



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CENTRO DE EDUCACIÓN CONTINUA

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PROYECTO DE
COMUNICACIÓN SOCIAL PARA
EL CONGRESO DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ.**

**TESINA QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA

MARTHA CELIA MATA LOYOLA

**ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES
CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE 2009.**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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	2
CAPÍTULO 1.	
La Comunicación Social en el Congreso del Estado de San Luis Potosí	5
1.1 Integración de la Coordinación de Comunicación Social del Congreso del Estado de San Luis Potosí	5
1.2 Funciones y tareas de difusión, información y vinculación	12
1.3 Trabajo de la Coordinación de Comunicación Social con los diputados y las comisiones legislativas	18
CAPÍTULO 2.	
Diagnóstico de Comunicación Social en la LVIII Legislatura del Congreso del Estado de San Luis Potosí	25
2.1 Integración de la LVIII Legislatura del Congreso del Estado de San Luis Potosí; Coordinaciones Parlamentarias y Representaciones Parlamentarias	25
2.1.1 LVIII Legislatura	27
2.2 Evaluación de la difusión de información sobre el trabajo legislativo en medios de comunicación electrónicos y escritos de la capital y del interior del estado	31
2.2.1 Los medios y el Poder Legislativo	31
2.2.2 Periódicos	34
2.3 Percepción del trabajo legislativo de la LVIII Legislatura, según algunos sectores	42
CAPÍTULO 3.	
Propuesta de un Proyecto de Comunicación Social para el Congreso del Estado de San Luis Potosí	46
3.1 Plan de trabajo en materia de comunicación legislativa	46
3.1.1 Comunicando hacia el interior	53
3.1.2 Comunicando hacia el exterior	55
3.1.3 Plan de trabajo con los medios de comunicación	56
3.2 Propuesta de difusión del trabajo legislativo con la sociedad civil	58
3.3 Utilización del Internet como herramienta para la difusión del trabajo legislativo, página web	60
3.4 Manual de Identidad Institucional	63
3.5 Relación entre legisladores y medios de comunicación	64
CONCLUSIONES	66
FUENTES	69



INTRODUCCIÓN

Las oficinas de comunicación social de las dependencias gubernamentales surgieron para elaborar políticas públicas en materia informativa que permitan la legitimidad de las acciones que realizan los organismos gubernamentales y difundirlas principalmente haciendo uso de los medios de comunicación masiva.

Sin embargo, el objetivo principal que debería ser el difundir las acciones gubernamentales e institucionales de las dependencias, se ha distorsionado hacia la protección y promoción de la imagen personal de los funcionarios; principalmente, porque ellos utilizan el aparato gubernamental para buscar nuevas posiciones políticas y necesitan publicitar sus propios logros.

De alguna manera, esta situación ha sido reglamentada en las recientes reformas a las leyes electorales mexicanas, tanto locales como federales, que han impedido el continuar con una promoción personal de los funcionarios de manera descarada a costa del erario público, lo cual obligará a las oficinas de comunicación social a revalorar su función y realizar verdaderamente su trabajo de informar a la población sobre lo que se hace y las decisiones que toman las entidades públicas.

En su ensayo, *“Las oficinas de comunicación social”*¹ el investigador de la Universidad de

1.- Francisco Hernández Lomelí. “Las oficinas de comunicación social en México”, *Revista Comunicación y Sociedad*, num. 25-26, México, DECS Universidad de Guadalajara, septiembre 1995-abril 1996, p. 70.



Guadalajara, Francisco Hernández Lomelí, comenta: “Las OCS (Oficinas de Comunicación Social) no dan información a los ciudadanos, simplemente porque no fueron diseñadas para esa tarea. El grueso de los recursos se destina a cumplir sólo una función, generar una buena imagen del titular de la institución a la que pertenecen”. El mismo investigador advierte de la urgencia en modificar este tipo de oficinas, para convertirlas en “auténticas fuentes que faciliten el acceso a la información que genera la actividad gubernamental”.²

Para el caso del Congreso del Estado de San Luis Potosí, es necesario implementar un plan de trabajo estructurado y establecer políticas en materia de comunicación efectivas que permitan posicionar la imagen de la Legislatura y el trabajo institucional, minimizando los efectos de cuestiones políticas entre sus integrantes que causan conflictos mediáticos y no benefician la labor institucional.

Es por ello que se presenta este proyecto de comunicación social, dado que actualmente se carece de un plan de trabajo integral y no hay concordancia de esfuerzos entre el personal, que se refleja en nulos resultados en el trabajo institucional y en golpeteo constante de parte de los medios informativos hacia los diputados, destacando sus defectos personales y profesionales y haciendo énfasis en lo caro que resulta para la sociedad su existencia para la nula respuesta que se recibe de ellos.

2.- Ibid., p.68.



Esta tesina consta de tres capítulos: en el Capítulo 1 se presenta la estructura de la actual Coordinación de Comunicación Social del Congreso del Estado de San Luis Potosí y el trabajo que se realiza en las diferentes áreas de información, difusión y vinculación.

En el Capítulo 2 se presenta una evaluación integral en materia comunicativa, partiendo de una evaluación de la relación con los medios de comunicación tanto escritos como electrónicos de la capital de San Luis Potosí y del interior del estado, así como el impacto del trabajo legislativo en algunos sectores de la sociedad.

En el Capítulo 3 se presenta la propuesta de Proyecto de Comunicación Social, donde se establece un plan de trabajo hacia el interior del propio Poder Legislativo y hacia el exterior con la sociedad en su conjunto, así como un plan de medios de comunicación y estrategias para la difusión e información del trabajo institucional.



CAPÍTULO 1.

La Comunicación Social en el Congreso del Estado de San Luis Potosí.

El Congreso del Estado de San Luis Potosí se apoya en varias direcciones y coordinaciones para el desarrollo de sus funciones; una de ellas es la Coordinación de Comunicación Social, entendida como el órgano que se encarga de difundir y divulgar las acciones del Poder Legislativo entre la sociedad, además de las nuevas legislaciones y reformas a las ya existentes.

Sin embargo, la falta de un plan de trabajo en materia de comunicación y definición de las funciones del personal ha originado deficiencias en las acciones de divulgación de la labor legislativa y ha contribuido a mantener la mala imagen que la sociedad tiene de los propios legisladores.

En este capítulo se presenta la integración del Congreso del Estado, y las funciones de los órganos de soporte técnico en que se apoya para el desarrollo de su trabajo.

1.1 Integración de la Coordinación de Comunicación Social del Congreso del Estado de San Luis Potosí.

De acuerdo con la Ley Orgánica del Poder Legislativo y el Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de San Luis Potosí, la Coordinación de Comunicación Social es uno de



los Órganos de Soporte Técnico en los que se apoya el Congreso del Estado para la realización de sus funciones.

Según la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de San Luis Potosí:³

Para la realización de sus atribuciones, el Congreso del Estado contará con los siguientes órganos: I. De Decisión: a) el Pleno, b) la Diputación Permanente; II. De Dirección: a) Directiva, b) Junta; III. De Trabajo Parlamentario: a) Comisiones, b) Comités y IV. De Soporte Técnico y de Control: a) Oficialía Mayor con las siguientes áreas: 1.Coordinación de Finanzas, 2. Coordinación de Servicios Internos, 3.Coordinación de Informática, 4.Oficialía de Partes, 5. Archivo General del Congreso; b) Instituto de Investigaciones Legislativas, con las siguientes áreas: 1.Unidad de Investigación y Análisis Legislativo, 2. Unidad de Informática Legislativa, 3.Biblioteca; c) Coordinación de Servicios Parlamentarios; d) Coordinación de Asesoría y Secretariado Técnico de Comisiones; e) Coordinación de Asuntos Jurídicos; **f) Coordinación de Comunicación Social**; g) Contraloría Interna.

Estructuralmente, la Coordinación de Comunicación Social depende de la Directiva del Congreso, que según esta legislación es el “órgano de dirección del pleno y se encuentra integrada por un Presidente, dos vicepresidentes, dos secretarios y dos prosecretarios”⁴.

La Coordinación de Comunicación Social tiene como funciones, “la difusión de las actividades institucionales y de la legislación del Estado; la edición bimestral impresa de la Gaceta Parlamentaria; así como el apoyo en las relaciones públicas del Congreso”⁵. Entre sus obligaciones, “deberá rendir trimestralmente un informe de actividades tanto a la Junta de Coordinación Política como a la Directiva del Congreso del Estado”⁶.

3.- Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de San Luis Potosí, artículo 61, apartado IV, inciso “f”, p. 19. México, San Luis Potosí, Instituto de Investigaciones Legislativas.

4.- Ibid, artículo 6, p 19.

5.- Ibid, artículo 126, apartado II, inciso “d”, p. 41.

6.- Ibid, artículo 128, apartado III, p. 42.



Asimismo, el *Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado* establece los requisitos que debe cumplir la persona que sea designada para ocupar el cargo de Coordinador de Comunicación Social, entre los que se encuentra:

Contar con título y cédula profesional legalmente expedidos, relacionados con la función, y cinco años cuando menos en el ejercicio profesional; tener cuando menos treinta años de edad al día de su nombramiento; no haber sido condenado por delito doloso que haya ameritado pena privativa de libertad, ni por algún otro que lastime seriamente la buena fama en el concepto público, y acreditar experiencia en comunicación social en instituciones públicas o privadas⁷.

La Coordinación de Comunicación Social se encuentra integrada por un titular general, que es el Coordinador de Comunicación Social y tres subdirecciones: Subdirección de Prensa, Subdirección de Monitoreo Informativo y la Subcoordinación de Divulgación y Diseño Editorial.

De acuerdo al *Manual de Organización de Comunicación*⁸, los objetivos marcados como pauta de trabajo para la Coordinación de Comunicación Social del Congreso del Estado son:

Transformar la percepción que tienen la mayoría de los ciudadanos sobre el Congreso del Estado y el trabajo y la función que desempeñan los diputados; conformar una legislatura accesible y cercana a la gente, que trabaja para impulsar el desarrollo y progreso de los habitantes de San Luis Potosí; y, prestigiar el trabajo del legislador y crear la imagen de una institución responsable, eficiente y productiva.

7.- Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado, capítulo X, p. 45. México, San Luis Potosí. Instituto de Investigaciones Legislativas.

8.- Manual de Organización de Comunicación, Coordinación de Comunicación Social, capítulo V, p. 7-9.



Como Misión se menciona que:

La Coordinación de Comunicación Social es el área dependiente de la Directiva, encargada de la difusión de los asuntos institucionales del Congreso, con la finalidad de mantener informada primordialmente a la población que vive en San Luis Potosí de las leyes vigentes que rigen su convivencia a través de los medios de comunicación.

Finalmente, como Visión se manifiesta el:

Transformar la percepción que tienen la mayoría de los ciudadanos sobre el Congreso del Estado y el trabajo y la función que desempeñan los diputados, para prestigiar el trabajo del legislador y crear la imagen de una institución responsable, eficiente y productiva. Esto, a través de la difusión en medios de comunicación masiva y medios alternativos del trabajo legislativo que se hace diariamente. Labor fincada en los valores de calidad, formalidad, integridad, lealtad, transparencia, creatividad, innovación, servicio, respeto por los individuos, éxito sobresaliente y balance en nuestras vidas.

Sin embargo, en dicho documento interno no se presenta un proyecto de trabajo para lograr el objetivo planteado de mejorar la imagen institucional de los legisladores, ni se presenta una estrategia para difundir la información que se genera tanto al interior como al exterior.

Más aún, el propio organigrama no se encuentra totalmente definido, dado que incluso las labores de las subcoordinaciones son ambiguas debido a que el perfil de los titulares no es el adecuado, al no contar con experiencia en manejo de oficinas de prensa y que solamente fueron nombradas para cumplir una cuota política.

