



**DOCUMENTACION**

## **CRONICA**

### **LOS SERVICIOS BRITANICOS DE INFORMACION**

659.2 : 354.36(42)

*Sumario:* Introducción.—Evolución en el tiempo.—Ministerio de Información.—Objetivos.—Bases de organización.—Información interior.—Información exterior.—El Central Office of Information.

Los Servicios de Información de cualquier país, a efectos del cumplimiento de modo total de su función, deben poseer una organización acorde con los factores condicionantes de su funcionamiento. En el caso de Inglaterra, aquellos factores son los siguientes:

1.º Un régimen de libertad de Prensa, sin ninguna clase de control gubernamental y con tres excepciones, con absoluta independencia financiera respecto de los partidos políticos (The British Press. COI. Ref. Paper núm. 3.572).

2.º Organizaciones de radio y televisión esencialmente imparciales y cuya independencia es garantizada, tanto por parte del Gobierno como de los partidos.

(La BBC—British Broadcasting Corporation—, por medio de una Carta Real, y la ITA—Independent Television Authority—, por un Acta del Parlamento. Sound and Television Services in the United Kingdom. Ref. Paper núm. 3.946.)

3.º Un Parlamento ante el cual son responsables todos los ministros del

Gobierno y al cual rinden cuentas los jefes de departamento de la utilización de los créditos votados para sus departamentos en el cuadro de la política definida por sus ministros. Esto se lleva a cabo a través del Select Committee on Public Accounts.

En Gran Bretaña, como en todos los demás países, el desarrollo de una información especializada—y hasta de las relaciones públicas—en los departamentos ministeriales se ha visto estimulado por un considerable incremento de las necesidades de la población en orden a la obtención de una más completa información, sobre todo por el alcance general de los proyectos de interés público y por la constante elevación del nivel educativo, coincidentes con la rapidísima expansión de los medios de transporte durante los últimos treinta y cinco años. El desarrollo de los «Medios» utilizados para la comunicación social se ha visto, asimismo, acompañado tanto por un considerable aumento—en dimensión y complejidad—de las unidades industriales y gubernamentales como por un constante incremento de la mecanización.

Por ello, y antes de seguir adelante, creemos conveniente poner de manifiesto que la organización actual de estos Servicios de Información se ha ido consolidando durante una generación, corriendo parejas su desarrollo con las tradiciones y comportamientos propios del país. Veamos cuál ha sido su *evolución en el tiempo*.

De una forma o de otra, el Gobierno británico ha utilizado Servicios de Información desde 1914. Estos Servicios corrieron a cargo de variadas organizaciones a lo largo del tiempo, atemperándose, en cada caso, su amplitud y énfasis a las necesidades del momento. El primer uso deliberado de

un Servicio Oficial de Información tuvo lugar, probablemente, en 1911, con motivo de la «National Insurance Act», cuando Lloyd George organizó un cuerpo de conferenciantes que explicase a obreros y empleados la nueva legislación a todo lo largo y ancho del país.

El desencadenamiento de la gran guerra, en 1914, dió lugar a una rápida expansión de la información oficial en Inglaterra y Ultramar, la cual corría a cargo de una serie de organismos diversos. Cerca ya de 1918, esta labor se llevaba a cabo, principalmente, por tres organizaciones: el Ministerio de Información (bajo lord Beaverbrook), que era el responsable de la acción publicitaria en los dominios, en los países aliados y en los neutrales; el «National War Aims Committee» («Comité Nacional de Fines de Guerra»), que llevaba a cabo una labor de propaganda patriótica en Inglaterra, y un Comité—dirigido por lord Northcliffe—, que era el encargado de la propaganda en los países enemigos.

Una vez terminada la guerra, fueron desapareciendo estas organizaciones, pero algunas de sus funciones fueron absorbidas—o transferidas a—por otros departamentos, especialmente el Foreign Office, mientras que el News Department continuó emitiendo el Servicio Oficial de Radio Británico, comenzado durante la guerra, y que es el antecesor del actual London Press Service, de la Oficina Central de Información (Central Office of Information, también conocido por las siglas COI). El Ministerio del Aire tiene un jefe de Prensa desde su creación, en 1919, y en el mismo año se creó un Departamento de Información en el Ministerio de Sanidad. En 1920 se estableció la «Bi-

blioteca de Información Británica» en Nueva York—antecedente de los actuales Servicios de Información británicos—y casi al mismo tiempo se designaron agregados de Prensa en las embajadas en París, Roma y Berlín.

