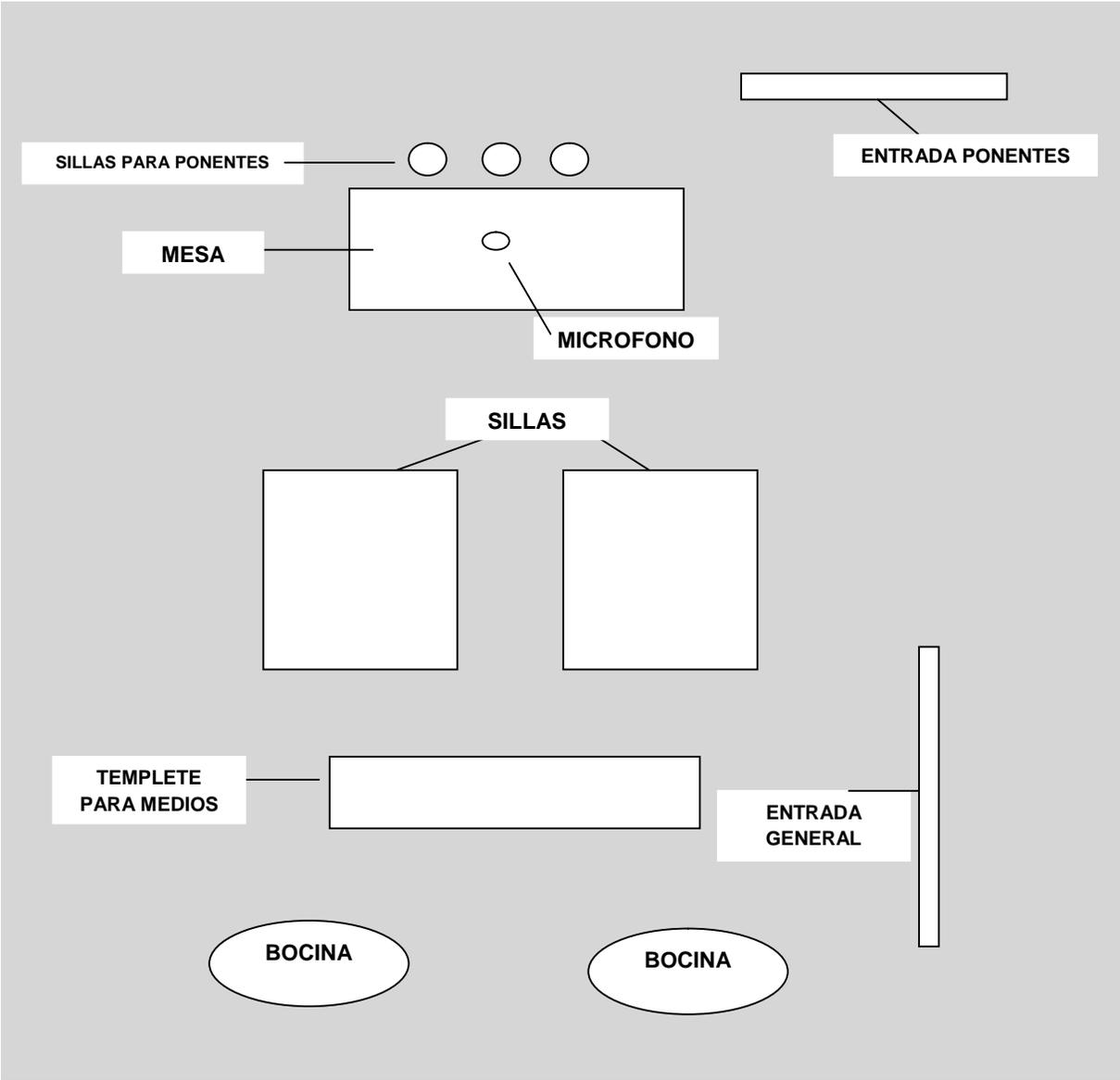
La mayor virtud de la conferencia de prensa es su carácter interactivo al permitir a los oradores exponer su posición para luego someterse a una ronda de preguntas. Sin embargo, también hay que mencionar que las conferencias de prensa han sufrido desviación en su naturaleza en cuanto a la aplicación de reglas rígidas al modus operandi del contacto entre la fuente y los periodistas. Algunas veces las conferencias para la prensa se vuelven innecesarias y en otras más incompletas al faltar la segunda parte: preguntas de los periodistas.

