



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ARAGÓN

INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

“MÁS DE UNA DÉCADA DE ACTIVIDAD REPORTERIL”

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA
P R E S E N T A:
CARLOS TÉLLEZ MARÍN

ASESOR:
LIC. ALDO DE LA O TAPIA

MAYO, 2005

m345565

ÍNDICE

Introducción.....	4
-------------------	---

Capítulo I

Rumbo incierto: Mi primera experiencia como reportero en áreas tecnológicas.....	6
La universidad generadora de conocimientos no de empleos.....	9
Los valores: base de toda acción humana.....	12
La actividad reporteril.....	12
Disciplina, relaciones públicas y olfato periodístico; fórmula para alcanzar nuevas metas.....	20
Un nuevo reto: editor en jefe.....	22
Experiencia internacional.....	23
Formación académica más iniciativa propia.....	26
Código de ética.....	27
De la máquina de escribir a la computadora.....	28

Capítulo II

De reportero a candidato.....	30
Planeación de la campaña.....	33
Investigar para ganar.....	34
Estrategia de campaña.....	36
Política de los actores.....	38
Partido Revolucionario Institucional.....	38
El Departamento del Distrito Federal y las Delegaciones Políticas.....	39
Partido Acción Nacional.....	39
Partido de la Revolución Democrática.....	40
Otras organizaciones.....	41
Metas de campaña.....	41
Tácticas de campaña.....	42
Ejecución de campaña.....	45
Defensa del voto.....	58
¿Cómo estaban conformadas y cómo operaron las mesas de recepción?.....	59
Resultados de la contienda.....	60

Capítulo III

Incursión en Comunicación Social de la Secretaría de Educación Pública.....	63
Un poco de historia de la SEP.....	63
Comunicación Social de la SEP.....	65
Monitoreo de la noticia.....	67
Reportero de la SEP.....	69
La Internet y las oficinas de prensa.....	77
Mi experiencia en televisión.....	80
Consideraciones.....	82

I n t r o d u c c i ó n

Este trabajo se realiza para obtener el Título de Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, por la Facultad de Estudios Superiores, Aragón, antes Escuela Nacional de Estudios Profesionales, mediante el procedimiento de informe de desempeño profesional. Incluye por lo tanto, una parte fundamental de teoría y conceptos aplicados al campo de la práctica.

Su elaboración no pretende pasar como un mero reporte de labores, sino como un documento que sirva a todo aquel interesado en elegir esta carrera o para quienes aún no conocen el ir y venir del trabajo profesional del periodismo.

Las vivencias constantes de 12 años de ejercicio profesional están plasmadas en el presente documento, con el propósito de ofrecer una herramienta de consulta para los que puedan y estén interesados en utilizarlo.

En tres capítulos se describe —por primera vez, porque no es nada fácil hablar de uno mismo— aspectos de mi trayectoria en este quehacer del periodismo, desde mi incursión en este campo —donde las nuevas tecnologías de cómputo ya se hacían presentes en algunas regiones del mundo, en México aún no se utilizaban en oficinas de prensa—, hasta la actualidad donde estamos imbuidos en lo que ya se conoce como generación digital.

En esta aportación no pasa desapercibido el lado humano de quienes nos dedicamos a la tarea de informar, ya que muchas veces por el mismo ritmo de trabajo olvidamos que poseemos un cuerpo que requiere de alimentación y descanso, además de convivencia y esparcimiento.

El aspecto laboral, también está plasmado en este reporte, incluye responsabilidades, horarios, percepciones económicas y formas de contrato. Así como la experiencia alcanzada al participar en una elección de participación social, en la que se aplicaron conocimientos académicos adquiridos en la escuela, específicamente de propaganda y publicidad.

Es evidente que durante la etapa de estudio de la carrera debe adquirirse una base conceptual, que en ese lapso parece de poco valor. No se ve en esos momentos de intenso estudio, la aplicación en la vida real de los conocimientos logrados en el aula.

Sin embargo, después de trabajar durante algunos años es satisfactorio contar con las habilidades y conocimientos suficientes para enfrentar las situaciones más complejas en el ámbito del periodismo; experiencia que se adquiere con la práctica diaria del ejercicio de la profesión, sumado a la inquietud de estar al día a través de la constante actualización que algunas empresas ofrecen a sus empleados o mediante la iniciativa propia de quienes desean seguir el camino de la superación.