Una etapa importante en el desarrollo de los servicios gubernamentales de información es la correspondiente al Empire Marketing Board (Consejo Imperial de Mercados), cuya vida tuvo lugar en el período comprendido entre 1926 y 1933. Su función primaria fué la de fomentar la producción y mercados de los productos agrícolas en la Commonwealth, dedicando cerca de un tercio de su subvención anual—es decir, cerca de un millón de libras— a la labor de hacer publicidad sobre los fines del Consejo y los productos de los países que constituían la Commonwealth por medio de films, carteles y exposiciones, y a través de la prensa y de la BBC. Cuando desapareció el Consejo, en el año 1933, parte de su personal y de su filmoteca (que habría de ser, en una gran parte, la base de la Filmoteca Central del COI) fueron absorbidos por la Oficina de Correos (Post Office), en la cual se creó la primera División de Relaciones Públicas. El Post Office también se hizo cargo de la Film Unit del Consejo, la cual se convertiría más adelante en la Crown Film Unit del Ministerio de Información y siguió formando parte del COI hasta el año 1952.

En 1939 existían ya servicios de prensa y de relaciones públicas en una docena de departamentos de Whitehall, con un jefe (*officer*) a quien correspondía la labor de enlace entre el número 10 de Downing Street y los agregados de prensa en

las principales embajadas en el extranjero, pero no existía ninguna clase de agencia central u organismo de coordinación hasta los comienzos de la guerra, en cuyo momento se creó de nuevo un *Ministerio de Información*.

La labor de este nuevo ministerio se llevaba a cabo en dos terrenos bien diferenciados:

### 1. En el interior

El ministerio era el centro de emisión de las noticias de guerra, ya procediesen de sus propios servicios, ya de otros departamentos, y era responsable de la censura de noticias y de las relaciones con la prensa que fueran más allá de la competencia e intereses de cualquier departamento. Además, mientras los ministros seguían siendo responsables de la publicidad concerniente a la esfera de actuación de sus departamentos, el de Información «abastecía» a una serie de servicios informativos y elaboraba toda clase de material publicístico, entre el cual se incluían una serie de folletos oficiales—tales como *La Batalla de la Gran Bretaña*—, de los cuales se hacían tiradas por millones.

### 2. En el exterior

El ministerio era responsable, en conexión con los departamentos correspondientes, de la política, contenido y ejecución de toda la información oficial británica exterior, incluso la correspondiente a los países enemigos u ocupados por el enemigo. En los pueblos libres en que operaba, el ministerio tenía su propia organización agregada a las embajadas y legaciones. En otras partes, su ac-

tividad se llevaba a cabo a través de los representantes del Foreign Service y de los demás Departamentos, así como a través de los gobiernos de los dominios y colonias.

Una vez terminada la contienda, el ministerio fué disuelto. Ese hecho es una muestra —paradigmática, por cierto— del hondo sentido de libertad de prensa existente en el país. (El estatuto independiente de la BBC es una muestra más de aquélla.)

No obstante aquella disolución, y teniendo en cuenta la amportancia —creciente día a día— de la información en la vida política de las naciones, se decidió sustituirle por un organismo no ministerial. Otras consideraciones fueron debidas al hecho de que, si bien en tiempos de paz cada ministerio debe ser responsable de su política informativa, existen una serie de funciones técnicas —especialmente las relacionadas con la producción— que pueden llevarse a cabo mejor y más económicamente si se centralizan en un servicio común. Así nació el Central Office of Information, el 1 de abril de 1946, para complementar los servicios departamentales de información, suministrándole especialistas en producción y otros sectores, tanto para los servicios domésticos como para los de Ultramar.

