

La Coordinación de Comunicación Social I

Primera de dos partes

Rubén Aguilar Valenzuela

En julio del 2004 la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República se rediseña una vez que asume la responsabilidad el nuevo coordinador. Ahora se presenta la estructura que surge de ese proceso y que fue la que permaneció hasta el 30 de noviembre del 2006.

Las áreas de trabajo fueron: la oficina del portavoz; monitoreo y síntesis; análisis de prensa; información internacional; prensa nacional con sus estructuras de difusión, prensa de los estados y coordinación y logística; radio y televisión; relaciones interinstitucionales; discursos.

En cada una de las áreas se describe y analizan; el objetivo; mecánica y tareas; productos; estructura. Se ve también cómo interactúan las diferentes instancias para cumplir con el objetivo de difundir el discurso presidencial y las acciones de gobierno, así como para responder a los cuestionamientos e inquietudes de los medios de comunicación.¹

¹ La oficina del portavoz fue analizada en "El portavoz presidencial" (Etcétera, agosto del 2007).

El modelo de organización que asumió la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República del 2004 al 2006 está expuesto al análisis y a la crítica. Aquí se da cuenta de cómo la Presidencia de la República, en la etapa de la alternancia, estructuró su aparato de comunicación social que resultaba una instancia fundamental en su proyecto. El viejo modelo no respondía a la concepción del nuevo gobierno y tampoco a los nuevos tiempos políticos que vivía el país.

A) Los objetivos

En diciembre de 2004, el *Diario Oficial de la Federación* publicó el Acuerdo del Poder Ejecutivo por el cual se establecen las actuales unidades administrativas de la Presidencia de la República. Este acuerdo señala que la Coordinación General de Comunicación Social es “*la unidad de apoyo técnico encargada de prestar a la ciudadanía y a los medios de comunicación los servicios informativos de la Presidencia de la República*”.²

Bajo este mandato, el Presidente de la República estableció para la Coordinación General de Comunicación Social los siguientes objetivos particulares, asentados en el manual de organización interna de esta unidad técnica:

² Poder Ejecutivo, Presidencia de la República, “Acuerdo por el que se establecen las unidades administrativas de la Presidencia de la República”, *Diario Oficial de la Federación*, 13 de diciembre de 2004, p. 2. La cita es del artículo 4.

1. Articular las acciones dirigidas a difundir de manera veraz y oportuna los mensajes, programas y acciones del Presidente de la República ante los medios de comunicación y la ciudadanía.
2. Diseñar programas y políticas para atender las necesidades de información de los ciudadanos y los medios de comunicación.
3. Proponer al Presidente programas especiales para difundir y promover los programas y acciones de su gobierno.
4. Procurar la coordinación del sector público en lo relacionado con la comunicación social.
5. Evaluar periódicamente los resultados de las políticas orientadas a la difusión de las acciones y programas del Presidente de la República.
6. Operar la política de comunicación social de la Presidencia de la República.

B) Las áreas:

1) Dirección de monitoreo y síntesis

Objetivo

Mantener permanentemente informados al Presidente y al coordinador general de comunicación sobre el acontecer

nacional. Su trabajo es estratégico para la toma de decisiones.

Mecánica y tareas

La dinámica diaria consistía en recabar información de los medios electrónicos y de los principales diarios de la ciudad de México. A partir de ese monitoreo, el área realizó siete cortes de noticias diariamente y entregó la información, a manera de una síntesis ejecutiva, al Presidente y al coordinador de comunicación.³

Productos

- *Semáforo de prensa.* Síntesis de los periódicos matutinos sobre los temas más importantes del panorama nacional y de la actividad presidencial. Se clasificó en cinco categorías que indicaban si la nota era informativa, si generaba oportunidades, si era un tema del que es necesario estar al pendiente, si se trataba de un conflicto o de un tema que pudiera causar una crisis al Presidente o al gobierno federal. En la realización de este documento se revisaban 17 periódicos de la ciudad de México.

³ Esta dirección también tenía a su cargo dar seguimiento a la empresa de síntesis noticiosa que proveía a la Presidencia de la República. Esta síntesis -que consiste en un compendio de las principales noticias y columnas de los periódicos-- se entregaba al Presidente, al coordinador general de comunicación social y demás miembros de su *staff* en sus respectivos domicilios a las 05:30 hrs., todos los días. El director de monitoreo y síntesis supervisaba la calidad del producto y que éste respondiera a las necesidades del Presidente y su equipo.