De esa manera "se establecen las reglas del juego en el que hay dos tipos de conferencia: la conferencia abierta y la condicionada. La primera garantiza una participación libre de representantes de prensa y permite que los periodistas pregunten todo cuanto deseen saber acerca del tema y de otros asuntos que surjan o estén relacionados con el principal. Es abierta también porque la fuente desconoce las cuestiones que se van a formular. En la segunda, la fuente elige a los representantes de los medios masivos que ha juzgado deben participar en el acto, limita el número de éstos; conoce de antemano las preguntas, acepta algunas y rechaza otras; elabora repuestas conforme a las interrogaciones seleccionadas; reduce el temario a uno o algunos temas específicos y señala un tiempo límites de duración"<sup>34</sup>.

---

<sup>34</sup> Raúl, Rivadeneira. Ob. cit, p. 85.

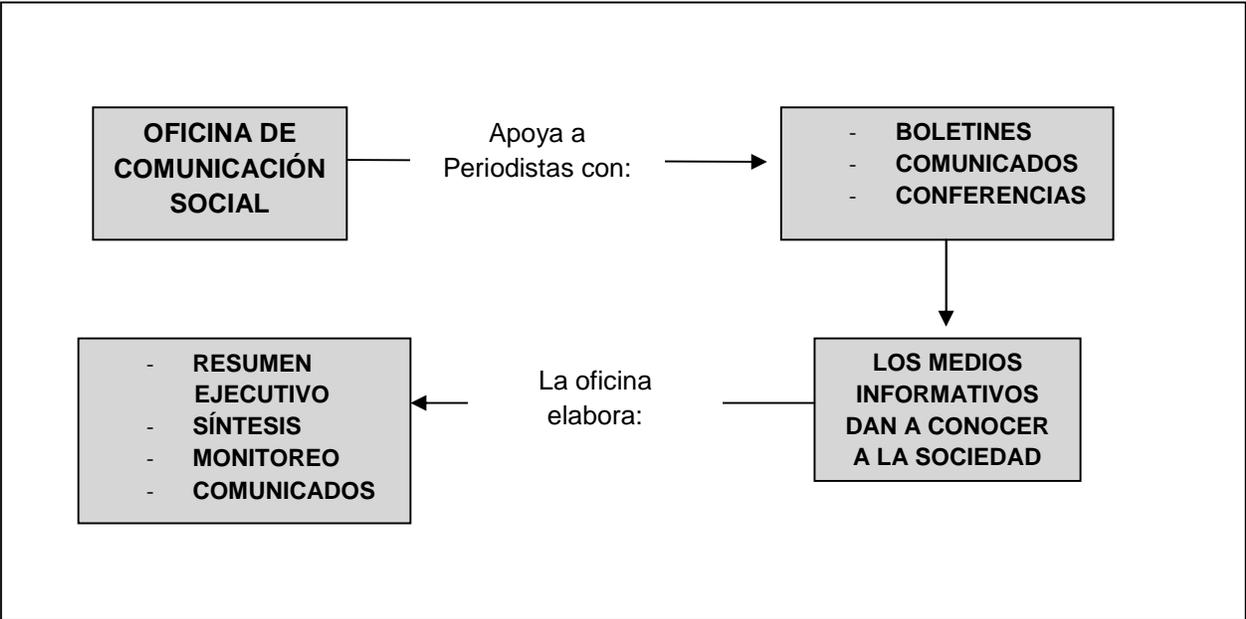
Este ejemplo de modelo de sala de prensa y su distribución espacial tomado de *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de conferencias de prensa* de Mauricio Reyna Guerrero, muestra la distribución espacial de los participantes de la conferencia de prensa. Al frente se ubica la mesa y sillas de los ponentes que convocaron a conferencia para la prensa, frente a ellos se colocan las sillas destinadas a los periodistas asistentes y detrás de ellos el templete para medios que es en donde se colocan las cámaras y micrófonos que llevan los medios.