Actividad profesional, que hasta este momento representa para mí pasión y gusto por todo lo que conlleva su campo laboral; es parte de mi sentido de la vida: es una manera de expresión, de elevar mi autoestima y la base de mis relaciones sociales.

CAPÍTULO I

Rumbo incierto: mi primera experiencia como reportero en áreas tecnológicas

¿De la escuela a dónde? Esa fue la interrogante que me hice mientras pasaba la euforia de haber terminado la carrera y realizaba mi servicio social en la oficina de Prensa para los Estados, de lo que antes era la Secretaría de Programación y Presupuesto.

Esa emoción de optimismo después se transformaría en incertidumbre, porque el mundo laboral que vislumbraba era incierto, no sólo para mí sino también para mis compañeros.

Por un tiempo toqué puertas de medios de comunicación sin tener respuesta alguna; todos decían que sí requerían mis servicios, pero no aseguraban cuándo ni cuánto.

Sin embargo, la esperanza siempre estuvo presente y cuando menos me lo esperaba ya colaboraba para una empresa editorial de revistas especializadas en diferentes ramas de la industria: plásticos, minería, construcción, turismo y textiles.

Sin importar la forma de prestar mis servicios profesionales a los particulares y con poco interés de conocer las ventajas o desventajas que implica estar en contacto con el sector empleador, acepté la oferta de freelancear¹ sólo por un tiempo, porque en ese momento deseaba adquirir experiencia en este ámbito y estaba seguro que posteriormente podría ampliar mi abanico de posibilidades de trabajo.

¹ Alternativa laboral que se realiza de manera independiente y autónoma. Su remuneración se da normalmente por pieza periodística publicada.

En el argot periodístico, un *freelance*² es un colaborador de un medio de comunicación que trabaja por su cuenta y cobra normalmente por pieza periodística publicada. Así incursioné —por primera vez— a la actividad profesional del periodismo, a ella me he dedicado durante más de doce años.

Con esto no quiero señalar que todos los que concluyen su formación académica y que deciden ejercer la actividad reporteril tengan necesariamente que contratarse como *freelance*, lo que sí es seguro es que en la actualidad los salarios aún son indignos y las condiciones laborales son poco atractivas.

Como muestra un botón, basta escuchar los comentarios laborales de la mayoría de colegas sobre la inconformidad de sus contratos laborales, los cuales excluyen prestaciones, ofrecen salarios bajos y en ocasiones sus jornadas son de hasta 14 horas.

En fin, en mi caso tal vez también influyó en esta decisión la falta de salidas profesionales en el mundo del periodismo, a la que hacemos frente todos los egresados de la carrera que carecemos de un “padrino” que nos ofrezca una mejor oferta de trabajo con sueldos seguros y prestaciones sociales.

Así colaboré en las empresas editoriales Publi- News Latinoamericana y ALAM Internacional, en donde realicé publi-reportajes³ que tenían como objetivo promover y potenciar el conocimiento del desarrollo e innovación tecnológica de servicios y productos útiles para los diferentes sectores industriales.

² “El origen de la palabra parece surgir en el Siglo XI de manos de William el conquistador, que daba una lanza a los caballeros que habían estado a su servicio, aunque posteriormente el término se generalizó para designar a los caballeros mercenarios medievales que habían prestado sus servicios al príncipe o noble que mejor pagaba”. www.saladeprensa.org “Periodistas *freelance* (o la historia del ingenioso hidalgo, Don Quijote) de Alex Fernández Muerza.

³ Publi-reportaje es una connotación que fusiona un género periodístico con un medio para adquirir recursos en una publicación. Entonces se da por entendido que las empresas que se difundían en la revista aportaban una cantidad de recursos para asegurar su espacio.

Mi decisión fue enfrentar las exigencias que aplican algunos medios a sus reporteros para que éstos últimos se desempeñen como hombres orquesta; es decir, me inicié haciendo de todo. Como reportero además de conseguir información, también tomé fotos, sugerí diseños para formación de revistas y, en algunos casos, levanté contratos de publicidad.

Situación laboral que no sólo es exclusiva de finales de los 80 y principios de los 90. En la actualidad las empresas periodísticas buscan más que nunca la rentabilidad, incluso por encima del propio discurso y haciendo a un lado el compromiso del periodismo con la sociedad.