- *Columnas.* Síntesis diaria de las principales columnas periodísticas.
- *Cortes informativos de noticias en radio y televisión.* Síntesis de las principales noticias en los siguientes horarios: 07:00; 09:00; 11:00; 14:00; 17:00; 20:00 y 23:30 horas. Se monitorearon diariamente 34 noticieros de radio en cada uno de sus tres bloques informativos (mañana, tarde y noche) y 14 de televisión, así como ocho páginas informativas en Internet. En estos cortes se clasificaban las noticias que conciernen a los principales temas de coyuntura abordados por los medios de comunicación; las declaraciones del Presidente; las declaraciones del portavoz y las declaraciones y actividades de los miembros del gabinete. Estos cortes se entregaban vía Internet a todos los integrantes de la coordinación.
- *Síntesis de revistas.* Síntesis de la información contenida en los cinco principales semanarios nacionales.
- *Tarjetas informativas "respuesta inmediata".* Resúmenes de información noticiosa de última hora que, por su relevancia, debía ser objeto de conocimiento del Presidente y del coordinador de comunicación para una posible respuesta inmediata.
- *Versiones estenográficas.* Sobre declaraciones o entrevistas de diversos actores políticos que merecían

ser conocidas en sus versiones totales por el Presidente y el coordinador de comunicación.

Estructura

La dirección de monitoreo y síntesis tenía 12 integrantes que trabajaban en tres turnos para cubrir la información que se produce las 24 horas del día, de lunes a domingo, los 365 días del año.

2) Área de análisis de prensa

Objetivo

Realizar un análisis especializado de carácter político de la forma en que los problemas del país eran abordados por la prensa escrita y por los principales noticieros de radio y televisión. Esta área fue esencial para tener un adecuado diagnóstico de asuntos que eran o podían convertirse en problemas mediáticos para el gobierno y que debían ser tratados con la mayor atención. El área medía de manera cualitativa el pulso de la prensa sobre la actuación del gobierno. A partir del diagnóstico de la coyuntura mediática, el área hacía recomendaciones para la toma de decisiones del Presidente, del gobierno federal y del coordinador de comunicación.

Mecánica y tareas

Analizar las principales notas y artículos de la prensa escrita, a fin de hacer una valoración sobre los principales temas que inquietaban a los diarios y la forma en que los estaban tratando. También hacía un esbozo de la manera en que los temas eran interpretados por los editorialistas.

Ese mismo equipo hacía una valoración de los principales programas de radio y televisión de la mañana y del medio día, a fin de dar seguimiento a los problemas de coyuntura y evaluar el enfoque que se daba a la noticia. Se hacía, además, una tarea semejante sobre las declaraciones del Presidente y del portavoz.

Los documentos elaborados por esta área se entregaban directamente al Presidente, al coordinador de comunicación y a los directores de las unidades que integraban la coordinación de comunicación.

El coordinador de comunicación organizaba una sesión diaria de trabajo con su equipo a primera hora, en la que se daba lectura al documento preparado por esta área. Con esta medida, se aseguraba que su equipo manejara los mismos códigos respecto a la posición de Presidencia sobre la coyuntura nacional y procediera, entonces, a delegar las tareas pertinentes. A partir de ese mismo ejercicio se

hacían recomendaciones en materia de comunicación a las distintas dependencias del gobierno federal.

Productos

- *Análisis y acciones (matutino)*. Informe cualitativo de prensa en el que también se proponían líneas de toma de decisiones. Este documento estaba conformado por cuatro secciones: a) Análisis de los principales temas de coyuntura abordados por la prensa y recomendaciones sobre toma de decisiones; b) Cómo aborda la prensa las actividades del Presidente y los mensajes tanto de este como del portavoz; c) Las noticias más importantes que se registran en la prensa y d) La síntesis de los argumentos expuestos por los principales columnistas. Este documento era el primer análisis que llegaba al Presidente.
- *Análisis y acciones (vespertino)*. Seguimiento de los temas de coyuntura en los principales noticieros de radio y televisión de la mañana y del medio día. Se daba seguimiento, también, a la forma en que se trataban las declaraciones del Presidente y de su portavoz. El documento se entregaba al concluir la barra de noticiarios del medio día.

Estructura

El área se conformó por dos especialistas en análisis político, de alto nivel profesional y amplia experiencia en el manejo de medios. El equipo iniciaba su trabajo en cuanto empezaban a distribuirse los diarios de la ciudad de México a eso de las 4.30 de la mañana.

3) Unidad de información internacional

Objetivo

Difundir la información generada por la Presidencia de la República en los medios extranjeros, poniendo énfasis en los temas prioritarios y en los logros alcanzados. El área estaba enfocada a responder a las necesidades informativas de los corresponsales extranjeros y de los medios de comunicación internacionales acreditados en México.