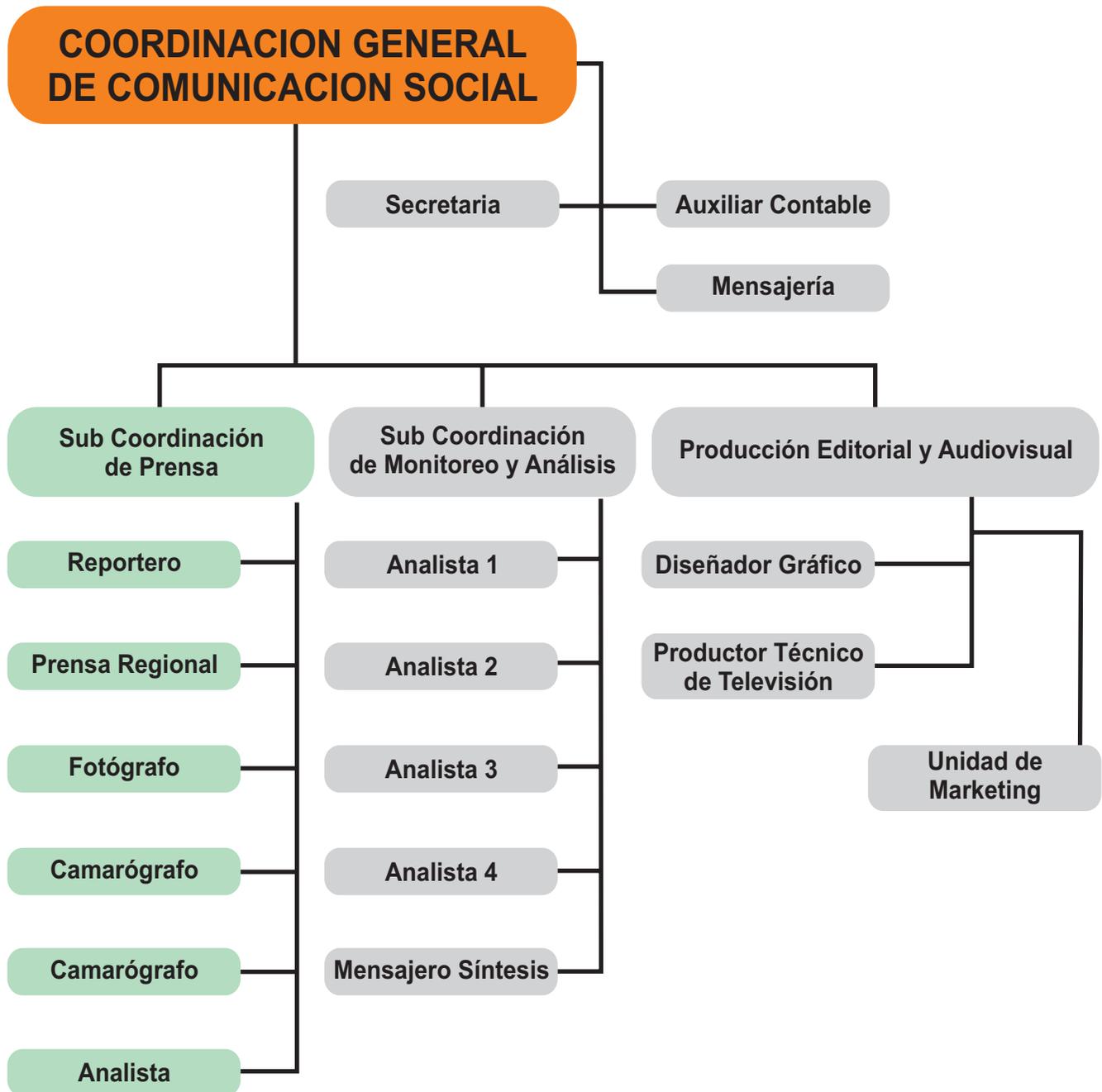
Existen confusiones en los nombres incluso de las subcoordinaciones, dado que en el



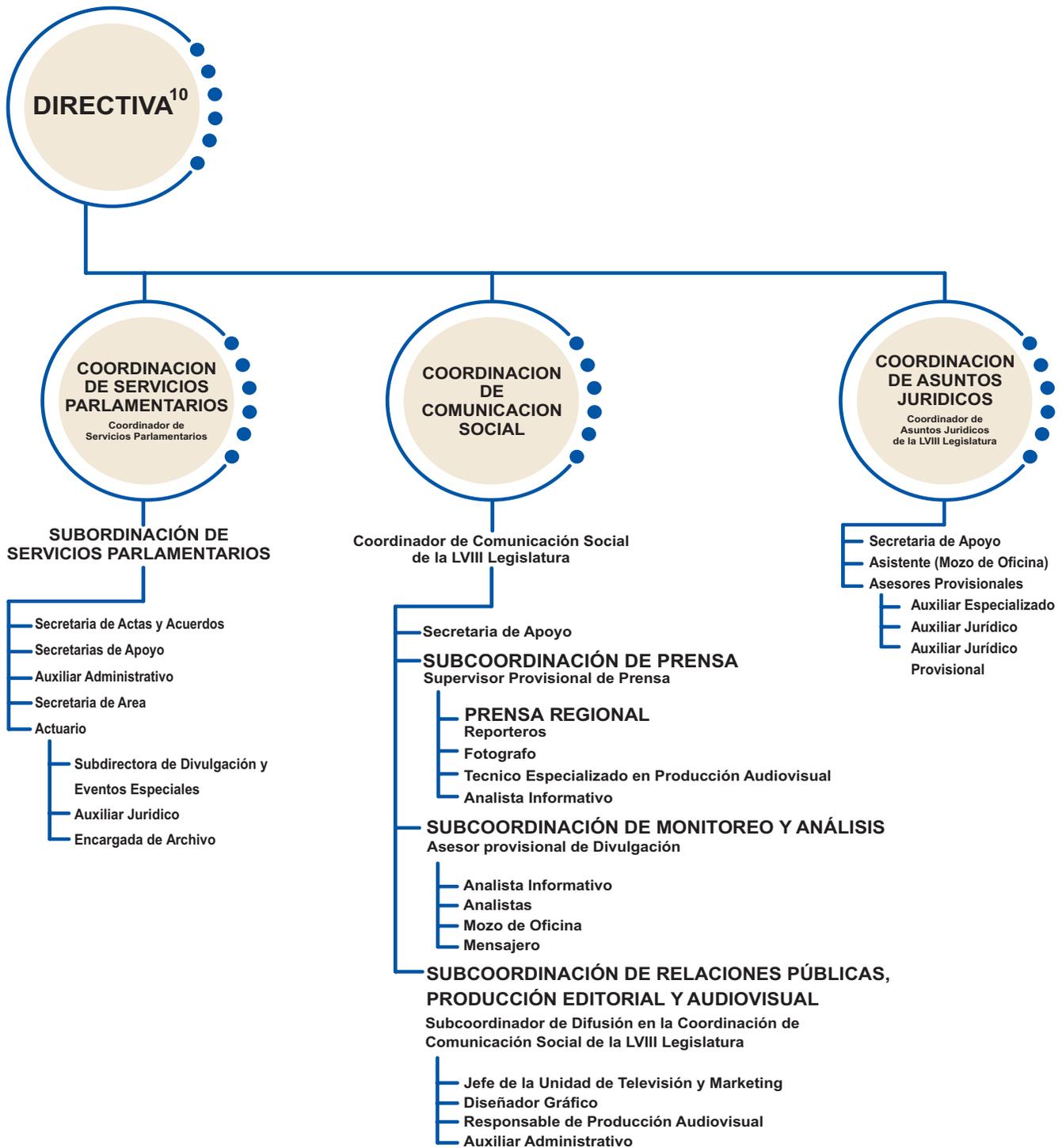
organigrama funcional que se presenta en el Manual de Organización, se presenta a la Subcoordinación de Producción Editorial y Audiovisual; pero en el organigrama general presentado en la página web del Congreso del Estado, ésta subcoordinación es denominada de Relaciones Públicas, Producción Editorial y Audiovisual.



ORGANIGRAMA FUNCIONAL⁹



9.- Ibid. Organigrama funcional del área de Comunicación Social del Congreso del Estado, p. 15.



10. Congreso del Estado de San Luis Potosí; Sección Transparencia, La estructura orgánica, normatividad, nombramientos Y funciones que realiza, artículo 19, fracción II, , (en línea), México, Dirección URL: <http://www.congresoslp.gob.mx/148.235.65.21/LIX/>. (consulta 23 de mayo de 2009).



1.2 Funciones y tareas de difusión, información y vinculación.

La actual estructura interna que se presenta en la Coordinación de Comunicación Social se originó de un proyecto de trabajo de la LVII Legislatura; sin embargo, la falta de profesionalismo de los actuales titulares de estas áreas, aunado a la falta de un proyecto de trabajo definido ha originado un caos organizacional.

Aunque existe un Manual de Organización Interno, éste fue elaborado sólo como un mero requisito para cumplir con los requerimientos de la Ley de Transparencia del Estado de San Luis Potosí, pero no existe en la Coordinación de Comunicación Social un plan de trabajo que establezca una visión específica de lo que se pretende realizar en materia comunicativa.

Por el contrario, las tareas de cada subcoordinación han sido disgregadas ante la incapacidad de sus titulares para generar proyectos de información y difusión institucionales, dando paso a que la Coordinación de Comunicación sirva únicamente para “parar” notas negativas a cambio de prebendas a los reporteros y editores de los medios de comunicación, lo que sin embargo, no funciona en todos los casos.



De acuerdo al Manual de Organización, la Coordinación de Comunicación Social se divide en:

Subcoordinación de Prensa.

Esta área está encargada de la atención directa a medios de comunicación, impresos, electrónicos y vía web para lo cual se apoya en dos reporteros internos, un fotógrafo, un camarógrafo y un asistente general con lo cual se da cobertura a las entrevistas con legisladores, ruedas de prensa, sesiones de comisiones legislativas y del pleno durante periodos ordinarios y extraordinarios, además de coberturas especiales durante eventos fuera y dentro del recinto legislativo.

Como producto de estos trabajos, se elaboran boletines institucionales basados en el trabajo realizado por las 21 comisiones legislativas y en las sesiones ordinarias del pleno del Congreso del Estado.

Además, se realizan versiones estenográficas de las entrevistas realizadas por los representantes de los medios de comunicación a los legisladores y que versan sobre diferentes tópicos, tanto del trabajo legislativo como opiniones partidistas, para luego ser enviadas vía e-mail a los reporteros que cubren la fuente.



Dichas entrevistas se graban en audio y video, los cuales también se entregan editadas a los medios de comunicación electrónicos locales y nacionales, para su retransmisión en sus diferentes noticiarios y programas de información, opinión y análisis.

La Subcoordinación de Prensa también está encargada de organizar ruedas de prensa con los legisladores para procurar que los medios de comunicación cuenten con información oportuna sobre los trabajos legislativos o posturas políticas sobre un tema en específico.

Además se llevan a cabo entrevistas vía telefónica o presenciales, cuando es posible, con los legisladores presidentes de las distintas comisiones y los medios electrónicos a fin informar sobre el trabajo institucional o bien, de responder a cuestionamientos y posturas de carácter político por su filiación partidista.

Otra de las responsabilidades del área de Prensa es establecer y mantener relación con los directivos y reporteros de los medios de información del interior del estado, ya sean escritos o electrónicos.

Con el apoyo de la Coordinación de Informática, se publica la información generada en la oficina



de prensa a la página oficial del Congreso del Estado en el portal ***www.congresoslp.gob.mx*** , la cual para fines de consulta se divide en dos grupos: información de carácter institucional por medio de boletines de prensa y de opinión, con versiones estenográficas de las entrevistas hechas a los legisladores.

Subcoordinación de Monitoreo y Análisis.

Esta área tiene como objetivo realizar el seguimiento diario de la información publicada en la prensa, medios electrónicos y en las paginas web de los noticieros y diarios locales y nacionales, relativa al trabajo efectuado en el Congreso del Estado de San Luis Potosí.

Su función primordial es evaluar el manejo de la información publicada en los diferentes medios, así como la línea editorial de cada uno, además de brindar un seguimiento oportuno de los temas tratados en la prensa local y nacional; esta área se integra por un titular o Subcoordinador de Monitoreo y cuatro analistas informativos.

El equipo de analistas elabora una síntesis informativa con recortes de las notas publicadas en los medios impresos que se distribuye entre los legisladores y funcionarios de primer nivel del Poder Legislativo y además realiza un documento electrónico procesado en un archivo word que



es enviado por correo electrónico, al igual que las síntesis matutina, vespertina y nocturna de la información difundida en los noticieros locales de radio y televisión. Ambas síntesis se suben al portal ***www.congresoslp.gob.mx***.

El área de monitoreo realiza el seguimiento de 15 emisiones de noticieros en radio, 9 emisiones de televisión y 9 periódicos locales y nacionales.

De acuerdo al Manual de Organización de Comunicación¹¹, el área de Monitoreo Informativo tiene como filosofía institucional:

Enterar a los integrantes y funcionarios del Congreso del Estado sobre la información que el Poder Legislativo difunde en los medios de comunicación impresos y electrónicos y de aquella que sea de interés; Como Visión, contar con la infraestructura técnica y humana que permita generar una reacción oportuna ante la información generada en los medios de comunicación impresos y electrónicos”.

En los objetivos marca el “conocer la información que se difunde, relativa al Poder Legislativo o de interés para éste y hacer el registro de la presencia del Congreso del Estado en los medios de comunicación que hay en la entidad”.