“Realizarás publi-reportajes y tus percepciones mensuales serán de acuerdo a la calidad y cantidad del material que entregues”, esto me lo explicó el que sería mi primer jefe de información. Nunca mencionó que para los editores y responsables de los medios utilizar freelances representa mayores beneficios para la empresa, toda vez que no ocupan espacio en las redacciones, no requieren prestaciones de servicio médico ni de pensiones y, por lo general, son más eficientes.

Tampoco dijo que la expansión del periodismo *freelance* ofrece mayores oportunidades de trabajo para el profesional de la comunicación, pero que también existe la posibilidad de ser tratados injustamente a pesar de que la situación de quienes se dedican a esta forma de periodismo está respaldada por las leyes. Y aunque por lo general se pueden afiliarse a un sindicato profesional y recibir una acreditación, cuentan con poco reconocimiento social y profesional.

En ese momento no me percaté de las condiciones laborales que engañosamente me ofrecieron. El Director Editorial me pintó un panorama fuera de horarios y amplio desarrollo profesional, pero más adelante me di cuenta de que persistía gran descontento por parte del grupo de reporteros que laboraban.

Las principales inconformidades radicaban en el desequilibrio de salarios; asignación de mayores tareas por el mismo sueldo, a fin de –según ellos– "optimizar recursos"; personal ajeno invadía áreas de decisión editorial; inestabilidad laboral por los frecuentes recortes de personal en la redacción y la explotación de practicantes; así como contratos de trabajo exentos de prestaciones laborales.

Nunca presté mayor importancia al "contrato basura" con su correspondiente "sueldo basura" que ofrecía la empresa a los periodistas jóvenes, lo cual resultaba un abuso para el profesional autónomo o colaborador.

Desde el comienzo de mi formación académica tuve el hábito de estar informado de lo más relevante en el ámbito político, económico y social; jamás me interesaron temas relacionados con tecnología vanguardista, lo cual ocasionó que mi trabajo se dificultara por la falta de conocimiento en este rubro.

La universidad generadora de conocimientos, no de empleos

No es por demás reiterar, mi ilusión como estudiante, de que al concluir la carrera las puertas del sector laboral se me abrierán. La realidad fue otra, el desencanto pronto llegó con el tiempo y con ello la reflexión de que mi tránsito por la universidad me brindó herramientas necesarias para incorporarme al sector productivo y no la garantía de encontrar trabajo fácilmente, comprendí que las universidades no son fuente de empleo o agencias de colocación.

En ese momento, al percatarme que la mayoría de mis compañeros pasaban por la misma situación de desilusión por falta de oportunidades laborales, mi visión se transformó en miope porque consideré que las instituciones de educación superior del país formaban gente que no encontraba trabajo; en ese entonces fue difícil reconocer que esta función no corresponde a estas casas de estudio.

La idea equivocada desapareció de mi mente poco a poco cuando me enfrenté con la realidad: las oportunidades del ejercicio de la profesión que elegí, no dependen sólo de la obtención de un título académico, además requieren de la experiencia que se adquiere día con día al estar en contacto con las diversas situaciones propias de la actividad.

Pronto me di cuenta que las universidades son estratégicas para el desarrollo del país, toda vez que contribuyen a este objetivo a través de la preparación de las personas para el ejercicio de una profesión, la formación de los jóvenes como ciudadanos para la consolidación de la vida democrática, el desarrollo del conocimiento científico, humanístico y tecnológico, además de la preservación, recreación y difusión de la cultura.

Mi reflexión sobre la responsabilidad de las universidades se enfocó a que a éstas les corresponde asumir un compromiso creciente con la generación de nuevos conocimientos. Son un espacio en el que existen ambientes de reflexión para que, dentro y fuera de las aulas, en el proceso de enseñanza-aprendizaje y en los ámbitos de convivencia, el estudiante aprenda a valorar, argumentar y dar rienda suelta a la creatividad.

También son un espacio en el que se desarrollan los saberes, aptitudes, actitudes, habilidades y valores que el país requiere para aumentar su competitividad, la calidad de vida y el desarrollo humano de sus habitantes.

Poco tardé en darme cuenta que la obligación de desarrollar capacidades individuales que me permitieran insertarme en los procesos del cambio con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio, la globalización económica, el crecimiento de la productividad y la competitividad es una responsabilidad personal.