Para completar la reorganización de los Servicios de Información, el lord presidente del Consejo asumió las tareas —y su correspondiente responsabilidad— de coordinar los servicios de información domésticos. En 1952, siendo primer ministro sir Winston Churchill, esta función fué transferida al canciller del ducado de Lancaster, quien pasó a ser miembro del Gabinete. En 1957, cuando fué *míster MacMillan* el primer ministro, asu-

mió aquella función coordinadora, lo mismo de los servicios domésticos que de los de Ultramar, el doctor Charles Hill, siendo también miembro del Gabinete. El doctor Hill era asimismo canciller del ducado de Lancaster. Cuando en octubre de 1961 el doctor Hill fué nombrado ministro de la Vivienda y Gobierno Local (Housing and Local Government) siguió siendo el coordinador de los servicios domésticos, mientras que lo correspondiente a los servicios de Ultramar se transfirió al secretario del recién creado Departamento de Cooperación Técnica. En Julio de 1962, *míster Willam Deedes*, nombrado ministro sin cartera —y, por tanto, miembro del Gabinete—, asumió la función coordinadora de los servicios domésticos. Desde octubre de 1964, con la subida al Poder del partido laborista y la consiguiente designación de *míster Harold Wilson* como primer ministro, no hay ministro encargado de la coordinación de los servicios domésticos. El pagador general (Paymaster-General) contesta en los Comunes todas las cuestiones correspondientes. La tarea correspondiente a los servicios de Ultramar la lleva a cabo, también en los Comunes, un ministro del Foreign Office.

Por lo que respecta a los *objetivos* de los servicios británicos de información en tiempos de paz, hemos de decir que el primer ministro, *míster Attlee*, los definió así: «Los servicios gubernamentales de información son ya un importante y permanente engranaje de la máquina estatal moderna. Para la buena administración de un régimen democrático es esencial el hecho de que el público pueda estar al corriente de las numerosas cuestiones de gobierno que afectan a la vida diaria de cada uno, siendo

particularmente importante el que se pueda presentar en el extranjero una imagen auténtica de la política, de las instituciones y del modo de vida británicos» («Parliamentary Debates (Commons). Fifth Series». Vol. 417, col. 916).

Por otra parte, una comisión de encuesta independiente declaró en su día lo siguiente: «Todo ciudadano tiene derecho a saber lo que el Gobierno hace en su nombre, con su dinero y por qué lo hace» («Report of the Committee on the Cost of the Home Information Services». Cmd. 7836, 1949).

Unos años después, como consecuencia del informe de otra comisión independiente, y cuyas conclusiones fueron aceptadas por el Gabinete de sir Winston Churchill, se confirmaron oficialmente los servicios de información en el extranjero como «un instrumento normal de la moderna diplomacia con un triple objetivo: sostener la política exterior de la nación, reforzar la Commonwealth y desarrollar el comercio exterior» («Report of the Independent Committee of Inquiry into the Overseas Information Services». Cmd. 9138, 1954).

Una posterior declaración gubernamental confirmaba lo anterior y manifestaba que la política del Gobierno británico es «hacer que sus servicios de información en el exterior sean respetados por su exactitud, su competencia y su calidad, pues solamente cumpliendo estos requisitos serán eficaces» («Overseas Information Services». Cmd. 685, 1959).

En 1962 se designó una comisión, cuyo presidente fué lord Plowden, «para revisar los fines, estructura y operaciones de los servicios respon-

sables de la representación de los intereses del Reino Unido en el exterior, tanto en la Commonwealth como en los demás países; para hacer recomendaciones teniendo en cuenta los cambios habidos en las esferas política, social y económica, lo mismo en el país que en el exterior». Esta comisión publicó su informe en febrero de 1964. En dicho informe, entre otras cosas, se trataba de la labor de los servicios informativos para la Commonwealth y el extranjero. Esta comisión reafirmó las conclusiones de la presidida por lord Drogheda (Cmd. 9138, 1954, citada más arriba) acerca de la importancia de los servicios informativos en el exterior. Según el informe de la comisión Plowden, «los servicios de información no deben considerarse a sí mismos como suministradores de información y nada más. La exigencia esencial... es presentar los hechos y el punto de vista británicos... A veces una propaganda efectiva puede distinguir el margen vital de diferencia entre el éxito y el fracaso de una política...» («Committee on Representational Services Overseas». Cmd. 2276, 1964).