Subcoordinación de Divulgación y Diseño Editorial.

Corresponde a esta Subcoordinación la elaboración y producción del material audiovisual que se utiliza para los distintos eventos, así como la realización del Periódico Mural que se exhibe en

11.- Manual de Organización de Comunicación, Coordinación de Comunicación Social, op, cit., p. 25.



las dos sedes del Congreso del Estado.

De acuerdo al *Manual de Organización de Comunicación*¹², los objetivos de la Subcoordinación de Divulgación y Diseño Editorial son:

Proporcionar a los diputados, al Congreso del Estado y sus dependencias, el apoyo en instrumentos de comunicación impresos y audiovisuales, que permitan proyectar una imagen gráfica e informativa, clara y digna de sus eventos, programas y actividades.

Entre las funciones que corresponden a esta área se encuentran:

Definición de contenidos, redacción, jerarquización de información, selección de material gráfico y supervisión del diseño, del Periódico Mensual ***El Congreso*** que por encarte en diarios y distribución directa se edita en formato tabloide de 8 páginas.

También corresponde a esta área, la selección del material que se utilizará en la producción de cápsulas audiovisuales que se presentaran en eventos específicos o se presentarán en la página web.

Asimismo, a través del área de Diseño se realizan todos los elementos de imagen que se utilizan para eventos institucionales; de comisiones o de los propios legisladores tales como invitaciones, lonas o trípticos, entre otros.

El Manual de Organización de Comunicación le confiere también acciones de apoyo al área de

12.- Ibid, p. 31-33.



Monitoreo y Análisis para la elaboración de la síntesis informativa, además de la atención a grupos de visitantes de escuelas que desean conocer de cerca el trabajo legislativo¹³; sin embargo, al no contar con personal capacitado para atender estas funciones, se han delegado a otras áreas, específicamente a la Subcoordinación de Monitoreo que se ha encargado además de la elaboración del órgano informativo y de la contratación de espacios publicitarios para la difusión de cápsulas y spots en medios de comunicación.

La falta de claridad en las funciones de cada área obedece a la ineficiencia de los subcoordinadores titulares, por lo cual se han dejado de lado proyectos de difusión en medios de comunicación tanto electrónicos, como publicaciones y coberturas por medio de la página web.

1.3 Trabajo de la Coordinación de Comunicación Social con los diputados y las comisiones legislativas.

Entre las funciones de la Coordinación de Comunicación Social se establece la cobertura y participación en la organización de foros de consulta a realizarse en actos fuera del recinto legislativo y el interior del estado, como un mecanismo que permita a la sociedad participar con sus propuestas para la elaboración de una determinada ley o la modificación de las ya existentes.

13.- Ibid, p. 32.



Además, se participa en la elaboración de informes de trabajo que de manera individual presentan los legisladores en sus distritos, a manera de rendición de cuentas sobre la labor que han realizado en el Congreso del Estado.

Foros de Consulta.

Aunado a la cobertura informativa que se realiza diariamente en las dos sedes del Poder Legislativo, la Coordinación de Comunicación Social tiene como tarea el apoyar en la organización de foros de consulta ciudadanos.

Estos foros de consulta se realizan a petición de alguna comisión legislativa en específico o por acuerdo del pleno de manera institucional sobre temas que se consideren de relevancia especial entre la ciudadanía, con el fin de obtener propuestas que sean incluidas en el análisis y reforma de la ley que se plantea modificar.

La cobertura informativa de estos foros se realiza tanto dentro como fuera de las instalaciones del Poder Legislativo, y en la capital o en el interior del estado mediante una convocatoria abierta a la ciudadanía con el fin de obtener propuestas y sugerencias.



De esta manera, la Coordinación de Comunicación Social se encarga de la elaboración de invitaciones, trípticos, spots de radio y televisión y anuncios en periódicos en todo el estado, como parte de la campaña de difusión para que la ciudadanía participe con sus propuestas.

También se encarga de la elaboración de un video informativo que es transmitido el día del evento, con el fin de que la ciudadanía que acude a dichos foros pueda contar con información clara sobre la labor del Congreso del Estado.

La Coordinación de Comunicación, a través de la Subcoordinación de Prensa, realiza la invitación a los medios de comunicación locales y regionales para que sus representantes acudan a realizar la cobertura de estos eventos; además, agenda entrevistas con los legisladores en los medios electrónicos y realiza la cobertura de dichos eventos para posteriormente enviar boletines informativos a los medios de comunicación locales y regionales para su publicación.

Los resultados de estos foros de consulta, así como las propuestas que son recabadas, se sintetizan en un documento, el cual se puede consultar en la página web del Congreso del Estado, además de dejar una memoria fotográfica y en video de estos eventos.



Informe de Actividades del Congreso del Estado.

De acuerdo con la *Ley Orgánica del Poder Legislativo*¹⁴ y la Constitución Política del Estado de San Luis Potosí¹⁵, el Congreso del Estado deberá rendir un informe de actividades de manera anual en el que se haga del conocimiento los resultados de los trabajos del pleno en sesiones ordinarias y privadas, así como los asuntos desahogados en comisiones.

Asimismo, los órganos de soporte técnico, entre los cuales se incluye la Coordinación de Comunicación Social también entregan un informe de actividades de los resultados del último año.

En dicho informe se incluyen los resultados obtenidos en los trabajos de difusión, análisis informativo y de cobertura informativa y se cuantifican las apariciones de los legisladores en los medios de comunicación.

Como parte de su tarea de difusión, la Coordinación de Comunicación Social se encarga de la organización, en conjunto con otras áreas, del evento, para lo cual se prepara un material audiovisual, se elaboran folletos gráficos y se entrega un disco que incluye la información más relevante generada durante el último año y también se realizan spots de radio y televisión

14.- Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de San Luis Potosí, artículo 29, op. cit., p. 10, México, San Luis Potosí, Instituto de Investigaciones Legislativas.

15.- Constitución Política del Estado de San Luis Potosí, artículo 58, p. 24, México, San Luis Potosí, Instituto de Investigaciones Legislativas.



alusivos al evento y se insertan desplegados de prensa donde se enumeran los logros de la Legislatura.

Informes de Diputados.

Como una medida de divulgación sobre el quehacer legislativo, los diputados acordaron realizar un informe individual de actividades que presentan en los distritos electorales o con sectores específicos de la sociedad.

La Coordinación de Comunicación Social se encarga de la elaboración del video institucional que se presentará durante el informe de actividades de cada legislador , además de la elaboración de materiales gráficos como invitaciones, lonas y trípticos que se requieran.

Eventualmente, también se encarga de la elaboración de discursos y cobertura fotográfica y en video del evento, además de la realización de boletines de prensa que son enviados a los medios de comunicación para su difusión.



CONCLUSIÓN

Como se puede observar, no se cuenta con un plan de trabajo para el área de Comunicación Social del Congreso del Estado de San Luis Potosí.

Lo más cercano a un proyecto institucional es *El Manual de Organización de Comunicación*, documento interno al que no todo el personal tiene acceso y que solo consta de buenas intenciones pero no de un proyecto comunicativo.

Tampoco se cumple cabalmente con la legislación, dado que no se difunden las leyes estatales ni se realiza la publicación bimestral de la Gaceta Parlamentaria, como lo marca la Ley Orgánica del Poder Legislativo y el Reglamento para el Gobierno Interno del Congreso del Estado.

La labor realizada hasta el momento ha sido únicamente el responder a críticas y notas negativas publicadas en medios de comunicación electrónicos o escritos, ante lo cual se emiten boletines de prensa que de manera tendenciosa busca modificar las reacciones de los medios de comunicación, sin lograr una respuesta efectiva.

La respuesta tardía a notas que descalifican el trabajo legislativo y la incapacidad de generar



medios de información que acerquen a la ciudadanía de manera directa al Poder Legislativo ha contribuido a mantener una mala imagen de los legisladores, tema que será analizado en el siguiente capítulo.



CAPÍTULO 2.

Diagnóstico de Comunicación Social en la LVIII Legislatura del Congreso del Estado de San Luis Potosí.

La LVIII Legislatura del Congreso del Estado de San Luis Potosí está conformada con una mayoría de diputados pertenecientes al Partido Acción Nacional, por ello, la forma en que se maneja la comunicación social ha sido marcada por los intereses políticos de este partido político.

Más que impulsar la promoción del trabajo legislativo, la Coordinación de Comunicación Social ha buscado destacar la imagen personal de algunos legisladores de extracción panista y ha “bloqueado” la publicación de información de diputados de otros partidos políticos a fin de evitar críticas a cualquier tema que esté impulsando la Fracción Parlamentaria del Partido Acción Nacional, dejando de lado la promoción de la imagen institucional.

En este capítulo se presenta la conformación de la actual legislatura, la percepción de los medios de comunicación y algunos sectores de la sociedad sobre el trabajo legislativo, tanto institucional como por cada fracción parlamentaria.

2.1. Integración de la LVIII Legislatura del Congreso del Estado de San Luis Potosí; Coordinaciones Parlamentarias y Representaciones Parlamentarias.



Antecedentes.

De acuerdo a la Constitución Política del Estado de San Luis Potosí:¹⁶

El Congreso del Estado se integra con quince Diputados electos por mayoría relativa y hasta doce Diputados electos según el principio de representación proporcional. Por cada Diputado propietario se elegirá un suplente.

Tiene las siguientes atribuciones:¹⁷

Dictar. Abrogar y derogar leyes; presentar iniciativas de reforma a la legislación federal ante el Congreso de la Unión; revisar y aprobar la cuenta pública anual del gobierno del estado y de los 57 ayuntamientos; además de autorizar la Ley de Ingresos y el Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado y de los 57 ayuntamientos para el ejercicio fiscal correspondiente, entre otras funciones.

Dentro del Congreso del Estado, un grupo parlamentario o fracción parlamentaria de un partido político se integra por todos los diputados pertenecientes a dicho partido, incluyendo a los legisladores electos por mayoría relativa y a los electos por medio de representación proporcional. Cuando un partido político está representado por un único legislador, se le da el reconocimiento de representación parlamentaria, que tiene como objeto:¹⁸

Facilitar la participación de los diputados en las actividades legislativas, y contribuir a la formación de criterios comunes en las deliberaciones y discusiones que se lleven a cabo en las sesiones correspondientes.

La administración operativa del Congreso se realiza por medio de la Junta de Coordinación Política, que es el órgano colegiado integrado por todos los grupos parlamentarios y

16.- Ibid, capítulo II, artículo 42, De la integración del Congreso del Estado, p. 16

17.- Ibid, capítulo IV, artículo 57, p. 42, De las atribuciones del Congreso del Estado.

18.- Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de San Luis Potosí, capítulo II, artículos 55, 56, 74, 77, 82 y 98 p. 17-27 de los grupos parlamentarios.



representaciones parlamentarias; está integrada por un presidente, un vicepresidente, un secretario y los vocales .

En caso de que un grupo parlamentario tenga la mayoría del Congreso del Estado, tendrá el derecho a presidir la Junta de Coordinación Política durante dos años legislativos; el año vacante será presidido por la primera minoría. La Junta de Coordinación Política tiene como atribuciones el proponer al pleno la integración de la Directiva, comisiones y comités para organizar los trabajos del Congreso del Estado.

El Congreso del Estado está integrado por 21 comisiones de dictamen legislativo:

Agua; Asuntos Indígenas; Asuntos Migratorios; Comunicaciones y Transportes; Derechos Humanos, Equidad y Género; Desarrollo Económico, Desarrollo Rural y Forestal; Desarrollo Territorial Sustentable; Ecología y Medio Ambiente; Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología; Gobernación: Hacienda del Estado; Justicia; Primera de Hacienda y Desarrollo Municipal; Segunda de Hacienda y Desarrollo Municipal; Puntos Constitucionales; Salud y Asistencia Social; Seguridad Pública, Prevención y Readaptación Social; Transparencia y Acceso a la Información; Trabajo y Previsión Social; y Vigilancia.

2.1.1 LVIII Legislatura.

La LVIII Legislatura del Congreso del Estado de San Luis Potosí está integrada por 27 legisladores; 15 electos por mayoría relativa y 12 por el principio de representación proporcional.



Se encuentra dividida en 3 Fracciones Parlamentarias: del Partido Acción Nacional con 15 legisladores; del Partido Revolucionario Institucional con 5 legisladores; del Partido de la Revolución Democrática con 3 legisladores; del Partido del Trabajo con dos legisladores; y dos representaciones parlamentarias; del Partido Verde Ecologista de México y del Partido Conciencia Popular, de extracción estatal.