Las universidades nos proporcionan elementos para nuestro desarrollo integral; forman científicos, humanísticos y profesionales cultos en todas las áreas del conocimiento, además son parte esencial en la formación de valores en los individuos; por eso considero que en todas las instituciones de educación superior debe existir un currículum académico que incluya temas de ética profesional.

Los valores: base de toda acción humana

Precisamente en esta etapa de mi vida, en la que había concluido mis estudios de nivel superior y ahora me tocaba insertarme al mercado laboral, me percaté que la base de toda acción humana son los valores: honestidad, justicia, verdad y lealtad, entre otros.

Valores que aprendí de mis padres y que en los diferentes niveles educativos que cursé me fueron reforzados por mis profesores. En la educación superior poco se habló sobre este tema que resulta fundamental para propiciar en los jóvenes estudiantes la formación de ciudadanos con ética profesional, comprometidos con la sociedad.

Durante los ocho semestres que cursé en la carrera algunos maestros hicieron referencia sobre la ética profesional. No estaba considerada como una materia, parecía que era obvio que todo estudiante al concluir su formación académica poseía una conciencia y un marco de referencia para ponerla en práctica.

Tanto en el ámbito escolar como en el laboral, no existe un parámetro para conocer si el profesionista y recién egresado cuenta con ética profesional, situación que he comprobado en el ir y venir por estos dos campos, por lo que considero que son las universidades las que pueden resolver este vacío si le dedican tiempo e inversión a promover e inculcar aspectos esenciales para conocer y actuar con valores, principios y vocación de servicio.

Mi insistencia sobre este tema radica en que los valores nos ofrecen un soporte para responder correctamente a las diferentes circunstancias de nuestra vida y, precisamente, el trabajo es una de ellas, por lo tanto reiteró que no son artículo de lujo o conocimiento obsoleto, sino que representan la base de toda acción humana.

La actividad reporteril

Todo estaba listo para iniciar lo que hasta la fecha es una de mis pasiones: ejercer la actividad para la cual me formé en una institución de educación superior y que es una profesión fundamentalmente social. Era el momento de conocer cuáles eran mis habilidades para ser reportero y con qué conocimientos académicos contaba para enfrentarme a lo que sería mi primer trabajo.

Publi-News Latinoamericana y ALAM Internacional, empresas editoriales de revistas especializadas en minería, plásticos, construcción, turismo y textiles me brindaron la oportunidad de colaborar a través de la elaboración de publi-reportajes.

Si bien es cierto que un periodista debe estar capacitado para hablar y escribir sobre cualquier tema, la complejidad de los términos técnicos que se manejan en estas áreas me llevaron a una especialización, que adquirí con la práctica y de manera gradual.

Mediante los publi-reportajes, que contrataban empresas con la visión de abrirse oportunidades e incrementar sus ventas en el país y en el extranjero, no sólo traté de contar a los lectores lo que ocurría en las empresas de prestigio internacional, sino que sabía que mi labor iba más allá de esta tarea; por lo tanto, buscaba difundir lo que el ciudadano común debe conocer sobre los efectos positivos del progreso y el desarrollo tecnológico.

Publi-reportaje de uno de los centros del turismo internacional de mayor fama y atracción de la zona hotelera de Cancún, el cual abarcó tres planas en la revista *Turismo- Noticias*.

HYATT CANCUN CARIBE VILLAS & RESORT

EL RITMO SECRETO DEL CARIBE MEXICANO

Si durante estas últimas semanas usted ha estado despertando con la sensación de que existe un lugar en este planeta donde el placer de los sentidos se multiplica, donde la atmósfera está cargada de vibraciones milenarias y donde encontrará el más verdadero espíritu humano, ese lugar, no lo dude, está en Cancún.

Este privilegiado espacio geográfico es actualmente uno de los centros del turismo internacional de mayor fama y atracción. Y es aquí, precisamente, donde Hyatt Hotels & Resorts ha levantado uno de los más exclusivos centros hoteleros: el **Hyatt Cancún Caribe Villas & Resort**. Integrado totalmente al medio ecológico característico de la zona caribeña, este complejo turístico ha sido recientemente rediseñado en su totalidad, labor realizada por un experto equipo de profesionales que conjugaron los elementos que Hyatt siempre elige como toques mágicos: imaginación, comodidad y el más elevado concepto de diversión y exclusividad.