**Cuadro 2.** Modelo de sala para prensa en *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de conferencias de prensa*, Mauricio Aarón, Reyna Guerrero.

# Interacción entre las Oficinas de comunicación social y los periodistas

El proceso de interacción que se da entre las oficinas de comunicación con los periodistas se puede representar de la siguiente manera:



## Conclusiones

El auge que han tomado las oficinas de comunicación social en el sector gubernamental, sobre todo en las últimas décadas, muestra que la cantidad de información que difunden las ha convertido en un importante proveedor y fuente de información para los periodistas.

La actividad que realizan las oficinas de comunicación social gubernamentales tiene el objetivo de promover el aumento de la confianza, del consenso y con ellos de legitimidad y adhesión, para lo cual el Estado ofrece a la sociedad razones socialmente válidas de las actividades públicas, y hace saber que éstas responden efectivamente a las necesidades y aspiraciones de la sociedad. Así, la difusión debe basarse en un contenido socialmente válido y éste debe ser transmitido de manera que sea comprensible.

El comunicador, juega un papel importante en este proceso, al poder influir y llegar a unificar opiniones y voluntades, y al cohesionar la vida cotidiana de las diferentes clases sociales. Asimismo el elemento que interviene en la generación de la respuesta del individuo es la información, la cual da sentido a sus decisiones.

Pero además de comunicar lo que se hace en beneficio de una colectividad; las oficinas de comunicación social gubernamentales también, buscan promover y difundir los programas gubernamentales y con ello, crear una imagen favorable de la institución o persona ante la opinión pública.

Las oficinas de comunicación social han tomado como actividad fundamental: el dotar a los periodistas de información sobre actividades públicas y declaraciones de funcionarios, discursos y entrevistas que resultan de valiosa utilidad a la hora de entregar los reportes noticiosos que a diario se le solicitan al reportero.

En nuestro país, en un primer momento las oficinas de prensa gubernamentales fueron creadas como un instrumento tendiente a consolidar el proceso de integración del Estado mexicano posrevolucionario, mediante la

institucionalización del poder político y la representación ciudadana a través de la figura presidencial y de un partido político hegemónico. La política de comunicación social en nuestro país llegó a caracterizarse por criterios férreos que pusieron el acento en el control de los contenidos de prensa.

Sin embargo, el periodismo mexicano ha logrado establecer un margen de independencia frente a intereses políticos y económicos, muchas veces particulares, pero también enfrentan retos y hechos que surgen de manera vertiginosa y que exigen una respuesta rápida de los medios de comunicación frente a las filtraciones, las versiones infundadas y la manipulación.

El trato hacia los periodistas por parte de las oficinas de comunicación y también de los funcionarios públicos ha mejorado haciéndolo más transparente y respetuoso. Las oficinas de comunicación social gubernamentales han dotado de más y mejores recursos a los periodistas para que estos tengan facilidades al realizar su trabajo y ha adoptado una actitud institucional de pluralidad como lo describe Adrian Contreras Vera en el capítulo 2.

La investigación realizada sobre cómo las oficinas de comunicación social gubernamentales apoyan el ejercicio periodístico permite concluir que al establecer vínculos hacia los medios de comunicación y hacia la sociedad, las oficinas de comunicación social han realizado una división del trabajo que les permite atender las necesidades de comunicación e información hacia los reporteros que cubren la fuente bajo un sentido de respeto, profesionalismo y pluralidad y en la que las herramientas de comunicación que se utilizan no se excluyen sino que se complementan entre sí para informar sobre las actividades o sucesos que ocurren en las dependencias gubernamentales y sus ámbitos de acción, aclarar o negar datos falsos o equívocos que se difunden y además promueven la imagen institucional de los mismos.