Por parte del Partido Acción Nacional existen 13 legisladores que fueron electos por el principio de mayoría relativa o elección y que representan los distritos electorales I, II, III, V, VI, VII, VIII, IX, X, XI, XII, XIII, XIV; representados por Martha Lilia García Galarza, Juan Izaguirre Ostiguin, Luis Manuel Calzada Macías, Adrián Ibáñez Esquivel, Felipe Almaguer Torres, Enrique Trejo Azuara, Vicente Toledo Álvarez, Raúl Paulín Rojas, Hilario Vázquez Solano, Patricio Bravo Rivera, Socorro Herrera Orta Modesto Zumaya Salazar y Eugenio Márquez Fernández.

Por el principio de representación proporcional o plurinominal, el PAN cuenta con dos diputaciones; Juan Pablo Escobar Martínez y Sonia Mendoza Díaz.

El Partido Revolucionario Institucional cuenta con una diputación por el principio de mayoría relativa, por el distrito XV representado por Sabino Bautista Concepción y cuatro diputaciones plurinominales: Victoria Labastida Aguirre, Angélica Martínez Cárdenas, José Luis Ramiro Galero y Adolfo Micalco Méndez.



Para el Partido de la Revolución Democrática se otorgaron tres diputaciones plurinominales: Guadalupe Castro Almanza, Guadalupe Almaguer Pardo y Efraín García Rosales.

El Partido del Trabajo cuenta con dos diputaciones; una por el principio de mayoría relativa por el distrito IV para Marcos Esparza Martínez y una por el principio de representación proporcional para José Belmarez Herrera.

Finalmente, las representaciones parlamentarias están integradas por Jorge Álvarez Cruz por el Partido Verde Ecologista de México y Jorge Vera Noyola por el Partido Conciencia Popular.

Al tener la mayoría absoluta del Congreso del Estado, el PAN ha integrado con su equipo las principales oficinas de administración del Congreso del Estado; entre ellas, la Coordinación de Comunicación Social, y ha dictado las pautas a seguir en la elaboración y discusión de leyes; la administración del recurso público y la rendición de cuentas por medio de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Esta imposición ha permeado la labor de la Coordinación de Comunicación Social, que ha mantenido una dependencia de este partido para el desarrollo de sus funciones, preocupada



más por difundir la imagen personal de una parte de sus legisladores que por promover un plan de difusión de los resultados legislativos.

Se ha privilegiado la aparición en medios de comunicación de declaraciones emitidas por los coordinadores parlamentarios Juan Pablo Escobar Martínez y Sonia Mendoza Díaz; solamente en pocas ocasiones se ha trabajado de la misma manera por posicionar una imagen positiva de otros legisladores integrantes del mismo partido político, esto derivado de problemas internos al interior de la propia Fracción Parlamentaria del Partido Acción Nacional.

Por otro lado, ha “bloqueado” la aparición en medios de comunicación de representantes de otros partidos, como el PRD, el Partido Verde Ecologista y Conciencia Popular cuando han emitido opiniones que van en contra de los temas impulsados por Acción Nacional o que afectan directamente la imagen de algún legislador de ese partido o del mismo gobernador del estado que también proviene de las filas del PAN.

Así, el Partido Acción Nacional en el Congreso del Estado ha utilizado la mayoría que posee para imponer personal, uso de recursos económicos, reformas legales y aprobación de créditos para ayuntamientos afines a su partido y para el gobierno del estado.



2.2 Evaluación de la difusión de información sobre el trabajo legislativo en medios de comunicación electrónicos y escritos de la capital y del interior del estado.

La información que se genera en el Congreso del Estado es enviada a los medios de comunicación, tanto locales como regionales para su publicación final, quienes dan más peso a sus propias investigaciones y reportajes, que en la mayoría de los casos, descalifican la labor de los legisladores.

Además de la publicación de los productos legislativos como nuevas leyes, reformas a las ya existentes o puntos de acuerdo que signifiquen una postura importante de parte del Congreso Local, los temas recurrentes dentro de los medios de comunicación son: la ineficiencia de los legisladores para promover leyes, las excesivas dietas que perciben, la falta de quórum en la realización de reuniones de comisión y el buscar otro cargo público antes de dejar su labor en el Poder Legislativo.

2.2.1 Los medios y el Poder Legislativo.

Los medios de comunicación que cubren las funciones del Poder Legislativo se clasifican en impresos y electrónicos; entre éstos últimos, existe una naciente comunidad de páginas web



noticiosas que poco a poco van ganando adeptos, pero que no han logrado hasta el momento colocarse en la opinión pública.

En el siguiente análisis, se clasifica la información publicada por los medios de comunicación locales y regionales más representativos del Estado durante los meses de abril, mayo y la primer quincena de junio de 2009; entre los medios escritos se realizó un análisis de contenido en los periódicos *Pulso*, *Sol de San Luis*, *la Razón*, *Heraldo* y *El Mañana de Ciudad Valles*.

En lo referente a los medios de comunicación electrónicos, se tomó en cuenta para el rubro de televisión a las señales locales de *Canal 7* y *Canal 13* que cuentan con tres emisiones de noticieros con una periodicidad regular; para Radio se tomo en cuenta el noticiero de *CM Noticias 710 AM*, *MVS Noticias 100.1 FM* y *EXA El Informador 96.9 FM*, todos con una periodicidad de lunes a viernes.

Se tomaron en consideración la aparición de las notas, comentarios, editoriales y columnas de estos tres meses y se clasificaron para su análisis en ***Favorables, Desfavorables o Neutrales***.

Como notas ***Favorables*** se catalogó a aquellas en que se toma en cuenta la labor legislativa y se exponen los alcances de las reformas legales; ***Desfavorables*** en los casos en que lo que se



exalta es la indiferencia de los legisladores sobre algún tema en particular, el desconocimiento de sus funciones y el alto costo que tienen sus dietas al erario público, principalmente; **Neutrales** cuando la información presentada es sobre alguna opinión sobre un hecho o una propuesta sin abundar en dicho tema.

Además, se clasificó la información dependiendo de los grupos parlamentarios a los que pertenece cada legislador y se consideró un apartado especial para la institución Congreso del Estado, donde se hace mención de su buena o mala función.

De esta manera, se puede observar que tanto en los medios impresos como en los electrónicos, prevalece la cobertura informativa hacia la Fracción Parlamentaria del PAN, que cuenta con un mayor número de notas **Favorables**; en contraparte, las representaciones parlamentarias del Partido Verde Ecologista de México y del Partido Conciencia Popular tienen pocas o incluso nula cobertura en algunos medios informativos.

La cobertura que se brinda a la institución Congreso del Estado en los tres medios obedece más a notas con tendencia **Desfavorable**, donde se resaltan sus altos sueldos, la ineficiencia en la función de legislar y sus ausencias en sesiones de comisión, principalmente.



2.2.2 Periódicos.

Cabe destacar que los periódicos ***Sol de San Luis y El Heraldo*** mantienen una línea editorial gubernamental y venden sus notas principales al mejor postor, principalmente a Gobierno del Estado, por lo cual se consideran una extensión de la oficina de prensa.

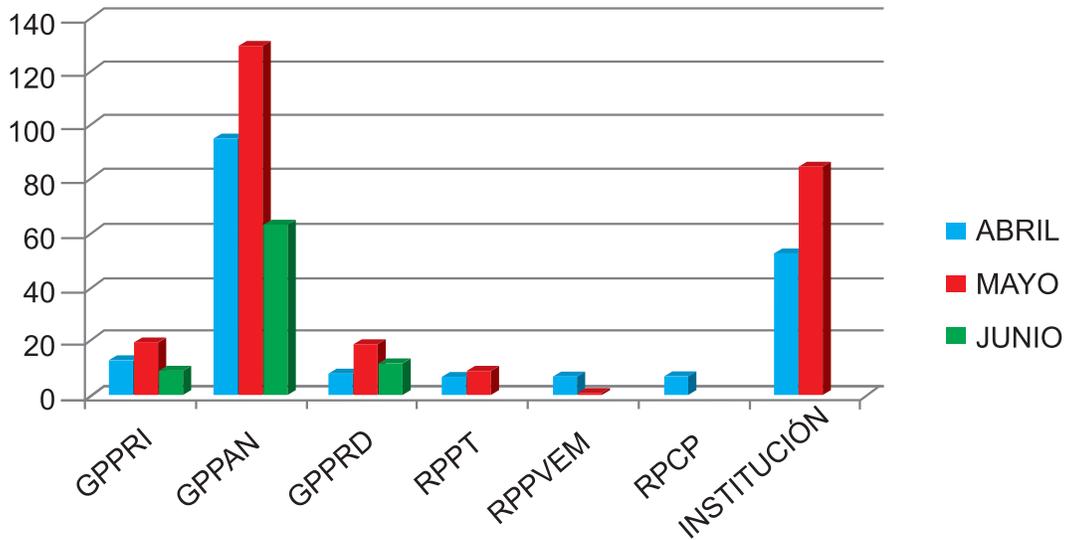
Por su parte, el diario ***Pulso*** mantiene una línea editorial crítica que se caracteriza por el desarrollo de temas de interés y de investigación aunque no de fondo para la presentación de sus notas, por lo regular contrarias a las instituciones.

En los medios electrónicos, la falta de equipo para el desarrollo de las funciones, así como la premura para la presentación de la información hacen que no se desarrollen trabajos de investigación y que la mayor parte de sus notas se basen en declaraciones de actores políticos y gubernamentales.

A continuación se presentan los resultados gráficos del análisis realizado en los meses de abril, mayo y junio de 2009, sobre el manejo de la información de las actividades de los diputados y la institución Congreso del Estado en los diversos medios de comunicación.



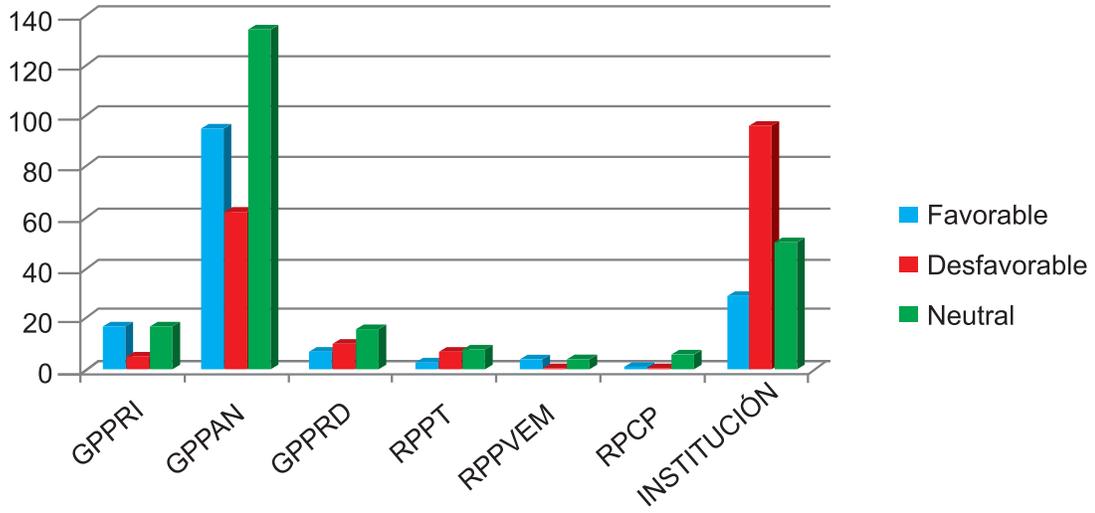
Total de Notas por fracción publicada al mes en diarios



Respecto al comparativo por mes, se puede observar un incremento de notas publicadas durante el mes de mayo, previo a la realización de precampañas y campañas políticas tendientes a la elección del 6 de julio.

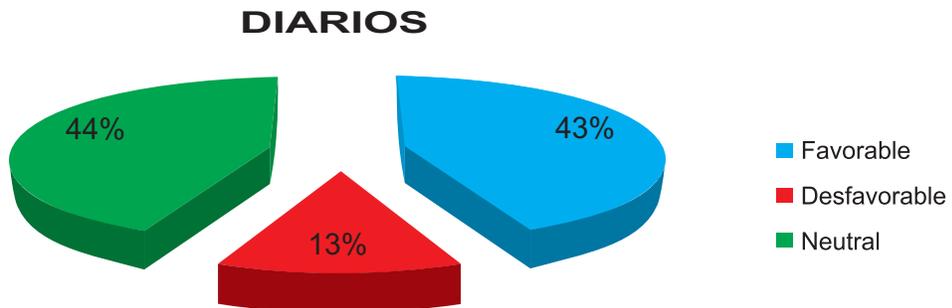


Total Notas favorables, desfavorables y neutras diarios. Abril- Junio 2009.