Siendo Cancún una estrecha y alargada isla unida a la costa por dos puentes, ofrece las máximas oportunidades de traslado por excelentes vías de comunicación terrestre, además de aérea y marítima. Así, partiendo de Cancún, se pueden conocer centros turísticos, también muy importantes, teniendo como base de "exploración" el Hyatt Cancún Caribe Villas & Resort. Algunos de ellos son Xcaret y Xel-Ha; Chichén-Itzá e Izamal; Cozumel, la isla más grande del Caribe mexicano; la blanca y explosiva Mérida; y la ciudad Maya de Tulum, que aún conserva sus impresionantes atalayas.

Para que usted sienta el latido del corazón del Caribe mexicano, el Hyatt Cancún Caribe Villas & Resort ha pensado en los más pequeños detalles que harán que su estancia se convierta en ese sueño hecho realidad.

Desde el momento de su llegada, el personal del hotel le dará la bienvenida con los ya tradicionales detalles Hyatt. De las 198 habitaciones que integran este "Premier Boutique Resort"



Hotel, 62 tienen vista y acceso particular a la playa y terraza privada realizada con jardines de bugambilias; todas las habitaciones restantes cuentan con una magnífica vista al mar turquesa del Caribe.

Todos los cuartos disponen de aire acondicionado y televisión a color, que capta las mejores señales de los Estados Unidos, como el canal de Disneylandia y los múltiples canales de cine, los cuales, desafortunadamente, no tendrá mucho tiempo para ver, pues las bellezas caribeñas lo conquistarán desde el primer instante en que empiecen a vibrar al ritmo secreto de este ambiente pleno de fragancias, aromas, sonidos, luz y texturas propias de Cancún.

Entre otras de las comodidades que se puede disfrutar durante la estancia en el Hyatt Cancún Caribe Villas & Resort, está la alberca principal, con una ex-

tensión de 800 metros cuadrados, totalmente integrada al medio ambiente. Además, el hotel cuenta con un sistema de purificación de agua, lo que proporciona tranquilidad en cuanto a higiene y salud se refiere.

Si se es socio del Programa Hyatt Gold Passport, se le hospedará en la sección Villas, donde las habitaciones ofrecen terrazas y balcones privados con vista al mar, decorados con plantas y artesanías auténticamente mexicanas. En este exclusivo ambiente, se puede disponer de una bebida complementaria durante las mañanas y recibir en la habitación los diarios y periódicos que solicite. Asimismo, se tendrá acceso a la piscina privada para los miembros del Hyatt Gold Passport.

Para los huéspedes de Regency Club se cuenta con una sección exclusiva de Villas con alberca privada y jacuzzi. En el Lounge del Regency Club todas las mañanas se sirve un Desayuno Continental, a media tarde bebidas refrescantes y galletas y

a partir de las 5:30 p.m. da inicio la hora del coctel Regency Club. Los huéspedes de Regency Club encontrarán en sus cuartos bañías de baño y detalles especiales de tocador. Además, gozan del excelente servicio de Conciérge. Todo el día hay servicio de cafetería en el Lounge del Regency Club y por las tardes es muy concurrido el lugar para degustar el tradicional té.

Los huéspedes distinguidos de la Suite Presidencial tienen un espacio privilegiado desde el cual pueden disfrutar los fascinantes amaneceres del mar Caribe y disponen de un acceso privado a la playa. La Suite Presidencial consta de recámara principal, recámara para invitados, sala, comedor, cocina y dos baños, uno de los cuales está equipado con una tina privada de jacuzzi, decorada en punto intermedio entre la sobria elegancia y la exuberancia tropical. La excelencia de esta suite se ve completada con el fino servicio de mayordomo.

El Hyatt Cancún Villas & Resort ofrece las facilidades que só-



lo un exclusivo complejo hotelero como éste puede brindar a sus huéspedes: lavandería y tintorería, cajas de seguridad, servicio secretarial, acomodador de autos en los estacionamientos, agencia de viajes, salón de belleza; oficina para renta de autos, boutiques, limpieza de calzado; máquinas de cubitos de hielo en todos los pisos; servicio médico las 24 horas y servicios de télex y telefax, entre otros muchos.

En cuanto a las actividades de recreación, el Hyatt Cancún Caribe ofrece facilidades para clases de tenis, equitación, aeróbicos, golf, deportes acuáticos y pesca.

En Hyatt saben lo importante que es que exista comunicación entre los huéspedes y sus anfitriones y por ese motivo ofrece una red de servicios de atención a peticiones y sugerencias, a través de la cual todos los clientes, siempre, se sentirán como en su casa.