Pero además en el derecho a recibir información, las oficinas de comunicación social gubernamentales no debieran dar cabida a la propaganda como un medio tendiente a dirigir conductas, modelar actitudes y conformar el pensamiento crítico.

De ahí, la necesidad de que el periodista sujete la información que recibe de la oficina de comunicación social a criterios de veracidad, para presentar información plural y no sólo una versión de la información a la sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

AMADO Suárez, Adriana, CASTRO Zuñeda, Carlos. *Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada*, Océano. México, 2002.

BOHMANN Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Conaculta. México, 1989

CERVANTES Nájera, Víctor Hugo. *Importancia de la síntesis como medio especializado de información en el gobierno federal*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1995,

CONTRERAS Vera, Adriana. *De la actividad del reportero a los primeros esfuerzos para la transición democrática de las oficinas de comunicación social en el Distrito Federal*, Tesis de Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM. México, 2000.

FLORES López, Alma. *Comunicación Social e "Imagen" en el Gobierno del Distrito Federal. Estudio de caso: Delegación Xochimilco*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 2002.

GUTIÉRREZ Campos, Eduardo. *Presencia y control del Estado Mexicano en comunicación*, Tesis de Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1995,

MARTÍNEZ De Sousa, José. *Diccionario de Información, comunicación y periodismo*. Barcelona, España, 1991.

PAZ Mojica Adriana Julieta, *Mecanismos de interrelación e intercomunicación dentro de una oficina de prensa de los partidos políticos*, Tesis de Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM. México, 1999

REYNA Guerrero, Mauricio Aarón. *Propuesta de lineamientos mínimos para la realización de conferencias de prensa*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2000.

RIVADENEIRA Prada, Raúl. *Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*. 3ª. Ed. México, Trillas, 1991.

RODRÍGUEZ Peña, Pedro Román. *El periodismo en tres áreas de desempeño profesional (oficinas gubernamentales de comunicación social, la radio y la comunicación e imagen en la IP)*, Tesis de Licenciatura en Comunicación y Periodismo, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM. México, 2001.

SALDIVAR Chávez, María Antonieta. *La comunicación como política programa y acción. Hacia un modelo integrado de comunicación social para las instituciones públicas y el gobierno*, Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 2005.

SÁNCHEZ, González, Elia. *Las oficinas de comunicación social gubernamentales y el control de la información*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1997.

SANDOVAL Vargas, Patricia Albina. *Proceso de elaboración de un comunicado de prensa*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 2007.

SIGAL, León V. *Reporteros y funcionarios. La organización y las normas de la elaboración de noticias*, Ed, Gernika. México, 1991.

WEISBERGER, Bernard A. *Evolución del periodismo*, Ed. Letras. México, 1966.

## **INTERNET**

HERNÁNDEZ Lomelí, Francisco. *Las oficinas de comunicación social en México*, en [http://www.publicaciones.cuchs.udg.mx/pperio/comsoc/pdf/25-26\\_1996/57\\_72.pdf](http://www.publicaciones.cuchs.udg.mx/pperio/comsoc/pdf/25-26_1996/57_72.pdf), 20 de julio de 2009.

ROJAS Orduña, Octavio Isaac. *El comunicado de prensa*, en <http://www.saladeprensa.org/art577.htm> 29 de agosto de 2009.

SULLIVAN H., Marguerite. *La oficina de prensa responsable: Guía para sus Miembros*, en <http://usinfo.state.gov> 29 de agosto de 2009

## **ENTREVISTAS**

HERNÁNDEZ Vélez, Avelino, Director de Comunicación Social de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Recursos Naturales, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Tlaxcala, 10 enero 2010.

NAVA Flores Ramón, Director de Comunicación Social y Relaciones Públicas del municipio de Tlaxcala, Tlaxcala, 04 de mayo de 2009.

SORIA, Edgar. Director de Comunicación Social de la Secretaría de Comunicaciones y Trasportes del Estado de Tlaxcala, 26 de abril de 2008.

VIZUET, César. Encargado del área de Síntesis y Monitoreo de la Coordinación de Comunicación Social Delegación Gustavo A. Madero, Ciudad de México, 24 de septiembre de 2009.