Por Fracción*: En los análisis por fracción de la información publicada en los diarios se puede observar que predomina un manejo negativo de la información institucional, resultando en una mala imagen para el Congreso del Estado.

PRI

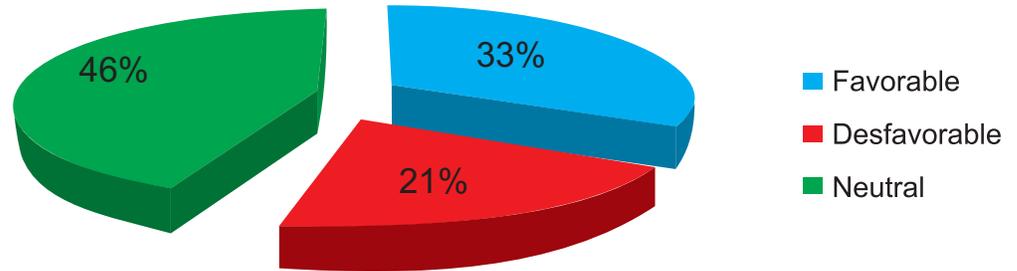


* Para análisis solamente se tomó en cuenta a las Fracciones Parlamentarias del PRI, PAN y PRD que cuentan con un Mayor número de opiniones, a fin de establecer un comparativo contra las notas que se manejan institucionalmente.



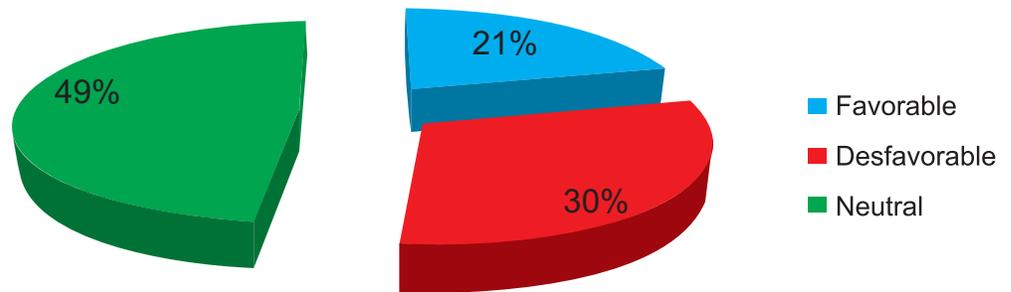
PAN

DIARIOS



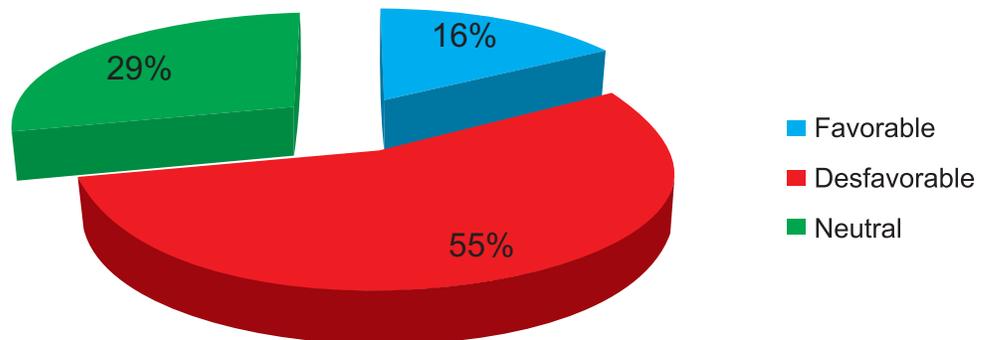
PRD

DIARIOS



INSTITUCIÓN

DIARIOS





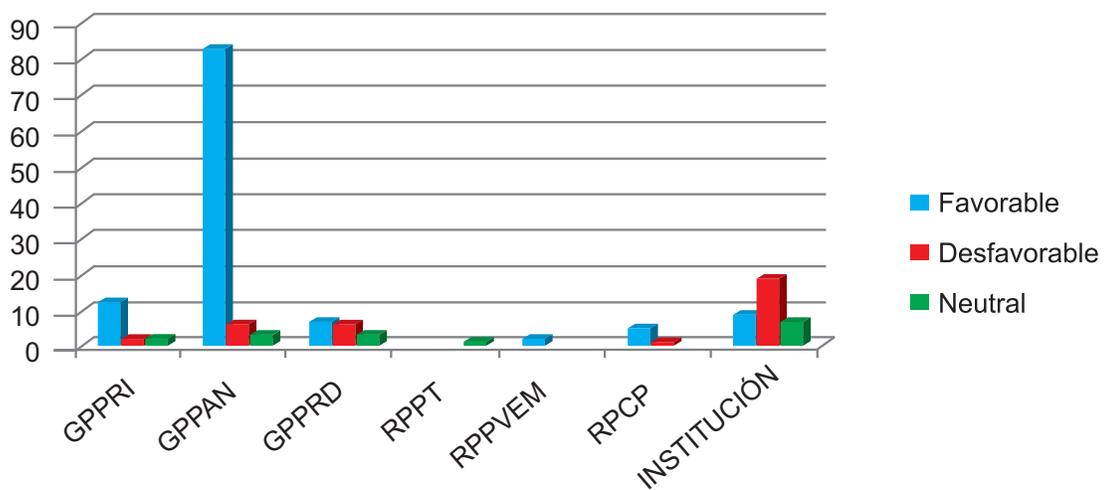
MEDIOS ELECTRONICOS:

RADIO Y TV.

Al igual que sucede en la prensa escrita, los noticieros de radio y TV reciben también apoyo institucional y venden su información principal. La mayoría de ellos cuentan con convenios comerciales con las instituciones gubernamentales, lo cual define su línea editorial, lo que se ve reflejado en el manejo de notas favorables para la fracción del PAN, mientras que la imagen institucional se mantiene negativa..

Total Notas favorables, desfavorables y neutrales radio.

Abril-Junio 2009.

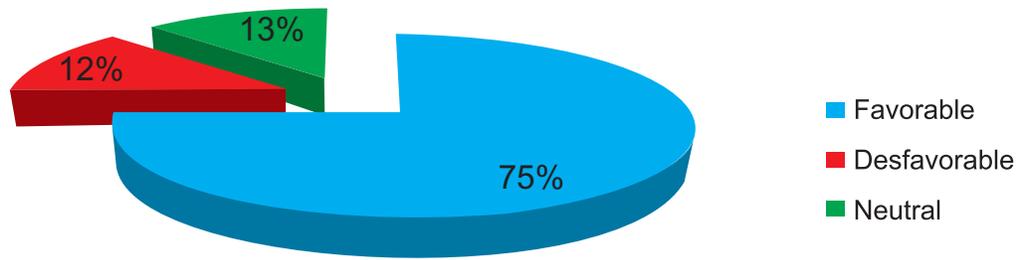




Por Fracción Parlamentaria:

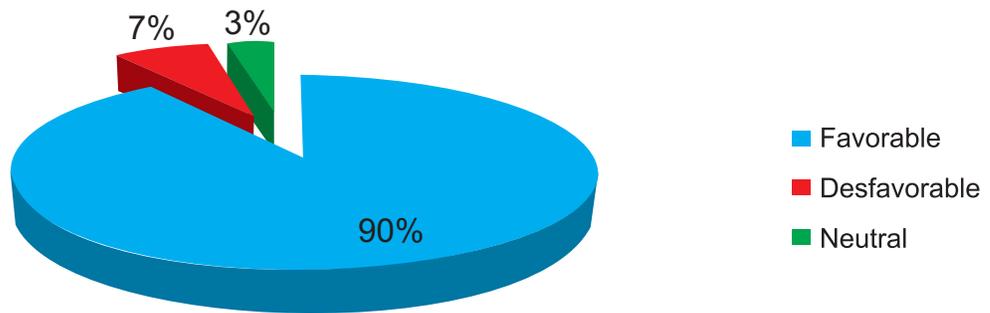
PRI

RADIO



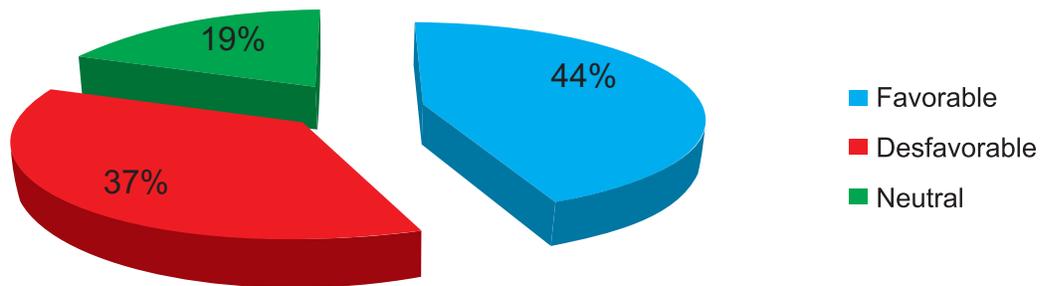
PAN

RADIO



PRD

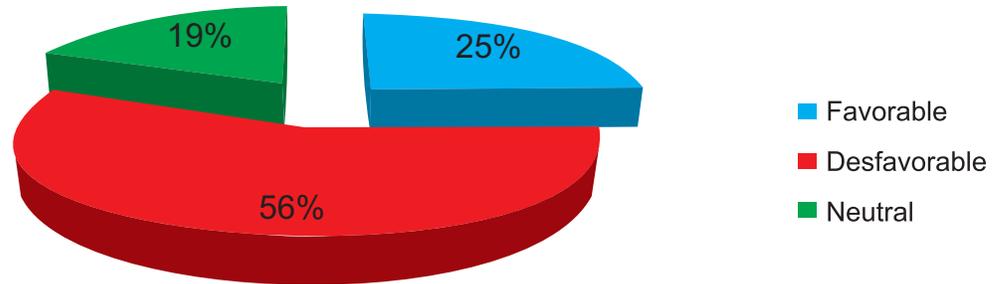
RADIO





INSTITUCIÓN

RADIO

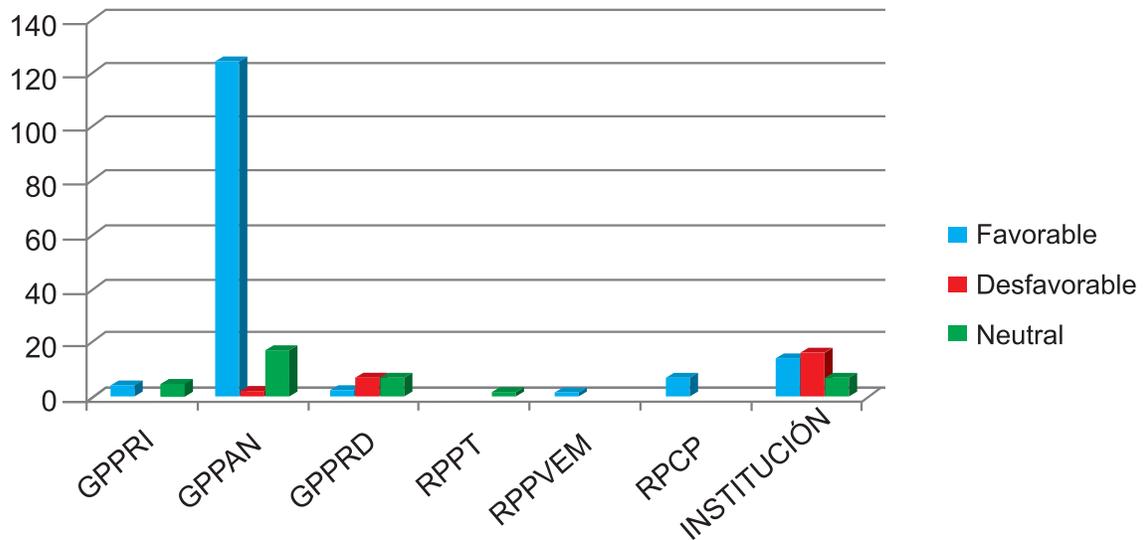


MEDIOS ELECTRONICOS:

TELEVISIÓN

Total Notas favorables, desfavorables y neutrales TV.

Abril-Mayo 2009.