Estos son, pues, los objetivos de estos servicios. Por lo que respecta a sus *bases de organización* se admite que la realización de una política informativa de notoriedad y publicidad (publicity and advertising policy) es una parte integrante no sólo de la actividad de la Administración, sino también de las líneas directrices del desarrollo industrial del país. Consecuentemente, cada ministro debe ser responsable ante el Parlamento de la política informativa de su departamento, así como de la aplicación práctica que de ella se haga. Cada «gran departamento»—unos

treinta en total—tiene su director de información (Chief Information Officer) o de relaciones públicas (Public Relations Officer)—las dos expresiones suelen usarse casi indistintamente—, que es responsable del programa informativo total; junto con su jefe de prensa responde también de la información que se suministra a la prensa y a la radio y televisión.

El Consejo de Relaciones Públicas del primer ministro (Public Relations Adviser) mantiene estrechos contactos con los periodistas que hacen la información parlamentaria, de la misma manera que el Departamento de Información del Foreign Service lo hace con los corresponsales diplomáticos y los que se hallan en el extranjero. Lo mismo ocurre con el director de Información del Ministerio de Trabajo respecto de los periodistas especializados en esta materia; los de Defensa, Almirantazgo, el War Office y el del Aire con los suyos correspondiente, etc. Los jefes de prensa de los ministerios tienen la obligación de informar al público de los trabajos y de la política seguida por su departamento (por ejemplo, explicar cualquier clase de nueva legislación). Por otra parte, también corresponde a su función el mantener informados a su ministro y al departamento de cuál es el estado de la opinión pública manifestado a través de la prensa.

En la esfera de la *Información doméstica*, el Scottish Information Office (cuya sede central se halla en Edimburgo y tiene una oficina en Londres) lleva a cabo servicios informativos en nombre del secretario de Estado para Escocia, de los departamentos escoceses y, en cierta manera, para los departamentos ingleses

en Escocia. También actúa en Escocia por encargo del COI.

El servicio de información del Gobierno de Irlanda del Norte lleva a cabo tareas informativas para aquel Gobierno y también actúa en aquel territorio como agente del COI. También existe un departamento de información en la Oficina de Gales, bajo la supervisión del secretario de Estado para Gales.

El objetivo de las «divisiones de información» es el de ayudar en la promoción de los objetivos generales de los departamentos ministeriales de que forman parte: concretamente, servir al público y de instrumentar la política decidida después de discusiones públicas. Estas divisiones tienen dos funciones básicas: la presentación al público, apoyada en explicaciones si fuese necesario, de la política y de la actividad de su departamento, y la interpretación del sentir del público respecto de aquél. En uno y otro caso esta actividad tiene que llevarse a cabo antes y después de que se hayan tomado las correspondientes decisiones políticas. La primera función implica el mantener informado al público—o a aquella parte de aquel a la cual pueda referirse—sobre la labor y política de los departamentos, explicando el significado de la legislación y las órdenes ministeriales a efectos de lograr la comprensión y cooperación de la opinión. La segunda supone la información en el sentido inverso, es decir, tener al corriente a la Administración de los movimientos de opinión.

Una de estas divisiones de información comprende, normalmente, tres secciones principales: primera, una oficina de prensa; segunda, una sección de publicidad (o de campañas

de publicidad), y tercera, una sección de resúmenes. En algunos casos, estas divisiones son también responsables de la biblioteca y de la sala de investigación pública del departamento.

La oficina de prensa de un departamento ministerial, al igual que las correspondientes a organizaciones privadas de similares extensión y complejidad, posee un canal a través del cual fluye información a la prensa e investiga de ella y de los demás medios de comunicación de masas. Suministra noticias y explicaciones de las actividades departamentales a los periódicos, revistas, diarios especializados, noticiarios cinematográficos y organizaciones de radio y televisión en Inglaterra, así como para su uso por los servicios de información en el exterior; también se encarga de la distribución de resúmenes de los «Papeles Blancos» («White Papers»), informes departamentales y demás documentos oficiales. Además de negociar las investigaciones de los periódicos de alcance nacional y provincial y de los representantes en Londres de los extranjeros, dispone visitas a los establecimientos gubernamentales y organiza conferencias de prensa, en las cuales bien los ministros o funcionarios de alta graduación precisan aspectos o contestan las preguntas que se les hagan.