Mecánica y tareas

Esta unidad acreditaba a los corresponsales extranjeros ante la sala de prensa de la Presidencia de la República, atendía sus peticiones de información y organizaba las entrevistas, encuentros periódicos o ruedas de prensa del Primer Mandatario con los medios internacionales.

En México hay alrededor de 90 medios extranjeros acreditados. La unidad era la primera ventanilla de información del gobierno federal. Se buscó siempre mantener una actitud de servicio transparente y responsable.

El área se ocupaba de invitar a los corresponsales o periodistas de agencias internacionales a las ruedas de prensa del Presidente y de su portavoz. La unidad se encargaba también de proveer a los medios internacionales de información adicional a las conferencias y entrevistas que les resulta relevante sobre el quehacer de la Presidencia, de las secretarías de Estado o de las dependencias del Ejecutivo. Mantenía comunicación constante con las agregadurías de prensa de las embajadas de México en el extranjero y sus contrapartes, pues son ellas quienes manejan información de primera mano sobre temas específicos de la agenda mediática internacional.

En esta área se supervisaban las actividades de atención a los medios durante las giras internacionales del Presidente. En coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SER) se colaboraba en la creación de la agenda de medios durante las giras, así como en la estrategia de comunicación que se llevaría a cabo.

El diseño de la comunicación política de una gira internacional incluía la selección e invitación, mediante solicitud previa, de los periodistas y de los medios de comunicación del país visitado que entrevistarían al Presidente, así como la preparación de una rueda de prensa conjunta con el mandatario local, al final de la gira, para destacar los logros y acuerdos alcanzados.

Se daba también seguimiento a la publicación de evaluaciones de organismos internacionales que califican el desempeño de México en temas de interés mundial como el desarrollo económico, las políticas de combate a la pobreza, los avances democráticos, el respeto a los derechos humanos y las políticas de buen gobierno. Esta área contaba con un sistema de monitoreo y análisis de los medios de comunicación internacionales, privilegiando la información que sobre México y el gobierno de la República se difundía en los principales diarios del mundo.

Productos

- *Síntesis de prensa internacional.* Síntesis matutina diaria, que incluía la revisión, el análisis y el resumen ejecutivo de las noticias generadas en el mundo sobre el Presidente y sobre el país en general. El monitoreo cubre los principales diarios de América, Europa y

Asia,⁴ así como las síntesis informativas que mandan las representaciones de México en el extranjero.⁵ La compilación de estas notas conformaba una carpeta de información internacional que incluía la síntesis matutina, que se acompañaba con la versión gráfica de las publicaciones. Esta carpeta se distribuía al Presidente y el *staff*. El documento se analizaba en la sesión diaria de trabajo del coordinador de comunicación con su equipo (09:00 hrs.).

- *Análisis de prensa internacional.* A fin de contar con una evaluación más detallada sobre la prensa internacional, se realizaba un análisis diario de la prensa internacional donde, de forma ejecutiva y analítica, se presentaban las notas más relevantes del día. Este análisis prestaba especial atención a los temas que generaban amplia cobertura en la prensa extranjera, así como a los asuntos o editoriales que se publicaban sobre el país y a las notas de los corresponsales o agencias internacionales. El objetivo era mantener un seguimiento y realizar una evaluación cuidadosa de la agenda en medios internacionales sobre México, así como de las perspectivas y opiniones de quienes se encargaban de difundir las noticias del país en el extranjero.

⁴ Se monitoreaban diariamente los medios de referencia de América Latina, Estados Unidos de América, Canadá, Europa y Asia.

⁵ Los principales informes de prensa a monitorear eran los que mandaban las embajadas y los consulados de México en el mundo.

- *Cortes de noticias internacionales.* Aunado a la síntesis y al análisis de coyuntura diarios, el equipo de la unidad realizaba tres cortes noticiosos, uno a las 9:00, otro a las 11:00 y un último a las 15:00 horas. Estos cortes tenían el objetivo de presentar un resumen de las notas más relevantes en los diarios internacionales sobre el país, en especial aquéllas que hacían referencia a temas de política interna, procuración de justicia, relaciones de México con el exterior (con especial énfasis en la relación México - Estados Unidos), iniciativas y participación del país en foros internacionales, medio ambiente, salud, cultura, economía, negocios y actividad industrial, además de los temas sociales de interés para los medios como narcomenudeo y drogadicción.
- *Análisis sobre temas más relevantes de la prensa extranjera.* Al cierre de la semana, la unidad realizaba un análisis de los temas más relevantes que la prensa extranjera trató sobre México, para tener un panorama completo de la agenda mediática en el ámbito internacional.

Estructura

Esta área estaba compuesta por ocho personas, dos de ellas en contacto permanente con los medios y seis

dedicadas fundamentalmente al monitoreo y análisis de las noticias internacionales.