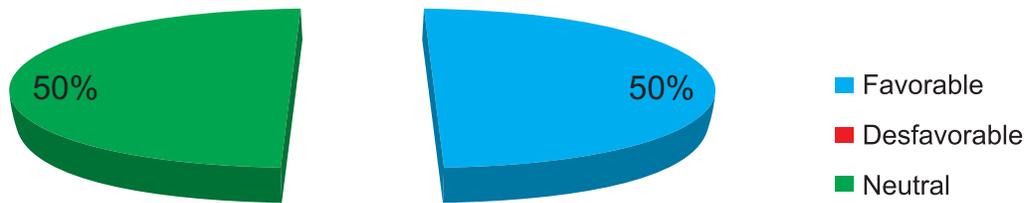




Por Fracción Parlamentaria:

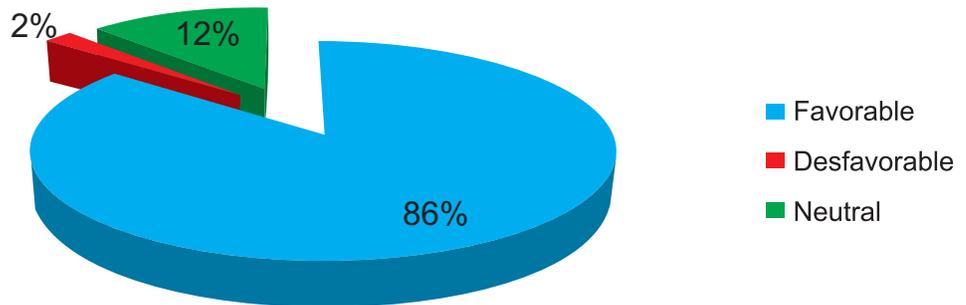
PRI

TV



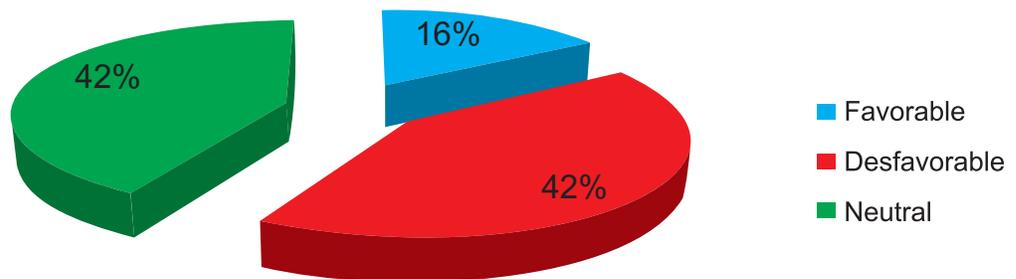
PAN

TV



PRD

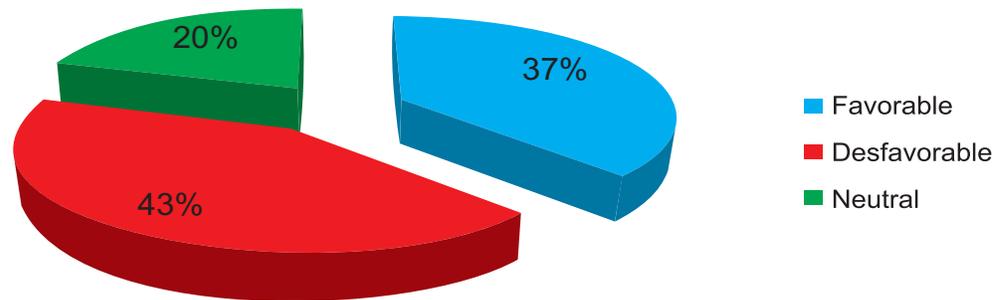
TV





INSTITUCION

TV



2.3 Percepción del trabajo legislativo de la LVIII Legislatura, según algunos sectores.

El desconocimiento de las labores legislativas entre la propia sociedad, ha dado pie a que la ciudadanía se sienta alejada de sus representantes populares.

Esto aunado a la falta de preparación y de responsabilidad de los legisladores electos y los designados vía plurinominal, han dejado una mala imagen y un descontento entre la sociedad que los identifica como parásitos que viven a costa del erario público.

Esta situación quedó demostrada en recientes estudios de análisis sobre el trabajo legislativo realizados cada año por la Iniciativa Privada de San Luis Potosí representada por la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), la Delegación Estatal de Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA), la Cámara Nacional de



Comercio (CANACO) y la Asociación Industriales Potosinos A. C. (IPAC), entre otras.

Dicha evaluación consta de una revisión a las finanzas del Poder Legislativo para corroborar el uso del financiamiento público que recibe y evaluar la productividad de los legisladores partiendo de la presentación de iniciativas de manera personal, la asistencia a sesiones de pleno y comisiones, el uso de la tribuna en sesiones ordinarias y extraordinarias, así como el número de decretos publicados.

Esta metodología ha dado por resultado “una baja calificación del trabajo legislativo dado que se hace notar el elevado costo que para la ciudadanía enfrenta un legislador, al compararlo con la producción que realiza”.¹⁹

Simplemente, en este último año de ejercicio legal se calificó a la Legislatura Local con un 42 por ciento de eficiencia y se propuso la profesionalización del cuerpo de asesores, la creación de una Ley de Remuneraciones de Servidores Públicos y de una Ley que prohíba el solicitar licencia para buscar otro cargo de elección popular hasta en tanto no concluyan sus funciones en el cargo para el que fueron electos.²⁰

En diversas ocasiones, la repuesta de la LVIII Legislatura a este grupo de empresarios es

19.- Everardo Hernández, “Legisladores que trabajan son minoría”, periódico Pulso, año 20, núm. 7, 132, sección San Luis Potosí, México, SLP, miércoles 15 de abril de 2009, p. 4.
20.- Hortensia Martínez, Congreso con apenas 42 por ciento de eficiencia, (en línea), México, Plano Informativo, 25 de junio De 2009, Dirección URL: <http://www.planoinformativo.com/nota.php?id=39875>. (consulta: 25 de junio de 2009)



recomendarles se dediquen a sus asuntos, sin realizar ningún tipo de compromiso serio por revisar las propuestas que se envían.

CONCLUSIÓN

La percepción de los medios de comunicación sobre el trabajo legislativo en su mayoría es desfavorable puesto que se privilegia la difusión de notas que descalifican tanto el trabajo institucional, como de fracción parlamentaria y de forma personal de los integrantes de esta legislatura, reflejando la estrategia equivocada de comunicación que pese a la entrega de prebendas a los reporteros y compra de publicidad a manera de entrevistas no logra posicionar una imagen positiva de la Legislatura ni de la Fracción Parlamentaria del PAN.

Cabe destacar que dentro de estas notas negativas se ataca por igual a partidos minoritarios como a la mayoría panista, a pesar de los esfuerzos de los directivos de la Coordinación de Comunicación Social por tratar de “parar” esta información.

Los empresarios y demás representantes de la Iniciativa Privada han aprovechado la falta de difusión del Poder Legislativo y la opacidad para el tratamiento de temas de interés para posicionarse como “voceros” de la ciudadanía y hacer críticas en los medios de comunicación



donde tienen influencia.

Esta situación ha contribuido a fortalecer la mala percepción que los ciudadanos tienen de sus diputados a quienes no consideran como sus representantes y ni siquiera como personajes cercanos a su comunidad.



CAPÍTULO 3.

Propuesta de un Proyecto de Comunicación Social para el Congreso del Estado de San Luis Potosí.

En este capítulo se plantea una estrategia integral de comunicación, tanto interna como externa, privilegiando la información hacia la ciudadanía para hacerles partícipes de las decisiones y propuestas que se elaboren.

Se propone una reorganización integral de toda la Coordinación de Comunicación Social, a fin de definir claramente las labores de cada área y obtener resultados exitosos partiendo de un plan integral de trabajo.

3.1 Plan de trabajo en materia de comunicación legislativa

Para poder obtener buenos resultados se requiere de una reestructuración integral de la Coordinación de Comunicación Social donde se establezcan claramente las funciones de cada área, así como del personal que ahí labora.

Como lo menciona Horacio Andrade Rodríguez²¹, se requiere de integrar un modelo de comunicación organizacional donde exista la comunicación interna; la comunicación externa; relaciones públicas; publicidad y publicidad institucional, entendida ésta como la relación directa con los medios de comunicación.

21.- Carlos Fernández Collado, La Comunicación en las Organizaciones, México, Trillas, 1991, pp. 33-34.



Esto permitirá trabajar en dos líneas: hacia el interior de la propia institución y hacia el exterior, utilizando los medios de comunicación impresos y electrónicos, así como el internet y desarrollar recursos informativos propios que permitan captar la atención de la ciudadanía.

Es así que se propone el siguiente organigrama y manual de funcionamiento, partiendo de un estudio comparativo del área de comunicación social de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal²² y otros congresos locales como Aguascalientes²³, Guanajuato²⁴ y Zacatecas²⁵, donde se establece claramente la separación de funciones del personal para el cumplimiento del fin comunicativo.

22.- s/a, s/editor, Asamblea Legislativa del Distrito Federal, Comunicación Social, Organigrama (en línea), México, Dirección URL:<http://www.asambleadf.gob.mx> (consulta: 20 de julio de 2009).

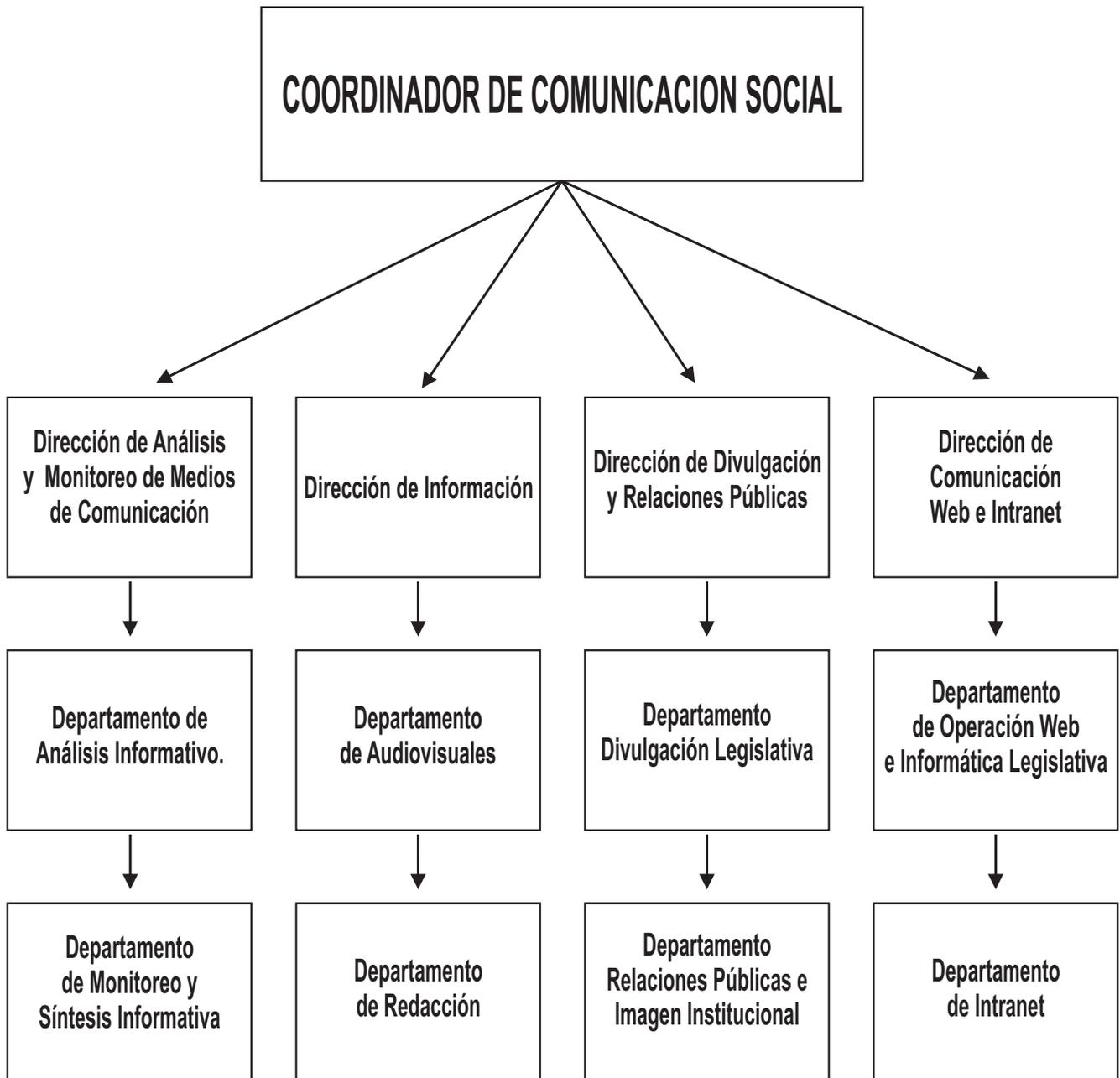
23.- s/a, s/editor, Congreso del Estado de Aguascalientes, Transparencia, Organigrama (en línea), México, Dirección URL: http://www.congresoags.gob.mx/sitio/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1. (consulta: 20 de julio de 2009).