La sección de publicidad, que maneja películas, carteles, folletos, anuncios en prensa y demás material publicitario, trabaja en estrecha cooperación con el COI y, en muchos casos, con las autoridades locales. La mayor parte de las campañas organizadas por los departamentos gubernamentales se planean con el fin de obtener el deseado—o necesario—curso de acción por parte del públi-

co, o determinadas partes de éste. Por ejemplo, lleva a cabo campañas de reclutamiento de voluntarios para las fuerzas armadas, la defensa civil, los servicios de policía y para los servicios civiles que precisan de un personal cualificado profesionalmente, tales como enfermeras y maestros; campañas tendentes a mejorar la salud pública y la seguridad como, por ejemplo, las referidas a la higiene de la alimentación, los peligros del tabaco, la inmunización de los niños contra la difteria y la poliomielitis, la seguridad en las carreteras y la prevención de accidentes en el trabajo, etc. También lleva a cabo campañas para la explicación de nuevas disposiciones legales, especialmente en el campo social, dada su natural repercusión en el público en general. Tales campañas, por ejemplo, dan a conocer los cambios habidos en los seguros sociales y en los esquemas de las pensiones familiares (ayuda familiar), medidas afectantes al control de los alquileres, etc.

La tercera sección recoge información sobre el trabajo del departamento y la disemina en la prensa, sección de publicidad y el COI.

Hablando en términos amplios podemos decir que las divisiones departamentales de información operan sobre bases similares; las variaciones que pueda haber entre ellas vienen, en todo caso, determinadas por la naturaleza particular del trabajo de cada departamento y las repercusiones que el mismo tenga en sus relaciones con el público.

Por lo que respecta a la esfera de la *Información exterior*, se ha de tener en cuenta que la política a seguir en este terreno se planea en Londres por los departamentos de información del Foreign Office, la

Oficina de Relaciones con la Commonwealth y la Oficina de Colonias, las cuales son asesoradas por el Board of Trade (Consejo de Comercio) en los asuntos comerciales. El material diario correspondiente a todos los medios de la información que utilizan los Servicios Británicos de Información Exterior es suministrado por el COI; los departamentos ultramarinos también fomentan la esmerada presentación de la política oficial a través de canales independientes como la prensa británica y la extranjera y los servicios de Radio y televisión. Con este fin se mantienen contactos informales con los corresponsales de periódicos, radios y agencias extranjeras en Londres.

Los departamentos ultramarinos mantienen puestos de información en la mayoría de los países. Existen Information Officers en unas sesenta y siete embajadas y consulados británicos, y también la mayoría de los puestos del Foreign Office llevan a cabo tareas informativas en el extranjero. Con algunos países, como, por ejemplo, los Estados Unidos, existen unos acuerdos especiales; por ello, en Nueva York hay una oficina con biblioteca, referencias, prensa, radio y televisión y que asimismo prepara visitas de conferenciantes y otra serie de facilidades. Además, en otros lugares, tales como Beirut, Singapur, Méjico y Caracas, se mantienen oficinas regionales—todo ello sin perjuicio de los servicios normales, «de plantilla», en esos países—. En estas oficinas se produce y edita material informativo de todas clases en los idiomas correspondientes. En el resto de los lugares en que no existe una plantilla informativa especializada esta labor se lleva a cabo por

funcionarios políticos, consulares o comerciales.

En los países independientes de la Commonwealth figuran funcionarios de información en la plantilla del personal de los altos comisariados británicos. En este caso, sus funciones son exactamente las mismas que las que llevan a cabo las embajadas y consulados. En la actualidad estos puestos informativos se elevan a cuarenta y tres.

En los territorios dependientes de la Gran Bretaña existen dos oficinas de información; en los demás lugares, la información sobre Inglaterra se facilita por los departamentos de información de los respectivos Gobiernos.

