

GUÍA 30

Nota de Prensa

Concepto

Es el documento que contiene, para fines periodísticos y de información al ciudadano, los resultados de la fiscalización realizada por la Contraloría General de Cuentas en el ejercicio de su función.

La nota de prensa debe elaborarse en hoja tamaño carta, letra arial 12 e interlineado a renglón cerrado.

Objetivos

- Normar el criterio de los auditores en la elaboración de las Notas de Prensa de alta calidad para que, en su caso, puedan ser difundidas en los diarios nacionales, o cualquier otro medio informativo.
- Establecer la estructura de las Notas de Prensa de tal manera que se combine claridad, congruencia, homogeneidad y creatividad.
- Buscar que los equipos de auditoría formulen Notas de Prensa cuyo contenido transmita en forma sencilla los resultados de las auditorías.

Beneficios

Comunicar a los ciudadanos interesados el Informe del Resultado de la Fiscalización efectuada por la Contraloría General de Cuentas.

Pasos para elaborar la nota de prensa

¿Qué es lo que se comunica?

La comunicación con la ciudadanía debe buscar que se cuente con la información siguiente:

1. Normativa y recursos.
2. Fiscalización.

3. Transparencia y rendición de cuentas.

Normativa y recursos

Las normas aplicables de carácter legal utilizadas para regir ingresos y egresos, en fin, todo interés hacendario.

Transparencia y rendición de cuentas

Transparencia, la claridad con la que las entidades presentan los datos de sus ejecuciones para que los interesados en la información puedan tener acceso y comprender. Rendir cuentas es la obligación de informar sobre una responsabilidad conferida.

Fiscalización

La rendición de cuentas obliga a la fiscalización con el fin de verificar lo que se hizo, con cuánto, cómo y cuándo, para después compararlo contra la normativa y de esta forma indicar si las cuentas son correctas y sobre los resultados obtenidos.

Para elaborar la Nota de Prensa y definir el mensaje por comunicar, el equipo auditor debe considerar los elementos contenidos en el dictamen, derivado que son los hechos relevantes que merecen ser difundidos por su relevancia social.

El equipo auditor debe concientizarse de que la nota de difusión es un medio para comunicar a la ciudadanía los resultados y las repercusiones de la acción gubernamental.

Características del mensaje

Los mensajes incluidos en la nota de prensa deben tener como características esenciales: claridad, futurismo, brevedad, veracidad y objetividad.

Claridad

La claridad exige que el mensaje sea lógico y narrativo.

Futurismo

Significa pensar en lo bueno, en cómo debería de ser, en las maneras de ser mejor, en pensar siempre de qué forma se estaría mejor en todos sentidos. Aquí se debe transmitir el mensaje de mejores prácticas.

Brevedad

La Nota de Prensa debe ser un documento breve, no debe sobrepasar los 5 párrafos sólo se podrá exponer la postura de la Contraloría General de Cuentas, sin acudir a la documentación o evidencia para respaldar los argumentos, solo debemos hacer énfasis en los principales resultados, dejando de lado los datos irrelevantes.

Veracidad

El contenido debe estar sustentado en los resultados y en la evidencia de la auditoría, debe ser verificable.

Objetividad

No debe reflejar la opinión personal del auditor ni contener juicios de valor

Estructura de la nota de prensa

En la estructura de la nota de prensa se debe incluir un título o entrada al programa por desarrollar; un contexto en el que se mencione el origen de la información; las repercusiones sociales, los principales resultados de la auditoría, datos importantes que apoyen los principales hallazgos de auditoría, una conclusión y, si fuera el caso, bibliografía.

Título

Debe ser una frase muy corta, que guarde relación con el programa de la auditoría, con el principal resultado o resultados. El título debe entenderse por sí mismo, no debe ser un resumen de lo que se va a tratar más adelante.

Contexto

Debe incluirse la referencia de que el o los resultados mostrados se derivan del Informe del Resultado de la Fiscalización de la Contraloría General de Cuentas

Principales resultados

Se comenzará la exposición con los principales resultados de la auditoría, teniendo claro lo siguiente: qué deseamos contar exactamente; qué queremos exponer; qué consideramos lo más importante, y cuáles hechos o datos importantes deben difundirse. Los resultados principales que se utilicen para elaborar la nota de prensa deben extraerse de los que quedaron consignados en el Dictamen.

Datos importantes para apoyar los resultados

Los resultados expuestos en la Nota de Prensa deben estar respaldados en evidencias, y éstas, en datos importantes.

Consecuencias sociales

En la Nota de Prensa se incluirá un párrafo que defina claramente lo que implica para la sociedad los hallazgos, y la misma debe ser consistente con los datos del informe de auditoría.

Conclusión

El párrafo final concluirá con la opinión de la Contraloría General de Cuentas. Este párrafo debe tener concordancia con la idea de lo que la expectativa de la población, en términos de comunicar si lo hecho se realizó de forma satisfactoria o insatisfactoria para la sociedad.

Ejemplo de nota de prensa

Baja cobertura en el servicio de correos

La Contraloría General de Cuentas detectó que correos y telégrafos no cumplió con los objetivos de ampliar la cobertura, así como mejorar la calidad y competitividad del servicio.

La Contraloría General de Cuentas (CGC) detectó que durante el año 2011 el número de quejas por deficiencias en el servicio se incrementó en 181.5% al pasar de 25 mil 788 a 72 mil 607 reclamaciones, en comparación al año 2010.

La Contraloría General de Cuentas consideró que en términos generales el desempeño de correos y telégrafos no cumplió con las disposiciones normativas aplicables respecto de los objetivos de la política pública.

En el 2011, correos y telégrafos tuvo una cobertura menor en la prestación del servicio público de correos, al operar con un total de 29 mil 225 puntos de servicio en el país; mil 230 puntos menos respecto de la meta programada de 30 mil 455 puntos. Lo que representó una reducción del 4.0%.

El dato refleja que correos y telégrafos “no está cumpliendo el objetivo de la política pública de ampliar la cobertura”.

Con la auditoría no se pudo evaluar el cumplimiento del objetivo de la política pública de mejorar la competitividad en la prestación del servicio público de correos, debido a que la entidad fiscalizada no elaboró los estudios comparativos en el ámbito nacional e internacional para el 2011.