24.- s/a, s/editor, Congreso del Estado de Guanajuato, Organigrama, (en línea), México, Dirección URL: <http://www.congresogto.gob.mx/organigrama/index.html> (consulta: 20 de julio de 2009).

25.-s/a, s/editor, Congreso del Estado de Zacatecas, Sección Transparencia, (en línea), México, Dirección URL: <Http://www.congresozac.gob.mx/cgibin/coz/mods/secciones/index.cgi?action=verseccion&cual=227> (consulta: 20 de julio de 2009).



ORGANIGRAMA PROPUESTO:





FUNCIONES DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Coordinador:

Establecer una política de Comunicación Social de la institución, manteniendo una imagen corporativa y de relaciones públicas con otros poderes y con la sociedad.

Dirección de Análisis y Monitoreo de Medios de Comunicación:

Estructura un plan de trabajo para el monitoreo de notas en medios informativos y la metodología para la calificación de las mismas, a fin de establecer el tratamiento que dan los medios de comunicación a la información generada desde el Congreso del Estado; se apoya en dos departamentos:

Departamento de Monitoreo y Síntesis Informativa:

Realiza un seguimiento de la información generada en medios electrónicos, escritos y web diariamente con lo cual genera una síntesis informativa que es enviada a los legisladores y funcionarios del Congreso del Estado.



Departamento de Análisis Informativo:

Realiza un análisis sobre las notas publicadas en los diferentes medios de comunicación, ya sean electrónicos, impresos o web, calificando la información generada y emitiendo un informe mensual que servirá de base para la toma de decisiones en materia comunicativa.

Coordina trabajos de sondeos de opinión entre la ciudadanía para establecer las líneas informativas a seguir y el impacto que los medios de comunicación tienen sobre su percepción del trabajo legislativo y los medios de difusión propios del Congreso.

Dirección de Información.

Recopila la información para la generación de fotografías, videos, boletines de prensa y versiones estenográficas de las entrevistas que los representantes de los medios de comunicación realizan a los legisladores. Se apoya en dos departamentos:

Departamento de Redacción:

Elabora los boletines de prensa institucionales o de fracción legislativa, así como las versiones estenográficas de las entrevistas realizadas a los legisladores. Posteriormente, envía este



material a los representantes de los medios de comunicación vía mail y al Departamento de Operación Web para que esté disponible en la página institucional.

Departamento de Producción Audiovisual:

Recopilan el material fotográfico, en audio y en video de las sesiones de comisiones y de pleno, así como entrevistas a legisladores para crear un archivo de imágenes y voz que permitan la difusión de material tanto a los medios de comunicación como para la generación de medios propios del Congreso del Estado.

Dirección de Divulgación y Relaciones Públicas.

Responsable de la creación de material impreso y electrónico que será distribuido directamente entre la población con el fin de dar a conocer la actividad legislativa; además, establecerá relaciones con otras dependencias estatales, municipios y el gobierno federal.

Departamento de Divulgación Legislativa:

Responsable de la creación de material impreso que será utilizado para promocionar la labor



legislativa; creará una imagen gráfica institucional que sea reconocible a la ciudadanía y contará con órganos informativos al interior del propio Congreso como periódicos murales y folletería.

Departamento de Relaciones Públicas e Imagen Institucional:

Cuida la imagen de la Legislatura y fortalece la comunicación con los coordinadores parlamentarios, otros poderes del estado, el gobierno federal, organismos descentralizados y autónomos de la administración pública estatal y los 58 ayuntamientos de la entidad para aprovechar canales de comunicación que permitan posicionar una buena imagen del Congreso del Estado.

Dirección de Comunicación Web e Intranet

Responsable de la página Web oficial del Congreso del Estado y de la información que sea publicada, además del soporte intranet como red principal de comunicación interna entre las oficinas del Congreso del Estado.



Departamento de Operación Web e Informática Legislativa:

Responsable de la creación y mantenimiento de la página web oficial del Congreso del Estado, así como de su actualización diaria, con información generada por todas las direcciones del Poder Legislativo y el Módulo de Transparencia. Además, contará con un apartado para consulta de legislación existente y trabajo legislativo tanto en el pleno como en comisiones.

Subirá a la red videos y audios, y establecerá atención en línea por medio de chat para brindar información personalizada a los usuarios del sitio web.

Departamento de Intranet:

Será la red interna principal del Congreso del Estado, contará con información relevante para la actividad administrativa y será un canal de comunicación entre el personal del Poder Legislativo.

3.1.1 Comunicando hacia el interior.

Según Benito Castro en su libro *El Auge de la comunicación corporativa*²⁶, “Una empresa debe organizarse primero internamente y luego aspirar a ganar afuera”.; esto ejemplifica la

26.- Benito Castro, *El auge de la Comunicación Corporativa*, (en línea), Sevilla, España, libro de circulación gratuita, p. 21, Licencia Creative Commons de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 2.5, Dirección URL: <http://augecomucor.com/info/> (consulta: 25 de junio de 2009).



importancia de privilegiar la comunicación interna.

Entre los mecanismos propuestos para lograr este objetivo, se propone la realización de material impreso en periódicos murales que sean actualizados de manera mensual o cuando la relevancia de la información así lo requiera.

Estas acciones serán realizadas por el Departamento de Divulgación y de Intranet, quienes mantendrán actualizados los archivos de la página interna con información recabada por la propia oficina y el personal de otras direcciones.

Estos medios de comunicación serán colocados en la entrada de los edificios sede del Poder Legislativo, donde se incluirá información sobre los resultados legislativos, los acuerdos administrativos y los cursos de capacitación que se efectúen para el personal.

Aunado a ello, se plantea el uso del intranet como una herramienta electrónica eficiente para divulgar entre el personal la información del Poder Legislativo; así como las agendas de trabajo de las diferentes comisiones legislativas y de las sesiones del pleno para que sean consultadas tanto por los legisladores como por el personal de apoyo.



El uso de la intranet, según el mismo autor²⁷, representa la transición de la cultura del papel a la cultura digital, con las ventajas de la nueva tecnología como costos bajos y eliminación de voluminosos archivos.

Además, se incluirán manuales de operación de los principales programas de oficina para que sirvan de consulta a los empleados del Poder Legislativo.

3.1.2 Comunicando hacia el exterior.

En este apartado, se incluyen acciones para mejorar la imagen del Poder Legislativo, mediante el cruce de información con otras dependencias estatales, federales y municipales.

Estas acciones serán realizadas por el área de Relaciones Públicas, encaminadas a la realización de eventos como exposiciones, seminarios, paneles o foros de consulta donde el Congreso del Estado presente los avances realizados durante el periodo comprendido; además, de participar en los diversos eventos que otras instancias realicen para discutir algún tema en específico.

Además, se incluye la creación de una revista institucional que se publique de manera bimensual donde se haga un pequeño resumen de los dictámenes aprobados por el pleno, los asuntos que

27.- Ibid. Capítulo XVI, Cómo trabajar a través de internet, p. 95.



estén en discusión al interior de las comisiones y un apartado específico para uso de los distintos grupos parlamentarios para publicitar su agenda de trabajo o algún mensaje a sus representados.

Para la distribución de este material, se buscará la realización de convenios con ayuntamientos, dependencias estatales y federales, y medios de comunicación, a fin de lograr abarcar al mayor número de lectores.

Además, se realizará folletería institucional para los visitantes al Poder Legislativo a fin de que conozcan a sus diputados, los distritos y partidos que representa, a fin de posicionar su imagen entre la ciudadanía.

3.1.3 Plan de trabajo con los medios de comunicación.

Esta es la parte más visible de la comunicación externa, dado que los medios de comunicación abarcan con sus mensajes a una población más extensa.

Para lograr un buen aprovechamiento, se requiere de un plan de medios donde se difunda la



información de carácter institucional que sea relevante, de manera sencilla y práctica, de tal manera que pueda ser fácilmente reconocible y entendible por el público.

Se propone la contratación de espacios en medios electrónicos para la difusión de spots institucionales tanto televisivos como radiales, donde se informe sobre los resultados de un dictamen presentado, las iniciativas que se estén discutiendo al interior del Congreso, así como un seguimiento de los buenos resultados obtenidos por las reformas o nuevas leyes realizadas.

Aunado a ello, se propone la producción de un programa televisivo semanal donde a manera de entrevista con los legisladores, se aborden diversos temas de la agenda legislativa, a fin de que puedan ser conocidos por el auditorio.

Para la difusión de este programa, se contratará un espacio en los principales canales de televisión abierta y por cable en el interior del estado, con el fin de posicionar la imagen de la Legislatura.

La producción de este programa y de los spots correrá a cargo del Departamento de Producción Audiovisual, que tendrá a su cargo la recopilación de material, elaboración de guiones sencillos y fácilmente entendibles por el auditorio, así como la realización de entrevistas y sondeos entre



la población para incluirlas como apartados del programa institucional.

En medios impresos como periódicos y revistas, se prevé la contratación de media plana o plana completa, donde a manera de reportaje, se detallen los resultados legislativos como nuevas leyes y su importancia; reformas legales y constitucionales, así como propuestas o posicionamientos específicos sobre temas de interés.

3.2 Propuesta de difusión del trabajo legislativo con la sociedad civil.

La mala percepción de la ciudadanía sobre el trabajo legislativo es un fenómeno visto no solo en México sino en otros parlamentos en el mundo, según lo revela el estudio “La Cámara de Diputados y la Opinión Pública”²⁸, que entre sus conclusiones plantea:

En México existe un escaso conocimiento sobre la composición y atribuciones de la Cámara de Diputados; los mexicanos expresan un nivel muy bajo de confianza en la Cámara de Diputados y en los legisladores y desaprueban su trabajo. Además, consideran que la Cámara de Diputados no representan sus intereses.

Dicho estudio también manifiesta que:

28.- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados, La Cámara de Diputados y la Opinión Pública, , (en línea) Estudio-Diagnóstico, México 2003, p. 6, (consulta: 20 de julio de 2009).



La Cámara de Diputados es la institución que, junto con la policía y los partidos políticos, goza de menor confianza por parte de los ciudadanos. En general, sólo 4 de cada 100 ciudadanos afirma tener mucha confianza en la Cámara, mientras que el 58 por ciento afirma que tiene nada de confianza o total desconfianza.²⁹

Si bien, este estudio se especializa en la Cámara de Diputados Federal, la situación no varía mucho respecto a las legislaturas locales, específicamente el caso concreto de San Luis Potosí donde no existen estudios similares para conocer el grado de interés de ciudadanía sobre los temas legislativos locales.

Y es que parte de la mala imagen de los diputados, se debe al desconocimiento de la ciudadanía sobre sus atribuciones y a la poca atención que reciben cuando acuden a solicitar su apoyo en los recintos parlamentarios.

Es por ello que se propone impulsar un programa de Cultura Legislativa, donde se promuevan visitas guiadas a las sedes del Poder Legislativo para estudiantes desde nivel primaria, secundaria, bachillerato y universidad, así como con la sociedad civil interesada en conocer la historia, atribuciones y logros de las principales legislaturas estatales.

29.- Ibid, p, 17.



Dicho programa promoverá la participación de la sociedad por medio de convocatorias abiertas para la inscripción a dichos recorridos, los cuales serán impartidos por personal capacitado del área de difusión de la Coordinación de Comunicación Social.

Aunado a ello, se propone establecer mesas de atención en la entrada de los edificios del Poder Legislativo, tanto en el pleno como en las oficinas de los propios legisladores, los cuales estén atendidos por un responsable general y becarios de distintas carreras universitarias que permitan orientar a los ciudadanos sobre las labores legislativas y parlamentarias, así como brindar asesoría y gestoría en los casos que sea necesario. Dicho programa se manejará en conjunto con el Comité de Orientación, Gestoría y Quejas.

3.3 Utilización del Internet como herramienta para la difusión del trabajo legislativo, página web.

El uso del internet se ha extendido notoriamente, convirtiéndose rápidamente en un medio de información ágil y confiable en los últimos años.