Los Informations Officers trabajan en estrecho contacto con sus colegas políticos y comerciales en los puestos en que se hallan destinados. Sus principales cometidos son los siguientes:

1. Asesorar a los jefes de misión en todo lo relacionado con las relaciones públicas.

2. Hacer el más efectivo uso de todo el material que se les suministra; y

3. Suministrar a los departamentos de Londres los comentarios que les sugiera el material por aquéllos suministrado, así como tomar la iniciativa en cuanto a la solicitud de materiales especiales con los cuales puedan cubrirse las necesidades locales.

La labor que realizan los funcionarios de información como portavoces oficiales depende mucho de las personalidades locales y de las circunstancias. En algunos puestos los funcionarios llevan a cabo una extensa labor de conferencias públicas y en la radio y la televisión. Normalmen-

te manipulan la labor diaria de informaciones de prensa y atienden a los periodistas y hombres de negocios visitantes. El modo en que se emplea el material enviado por Londres varía también según las circunstancias. Los funcionarios tratan siempre de que sus relaciones con quienes controlan la prensa, el cine, la radio y la televisión sean siempre óptimas con el fin de animarles a que se tomen con gran interés los asuntos británicos; también se les concede una gran libertad en relación con la necesaria adaptación del material suministrado por las fuentes oficiales para poder atender las necesidades particulares de cada país. Este material se incorpora, a menudo y en las plazas más importantes, a boletines, hojas informativas y folletos editados «sobre el terreno». Para el suministro de material de fondo en muchas plazas existen bibliotecas con material sobre asuntos británicos, y en aquellos otros lugares donde es grande la demanda existen bibliotecas equipadas con fondos correspondientes a toda clase de materias; incluso en muchos países se dispone de una sala de lectura que está a disposición de todos los sectores de la comunidad.

Aparte de su trabajo normal, en algunos lugares del exterior los funcionarios de información ayudan a la BBC, informando, cuando se les solicita, acerca de las condiciones de recepción y la calidad de los programas, actuando además como enlaces de aquella con las emisoras locales.

Como ya dijimos al exponer la evolución histórica de estos servicios, en 1946 se creó el Central Office of Information, que es un organismo gubernamental que presta a todo el

conjunto del Gobierno un servicio común de material propagandístico retribuido y su correspondiente distribución. También tiene carácter de organismo asesor y cada ministerio es enteramente responsable de la política correspondiente a los trabajos llevados a cabo por el COI por encargo de aquéllos.

Es costumbre que un miembro del Gabinete sea el responsable de la coordinación de las funciones informativas, tanto en el interior como en el exterior del país. Su principal labor consiste en estimular y coordinar el flujo de noticias e informaciones diversas y asegurar su rápida y efectiva distribución a través de las modernas cadenas informativas. Este servicio es un centro donde se llevan a cabo contactos regulares y frecuentes discusiones sobre los problemas de la información, sean éstos de solución a corto o a largo plazo. Su instrumento coordinador esencial es la «reunión» de los directores de información de los distintos departamentos ministeriales, que se reúne periódica y regularmente. Por lo que respecta a los servicios de información en el exterior, también se organizan regularmente conferencias entre los diversos departamentos a niveles oficial y ministerial.

Por el momento no hay intención de crear un Ministerio de Información. De ahí que el Ministerio de Asuntos Exteriores, el ministro encargado de las relaciones con la Commonwealth, el secretario de Colonias y los ministros de todos los departamentos metropolitanos sean absolutamente responsables del resultado de los trabajos de sus correspondientes servicios de información, aun teniendo en cuenta que existen determinados temas correspondientes a va-

rios ministerios y siendo necesario por ello una acción coordinadora de las políticas y actividades informativas de forma que se evite el doble empleo y los errores de *timing*.