Pero eso no es todo. Un mundo de sabor les espera en los Restaurantes y Bares, que rodeados de una atmósfera casual y elegante tienen para todos los visitantes lo mejor de la cocina nacional e internacional.

El preferido de todos es el Blue Bayou, restaurante con especialidades y acentos de la cocina criolla al estilo de Nueva Orleans, sabores amenizados por ritmos del blues en los que el bandmaster realiza los mejores acordes a punto del atardecer candeante del Caribe.

El Cocay-Café es el lugar de la cocina contemporánea con el



loque mexicano. Su ubicación proporciona los mejores momentos panorámicos que se pueden obtener de los jardines y la alberca.

En La Concha, la frescura y la suavidad de los productos recién obtenidos del mar se presentan en platillos ligeros y llenos de sabor Hyatt: combinación exacta del gusto internacional para el más exigente paladar.

En el bar de la alberca, El Fresno, y en el Cassis Lobby Bar se disfruta de bebidas cargadas de explosión y alegría. Recomendamos que pida las creaciones del barman, pues, como buenos alquimistas, funden en colores y sabores las propiedades de las bebidas, que, como la lluvia, darán la frescura que un ambiente cálido siempre requiere.

En el Hyatt Cancún Caribe Villas & Resort se preparan tours, expediciones, fiestas, cruceros y visitas guiadas a los lugares de mayor interés; a los rincones exóticos que guardan los secretos de una cultura milenaria; a museos, centros comerciales, torneos,

fiestas típicas y todo tipo de espectáculos.

Explorar el lugar más idílico y romántico de Cancún, el Hyatt Cancún Caribe Villas & Resort, un Boutique Hotel diseñado para los amantes del ambiente más exclusivo, muy diferente a los hoteles convencionales, y vivir la experiencia de unas vacaciones memorables como muy pocos hoteles de playa puedan ofrecer. El Hyatt Cancún Villas & Resort es la recomendación secreta para los enamorados y lunamieleros.

Para las próximas vacaciones, viajes de negocios, eventos y convenciones, el Hyatt Cancún Caribe Villas & Resort, único por su diseño y personalidad, o en el también recientemente remodelado Hyatt Regency Cancún o en cualquiera de los hoteles Hyatt de la República: Hyatt Continental Acapulco, Hyatt Regency Acapulco, Hyatt Regency Guadalajara, Hyatt Villahermosa, es donde se encontrarán las facilidades, detalles y excelente servicio que ofrecen los Hoteles Hyatt en todo el mundo.

Mi trabajo no sólo se limitaba a escribir, también tomaba fotografías de productos, artículos, instrumentos, maquinaria, herramientas, obras en construcción, edificaciones, vehículos, personas, en fin todo lo que el industrial elegía para ilustrar el trabajo periodístico que contrataba.

El conocimiento básico que adquirí en la escuela al cursar durante dos semestres la materia de fotografía me permitió salir del apuro. Mencionó la palabra básico porque cuando me enfrenté a la realidad de demostrar si sabía retratar objetos, me percaté que sólo tenía elementos primarios para realizar este trabajo.

En ese momento desconocía la causa que me limitaba para complementar con imágenes el trabajo periodístico que realizaba. Tal vez el poco interés que mostré cuando cursé esta materia ahora tenía repercusiones o también podría ser que en aquellos entonces el Taller de Fotografía contaba con unas cuantas cámaras en malas condiciones que nos prestaban por un par de horas para realizar prácticas, que además eran en equipos de tres o cuatro alumnos, lo cual ocasionaba poco contacto y manejo del equipo.

Sin embargo, la práctica constante amplió mis conocimientos en este campo, pero aún recuerdo cómo el primer publi-reportaje que realicé lo entregué sin fotografías porque revelé el rollo en un laboratorio que realizaba trabajos a color y mi material era en blanco y negro, lo que ocasionó que se velara la película.

Rememoro este incidente porque significó para mí hasta cierto punto una sensación de fracaso al no cumplirse las expectativas que generé al tomar las exposiciones en el mejor ángulo, con la luz y profundidad de campo adecuados. Fue un sentimiento de frustración al no ver plasmada mi labor en el papel fotografía.