Basta citar el estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI, "*Hábitos de los usuarios de Internet en México*"³⁰, donde se contabilizó durante el 2008 un universo de

30.- Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI, Hábito de los usuarios de internet en México, (en línea), Resumen Ejecutivo, mayo 2009, p. 3-4, Dirección URL: [Http://www.ampici.org.mx/estudios/temp/RESUMENEJECUTIVOEstudioAMICI2209UsuaruisdeinternetFINAL033475001245691260OP.pdf](http://www.ampici.org.mx/estudios/temp/RESUMENEJECUTIVOEstudioAMICI2209UsuaruisdeinternetFINAL033475001245691260OP.pdf) (consulta 30 de julio de 2009).



internautas de 27.6 millones de mexicanos: 22.7 millones de internautas de 6 años en adelante en zonas urbanas y 4.9 millones de internautas de 6 años en adelante en zonas no urbanas; la Tasa de Penetración Nacional de Internet en personas mayores de 6 años es de 29.7% y una tasa de crecimiento del 16.4 por ciento de internautas con respecto a 2007.

Según el mismo estudio, el 56 por ciento de los internautas son hombres y el 44 mujeres; siendo el mayor porcentaje de usuarios de Internet los mexicanos en el rango de edad de 12 a 19 años en un 63 por ciento, seguido de un 55 por ciento de jóvenes entre 20 a 24 años y un 35 por ciento de 25 a 34 años.³¹

Esto abre un espacio de oportunidades para hacer uso de este medio de comunicación para publicitar e interesar a la sociedad en general sobre la actividad legislativa; además de utilizarlo como un método eficaz para el envío de información con los medios de comunicación tradicionales.

Se propone la reestructuración completa de la página web del Congreso del Estado, a fin de hacerla más accesible y entendible para el usuario común, dado que actualmente se encuentra sobre cargada de imágenes tipo flash que hacen tardado el conseguir ingresar a los distintos apartados.

31.- Ibid, p. 16-17.



Se creará una sección donde se informará claramente sobre los integrantes del Poder Legislativo, sus curriculum, el distrito que representan y un apartado donde se puedan enviar propuestas que nutran la agenda de actividades.

Se subirán los audios y videos de las entrevistas realizadas por los medios de comunicación, así como los boletines de prensa para consulta de los propios reporteros así como de la sociedad en general.

Además, se subirá a la red el programa televisivo institucional que se produzca de manera semanal para que pueda ser visto y descargado por el público común.

Para mantener un contacto con la sociedad, se propondrá la creación de un chat de consulta atendido en horario de oficina por personal capacitado para brindar información a los usuarios en línea sobre el trabajo institucional y los documentos que se encuentren listos para consulta.

Además, se integrará un apartado dirigido a la población infantil, a fin de que puedan conocer parte de la historia de su Congreso y que formen parte posteriormente de los eventos que se realicen con motivo del Parlamento Juvenil que establece la propia *Ley Orgánica del Poder Legislativo* como un medio para reconocer y acercar la actividad legislativa a los estudiantes potosinos.³²

32.- Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de San Luis Potosí, artículo 108, p. 31, De las atribuciones de la Comisión de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, Instituto de Investigaciones Legislativas.



También, en conjunto con la Unidad de Transparencia del Poder Legislativo, se propondrá la renovación de su apartado para que la consulta y solicitud de información pública sea más ágil y eficiente.

3.4 Manual de Identidad Institucional.

Se propone la integración de un manual de identidad institucional, de manera que se cuente con una imagen representativa para cada Legislatura, que se posicione entre el público y que sea fácilmente reconocible por el auditorio.

En esta imagen, se presentará el logotipo institucional; el slogan que se utilizará para todas las campañas de información institucionales; la tipografía con la que serán realizados los materiales institucionales y los colores representativos.

Aunado a ello, toda la papelería que sea utilizada por la Coordinación de Comunicación Social deberá contar con su propio logotipo, además del de la institución y el escudo nacional.

En este manual, también se incluirán los elementos para la redacción de boletines informativos,



a fin de que todos ellos lleven un carácter uniforme y sean reconocidos por los propios medios de comunicación.

La información deberá ser escrita en un lenguaje sencillo y comprensible, ya que aunado al envío que se realiza a los medios informativos, estos ejemplares permanecerán para consulta en la página web institucional del Congreso del Estado.

Debido a que la Coordinación de Comunicación Social también es la encargada de la realización de material para conferencias y eventos, tales como gafetes y personificadotes, se mantendrá un parámetro de color y fondo respecto a los logotipos de la Legislatura y del propio Congreso del Estado, aunque el diseño de estos materiales en sí pueda variar dependiendo del uso que se les brinde.

3.5 Relación entre legisladores y medios de comunicación

La Coordinación de Comunicación Social, por medio de su departamento de Relaciones Públicas brindará a los legisladores información y asesoría para llevar una cordial relación con los representantes de los medios de comunicación.



Se hará pública la agenda de actividades de manera semanal a fin de aprovechar los espacios en medios de comunicación para privilegiar los temas legislativos, antes de los temas políticos.

En conclusión, se plantea un proyecto integral en materia de comunicación que permita posicionar el trabajo legislativo, marcar la agenda en los medios de comunicación y posicionar a la Legislatura de sus integrantes en los temas de interés de la sociedad, fuera de preferencias políticas o intereses de partidos.



CONCLUSIONES

Como lo menciona David B. Ogle en su *“Manual de Relaciones entre Legisladores y Medios de Comunicación”*,³³ la importancia de la labor legislativa recae en la elaboración de leyes y políticas que afectarán, de una u otra manera, la vida de los ciudadanos a los que representan. Por ello, es necesario que la ciudadanía esté bien informada de la labor que realizan lo más objetivamente posible para que sean escuchadas sus propuestas y necesidades.

El problema principal, como lo aborda también Rubén Molina Martínez en su libro *“Gobierno y Comunicación Social”*, es que “la sociedad no cree en las acciones de gobierno porque no está informada adecuadamente sobre las que se realizan a su favor, y los medios de comunicación no informan correctamente porque distorsionan la noticia o sólo destacan lo negativo de la acción gubernamental, o bien, porque los funcionarios no proporcionan toda la información que debieran”.³⁴

De esta forma, la relación Poder Legislativo-Medios de Comunicación es un ingrediente esencial para fortalecer la legitimidad de las acciones que se realizan y de las leyes que se aprueban. Ambos funciones deben realizarse con responsabilidad y respeto por parte de los actores que intervienen, de ello la necesidad de contar con un proyecto de comunicación que permita una buena relación entre legisladores y representantes de medios de comunicación para ponderar la difusión del trabajo institucional y minimizar el golpeteo periodístico contra un personaje o un partido.

33.- David B. Ogle, Fundación Legislativa de los Líderes de Estado, *Manual de Relaciones entre Legisladores y Medios de Comunicación*, Documento Elaborado para la Organización de Estados Americanos, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara De Diputados, (en línea) México 2003. p. 5

34.- Rubén García Molina, *Gobierno y Comunicación Social*, México, Instituto Politécnico Nacional, Dirección de Publicaciones, 2002, primera edición, p. 87.



En este proyecto de comunicación social se busca, por un lado, establecer un plan de trabajo con objetivos posibles para la difusión institucional del trabajo legislativo desarrollado en el Congreso del Estado por parte del pleno y sus comisiones y, por otro lado, persigue también el objetivo de estimular la cobertura de las sesiones de trabajo por parte de los medios de comunicación de manera eficiente y con conocimientos de los protocolos legislativos, de manera que sea transparente y se dejen de crear controversias informativas innecesarias por tratar de ocultar información que finalmente se publica dañando gravemente la imagen del propio Congreso del Estado.

Se estimula también el fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales con otras dependencias del Poder Ejecutivo y Judicial, e incluso se abre la posibilidad de realizar un trabajo conjunto con los 58 ayuntamientos, lo cual permitirá abrir canales de difusión y presencia de los legisladores en todo el estado.

La oficina de comunicación social trabajará con el personal con que cuenta actualmente y solamente se especificarán claramente las funciones de cada departamento para hacerlas efectivas y evitar duplicidad de funciones, falta de comunicación sobre los proyectos a realizar y eliminar los problemas operativos con que actualmente funciona.



Finalmente, este proyecto de comunicación persigue también el propósito de modificar en la medida de lo posible, la cobertura que los medios de comunicación hacen del Poder Legislativo local y buscar que la agenda de trabajo de los medios y de las fracciones parlamentarias coincidan en algunos temas relevantes para la opinión pública.



FUENTES

Leyes consultadas

Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de San Luis Potosí, México, San Luis Potosí, Instituto de Investigaciones Legislativas. P. O. Martes 13 de junio de 2006.

Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado, México, San Luis Potosí. Instituto de Investigaciones Legislativas. P. O. 15 de febrero de 2007.

Constitución Política del Estado de San Luis Potosí, artículo 58, p. 24, México, San Luis Potosí, Instituto de Investigaciones Legislativas. Constitución publicada en la Quinta época tomo III, Periódicos Oficiales números 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12, de fechas: 2, 5, 9, 12, 16, 19, 23, 26 y 30 de enero; 2, 6 y 9 de febrero de 1918, respectivamente.

Libros, artículos, revistas, notas periodísticas.

Fernández Collado Carlos, *La Comunicación en las Organizaciones*, México, Trillas, 1991, pp. 368

Hernández Everardo, “*Legisladores que trabajan son minoría*”, periódico Pulso, año 20, núm. 7, 132, sección San Luis Potosí, México, SLP, miércoles 15 de abril de 2009, p. 4.



Hernández Lomelí Francisco. “*Las oficinas de comunicación social en México*”, Revista Comunicación y Sociedad, num. 25-26, México, DECS Universidad de Guadalajara, septiembre 1995-abril 1996, p.p. 57-72

Manual de Organización de Comunicación, Coordinación de Comunicación Social. Documento Interno de la LVIII Legislatura, p.p. 33

B. Ogle David, Fundación Legislativa de los Líderes de Estado, *Manual de Relaciones entre Legisladores y Medios de Comunicación*, Documento Elaborado para la Organización de Estados Americanos, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados, (en línea) México 2003. p.p. 26

García Molina Rubèn, *Gobierno y Comunicación Social*, México, Instituto Politécnico Nacional, Dirección de Publicaciones, 2002, primera edición, p.p. 176

En línea

Hortensia Martínez, *Congreso con apenas 42 por ciento de eficiencia*, (en línea), México,

Plano Informativo, 25 de junio de 2009, Dirección URL:

<http://www.planoinformativo.com/nota.php?id=39875>. (consulta: 25 de junio de 2009)



Congreso del Estado de San Luis Potosí; Sección Transparencia, *La estructura orgánica, normatividad, nombramientos y funciones que realiza*, artículo 19, fracción II, , (en línea), México, Dirección URL: <http://www.congresosp.gob.mx/148.235.65.21/LIX/>.
(consulta 23 de mayo de 2009).

s/a, s/editor, Asamblea Legislativa del Distrito Federal, Comunicación Social, *Organigrama (en línea)*, México, Dirección URL: <http://www.asambleadf.gob.mx>
(consulta: 20 de julio de 2009).

s/a, s/editor, Congreso del Estado de Aguascalientes, Transparencia, *Organigrama (en línea)*, México, Dirección URL: http://www.congresoags.gob.mx/sitio/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1.
(consulta: 20 de julio de 2009).

s/a, s/editor, Congreso del Estado de Guanajuato, *Organigrama, (en línea)*, México, Dirección URL: <http://www.congresogto.gob.mx/organigrama/index.html>
(Consulta: 20 de julio de 2009).



s/a, s/editor, Congreso del Estado de Zacatecas, *Sección Transparencia*, (en línea), México, Dirección URL:

[Http://www.congresozac.gob.mx/cgi-bin/coz/mods/secciones/index.cgi?action=verseccion&cual=227](http://www.congresozac.gob.mx/cgi-bin/coz/mods/secciones/index.cgi?action=verseccion&cual=227)

(Consulta: 20 de julio de 2009).

Benito Castro, *El auge de la Comunicación Corporativa*, (en línea), Sevilla, España, libro de circulación gratuita, p. 21, Licencia Creative Commons de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 2.5, Dirección URL: <http://augecomucor.com/info/>

(consulta: 25 de junio de 2009).

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados, *La Cámara de Diputados y la Opinión Pública*, (en línea) Estudio-Diagnóstico, México 2003, p. 6,

(consulta: 20 de julio de 2009).

Asociación Mexicana de Internet, AMPICI, *Hábito de los usuarios de internet en México*, (en línea), Resumen Ejecutivo, mayo 2009, p. 3-4, Dirección URL:

[Http://www.ampici.org.mx/estudios/temp/RESUMENEJECUTIVOEstudioAMICI2209UsuaruisdeinternetFINAL033475001245691260OP.pdf](http://www.ampici.org.mx/estudios/temp/RESUMENEJECUTIVOEstudioAMICI2209UsuaruisdeinternetFINAL033475001245691260OP.pdf)

(Consulta 30 de julio de 2009).