El mismo COI es algo muy distinto a un Ministerio de Información, pues, como ya dijimos, se trata de un departamento no ministerial. Los ministros de Finanzas, tales como el de Hacienda y el secretario del Tesoro, responden por él ante la Cámara de los Comunes en materia de presupuesto, de su organización, de su personal o de los trabajos ejecutados a su costa que se efectúen siguiendo la política por ellos preestablecida. Así, por ejemplo, de las películas y publicaciones sobre salud pública responde el ministro de Sanidad; de la publicidad sobre reclutamiento, el de la Guerra, etc. Es decir, que cual agencia de relaciones públicas, el COI tiene muchos *amos*, pues en la práctica trabaja para más de unos cuarenta departamentos y de otra serie de servicios menores que carecen de medios informativos. Al funcionar como una agencia, sus técnicos—al ser verdaderos expertos especialistas—aconsejan y discuten con los «clientes», pero la última palabra corresponde decirla siempre a éstos, aunque la regla general es que se acepten los puntos de vista y directrices de aquéllos.

Otro dato significativo del carácter del COI es que carece de representantes en el exterior, pero, en cambio, es el proveedor informativo de unas ciento cincuenta oficinas, repartidas en noventa países diferentes, dirigidas por funcionarios del Foreign Service, de la Oficina de Relaciones de la Commonwealth y del secretariado de Colonias, así como de algunos Gobiernos coloniales. Produ-

ce, encarga o compra materiales a todos los medios de relación comunitaria (con la sola excepción de cintas sonoras de procedencia británica, por corresponder esta función a los servicios exteriores de la BBC) para los departamentos antes citados, y, además, sigue las instrucciones procedentes del Board of Trade (Ministerio de Comercio) en todo lo que hace referencia a la política de exportación del país. En pocas palabras: abarca todos los campos de la actividad informativa con excepción de lo puramente cultural—que corresponde a la esfera de acción del British Council—y del Turismo—correspondiente a la British Travel and Holliday Association.

Por otra parte, el COI está integrado, de manera plena, en los servicios de información del Gobierno, pero no tiene contacto directo con el público, la prensa o con cualquier otro medio de comunicación en el extranjero. «Aprovisiona» a todos los encargados de la información en las embajadas británicas, residencias, oficinas consulares, etc., con textos generales, prensa, filmes, folletos y demás material operativo, pero quedando siempre bajo la responsabilidad de los segundos la manera en que la prensa local, la televisión, las emisoras de radio, las universidades, los institutos, los grupos técnicos, etcétera, hagan uso del material correspondiente. Hay una excepción: el COI coloca directamente, bajo contrato, determinadas películas en los circuitos de proyección y, por supuesto, lleva a cabo por sí mismo la concepción y ejecución de los pabellones británicos en las exposiciones y ferias comerciales en el extranjero.

En Inglaterra, su posición es diferente. A través de sus nueve agencias

regionales (en Manchester, Birmingham, Leeds, Newcastle, Nottingham, Bristol, Cambridge y Reading) y sus oficinas de Escocia y País de Gales, el COI distribuye y colecta documentación. Pero incluso en este terreno no se ocupa de tener relaciones con la prensa sino con el solo objeto de ofrecer sus servicios a los numerosos periódicos de provincias—la mayoría de cadencia semanal—que no tengan redacciones (u oficinas) en Londres.

Lo mismo en uno que en el otro caso, su política tiende al logro de una fuerte centralización de la producción y a la mayor descentralización posible de su distribución, y esto de tal manera que se pueda conservar siempre el contacto con las necesidades locales y mantener su confianza en el buen juicio de los individuos que actúan sobre el terreno.

Pero antes de seguir adelante y explicar los principios básicos de organización del COI hemos de poner de manifiesto que, al tratarse de un servicio común, aquél puede, siempre dentro de unos determinados límites y con la autorización del Tesoro, transferir los créditos previstos para «un cliente» a cualquier otro de ellos. En su avance programativo anual se hacen figurar las posibles necesidades futuras de todos los departamentos. Aquella flexibilidad posibilita, sin embargo, el que se puedan acometer determinadas campañas que puedan presentarse de improviso y, por el contrario, se abandonen o retrasen otras en méritos de razones simplemente coyunturales. Este sistema conduce lo mismo a una economía de dinero que a una gran suavidad de funcionamiento, pues autoriza la supresión de las cuentas especiales para gastos excepcionales que cada

departamento tendría que tener previstas.