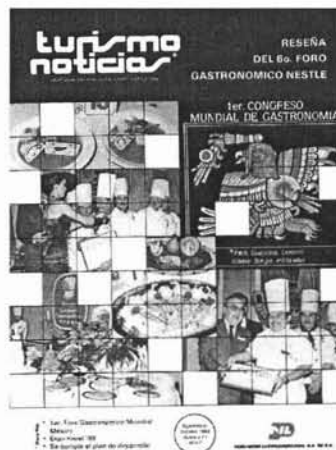
Comprendí que el desencanto que sentí al inicio de la actividad reporteril debía desecharlo o transformarlo en coraje y entrega para evitar este tipo de situaciones en lo sucesivo. Aunque, en ese momento reconocí mi condición de ser humano que me permite equivocarme y corregir mis fallas.

La empresa que me contrató no me proporcionó algún equipo de trabajo, por lo que en un principio sólo compré mi grabadora de reportero y con el primer salario que recibí adquirí mi cámara fotográfica y un curso básico para su uso.

Durante nueve meses realice publi-reportajes; tiempo necesario para familiarizarme con los términos técnicos e innovaciones tecnológicas, así como con el manejo adecuado de la cámara fotográfica.

Posteriormente, se me dio la oportunidad de formar parte del cuerpo de reporteros de información general, el cual nutría de entrevistas, artículos, notas informativas, editoriales y reportajes a las revistas especializadas, para las cuales dejé de realizar publi-reportajes.

Desde este momento, mi labor como reportero representó mayor compromiso y dedicación para realizar los temas que me indicaba mi jefe y que serían admitidos en las revistas especializadas: "Turismo-Noticias", "Constru-Noticias", "Plasti-Noticias" y "Vesti-Noticias".



Turismo Noticias publicó lo más relevante de este sector tanto a nivel nacional como internacional

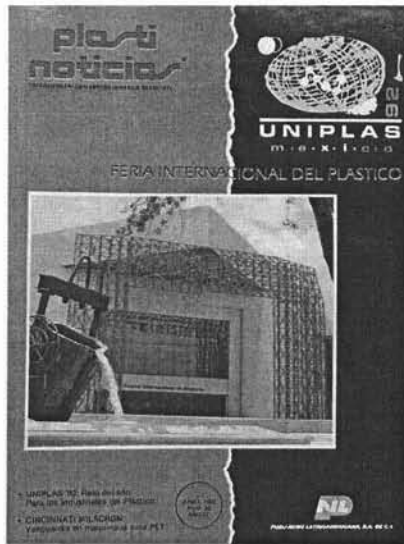
En esta edición, la revista *Plasti-Noticias* difundió nueva tecnología del modelo de plásticos por computación y la calidad de este material con presencia de la empresa BASF.



En este ejemplar de *Vesti-Noticias* el lector se informó sobre tendencias y tecnologías francesas para diseño y corte de prendas de vestir, así como de un reportaje sobre una respuesta dinámica para la industria textil y de la confección mexicana.



Plasti-Noticias incluyó en esta edición detalles de la Feria Internacional del Plástico, así como un reportaje de *Cincinnati Milacron*: vanguardia en maquinaria para PET.



El contenido de *Constru-Noticias* estaba dirigido a ingenieros civiles, arquitectos y diseñadores, así como a proveedores de este sector industrial.



Es en esta etapa laboral fue donde inició verdaderamente mi labor de reportero, porque anteriormente en la elaboración de los publi-reportajes las agencias de publicidad que contrataban las empresas me proveían de material informativo, al que sólo tenía que darle mi estilo personal de redacción.

La distribución nacional e internacional de las revistas exigían que los contenidos fueran de gran interés para los lectores. A través de representantes llegaban a su destino final: Canadá, Colombia, Perú, Argentina, Panamá, Venezuela y Japón.

Disciplina, relaciones públicas y olfato periodístico; fórmula para alcanzar nuevas metas

Ya como reportero se me asignaron temas para realizar reportajes, entrevistas y notas informativas; el trabajo perseverante y constante en busca de hechos noticiosos me permitió ampliar mis fuentes de información y tener puerta abierta para proponer diferentes tópicos que incluso fueron utilizados como temas de portada.

El olfato periodístico para ir en busca de las innovaciones tecnológicas, de los sucesos más importantes de interés a la sociedad, se afina conforme pasa el tiempo y uno adquiere mayor experiencia para hacer de estos hechos una noticia.