Las ventajas de una agencia de producción centralizada, puestas de manifiesto a través de los informes de numerosas comisiones de encuesta, son, esencialmente, las siguientes: economía de dinero, una presentación mucho más satisfactoria ante el Parlamento del gasto total del Gobierno en materia de información y el mantenimiento de un alto nivel técnico y artístico en la ejecución de todas las tareas correspondientes a los distintos medios de comunicación de masas. Otra ventaja de semejante concentración de la producción es la referente al hecho de que permite un mejor uso de un limitado número de técnicos (hombres y mujeres) disponibles, en lugar de que se hallen dispersos en ministerios que no podrían obtener un pleno rendimiento de ellos, confiándoles una cierta variedad en su trabajo y sin que el Estado pudiera conservar a su servicio a los mejores de ellos.

No obstante las ventajas que comporta, la centralización de la producción también implica sus riesgos; el principal de ellos es un cierto embotamiento de las facultades creadoras producido por el trabajo en circuito cerrado. Para evitarlo y lograr lozanía y originalidad en el tratamiento de los temas, en el seno del COI se estimula la competencia interna de sus miembros. Así, aunque este organismo posee sus propios estudios de dibujo, de fotografía, de televisión y sus editores, también confía buena parte de sus trabajos a compañías independientes. Así, por ejemplo, toda su publicidad se lleva a cabo a través de unas veinte agencias publicitarias que trabajan bajo contrato; también todas las películas son rea-

lizadas por productores de documentales y noticiarios de actualidades. El COI produce todos sus libros y revistas y utiliza para ello muchos colaboradores exteriores; por otra parte, su personal pone a punto la mayor parte de sus exposiciones, tanto en Inglaterra como en el extranjero; aquí también es frecuente se contrate a especialistas independientes. Todo el material impreso destinado al extranjero proviene de sus oficinas, pero también figuran como colaboradores una serie de destacados periodistas y se encargan documentos a las agencias fotográficas de Fleet Street y de provincias. Los artículos documentales y los hechos correspondientes a la Gran Bretaña, que forman la base de todo su trabajo y son esenciales para la acción en el extranjero, son escritos en el COI.

Resumiendo: la tendencia general es la de aprovechar al máximo las ventajas de una producción directa llevada a cabo por especialistas que abarcan las necesidades de los diferentes departamente gubernamentales y la política seguida por éstos respecto de la opinión pública, utilizando al mismo tiempo los talentos disponibles del sector privado.

La mayor parte del personal empleado en el COI y en los distintos departamentos de Whitehall son miembros titulados del Civil Service dentro de una categoría de funcionarios (Information Officer Class) creada en 1949. Todo este personal goza de los mismos beneficios y consideraciones que los funcionarios del Civil Service británico: es un personal permanente al servicio de minis-

terios y de Gobiernos sucesivos y a cuyo trabajo dedica lo mejor de sus posibilidades.

El COI se halla dividido en divisiones y secciones especializadas, organizadas en función del trabajo a producir (películas, publicaciones, exposiciones fijas o itinerantes, etc.), sin distinguir entre actuación interna o externa.

Por último, hay que subrayar el hecho de que, desde hace ya bastantes años, el COI entró en estrecho contacto con la industria privada, especialmente en un sector con el que existe un evidente interés común: el desarrollo de las exportaciones. Merced a invitaciones transmitidas por la Federación de Industrias Británicas, el Instituto de Relaciones Públicas y otras numerosas asociaciones industriales y comerciales, el COI ha practicado respecto de los jefes de empresa y sus encargados de relaciones públicas una política de puerta abierta. Esto ha permitido a gran número de representantes de firmas, asociaciones y agencias el haber pasado jornadas en las oficinas del COI observando los trabajos en curso e intercambiando ideas con sus productores acerca de los medios más idóneos tendentes a aproximar, en el terreno de la información, al Gobierno y a la industria. El resultado de toda esta experiencia personal es el que no sólo la industria del país tiene una mayor comprensión acerca del trabajo de los servicios de información en el extranjero, sino que contribuye a su mejora suministrándoles documentación muy valiosa.—JOSÉ ANGELO CASTRO FARIÑAS.