En esta búsqueda de hechos y acontecimientos la habilidad para hacer relaciones públicas es un elemento importante dentro de las funciones del reportero, a fin de mantenernos informados con antelación o en el preciso momento que suceden los acontecimientos.

Con dicha filosofía como estandarte mantuve una estrecha relación con responsables de prensa de diferentes embajadas, cámaras de empresarios, organizadores de exposiciones y empresas líderes de nivel mundial, así como con distintas personalidades del ámbito empresarial.

La mayor parte del contenido de las revistas era técnico y especializado en diferentes temas que ofrecían *tips* para mejorar la productividad, las exportaciones y la competitividad; además proporcionaba fechas de los foros más importantes para analizar y discutir la situación de la industria, sus retos y oportunidades.

Durante mi formación académica jamás pensé que se pudiera hacer periodismo industrial, y que éste tuviera lectores interesados en conocer ansiosamente los nuevos adelantos tecnológicos que desarrollan múltiples empresas y que se suscitan principalmente en países de primer mundo.

Esa fue mi ardua labor como reportero durante más de tres años: informar al suscriptor, anunciantes de las revistas —empresarios de la pequeña, mediana y grande empresas—, así como al público interesado en todo lo que sucedía en México y en el extranjero sobre nuevas tecnologías para el desarrollo de mejores productos y servicios, a fin de que estuvieran orientados acerca de los propósitos que la competitividad internacional ofrecía al país.

El *boom* de la entrada del Tratado de Libre Comercio estuvo presente casi en todas las ediciones de las revistas desde las prematuras negociaciones hasta su entrada en vigor en 1994, así como otros eventos socioeconómicos, incluyendo la crisis de 1994-1995.

Las actividades exportadoras manufactureras, motor de crecimiento de la economía, que en ese entonces se encontraban concentradas en un pequeño grupo de empresas maquiladoras también fueron temas para investigar y posteriormente plasmar, mediante la información obtenida, en las revistas.

De igual forma, la realización en México de ferias especializadas a finales de los 80 y principios de los 90 tuvieron un mayor impulso, fueron noticia porque en ellas participaban expositores con tecnología innovadora. Diferentes recintos fueron sede de dichos eventos, los cuales se caracterizan por sus excelentes instalaciones, servicios para visitantes y, sobre todo, porque asistía la gente más importante para hacer negocios dentro y fuera de nuestras fronteras.

La relevancia de dar difusión a estas exposiciones radicaba en que eran el mejor escaparate, en donde visitantes y expositores procedentes de todas partes del mundo tenían contacto con los nuevos adelantos industriales.

Las exposiciones más importantes en ese momento fueron: “Exhimoda”, “Transfoplast”, “Expo-Construcción”, “Expo-Minería” y “Exhintex”, las cuales se realizaban una o dos veces por año en las principales ciudades del país: Distrito Federal, Monterrey, Guadalajara y Puebla.

En fin, el contenido editorial estuvo sujeto a los acontecimientos que a diario sucedían en el mundo de la tecnología y el comercio mundial, así como a las necesidades de los empresarios tanto del país como extranjeros, quienes interesados en penetrar nuevos mercados participaban en nuestras revistas como lectores o anunciantes.

Sin lugar a dudas, la disciplina, el arduo trabajo y una visión estratégica a mediano y largo plazos integran la fórmula para alcanzar nuevas metas profesionales; fórmula que en mi caso, luego de dos años, empezó a hacer efecto: dejé el cargo de reportero para pasar a una nueva responsabilidad como editor en jefe.

Un nuevo reto: editor en jefe

Esta nueva tarea resultó un reto estimulante que requería de resistencia física y control emocional para tomar decisiones constantemente con firmeza y bajo presión, así como para incrementar relaciones de trabajo con una variedad de gente, entre los que se encontraban: anunciantes, reporteros y responsables de los talleres donde se maquilaban las revistas.

Mi labor ahora se tornaba distinta, era yo quien planeaba mensual o bimestralmente, según el caso, el contenido editorial de las publicaciones; también era distinto el horario laboral y la carga de trabajo.

Los primeros días que asumí el nuevo cargo empezó a deteriorarse mi vida personal, prácticamente no dedicaba tiempo para mí; para las cosas que me gustan hacer fuera de la oficina, como la recreación y el acondicionamiento físico; además la relación de una pareja, que demanda tiempo, también fue otro de los principales factores que hacían un tanto difícil mi labor.

Con el tiempo aprendí a organizarme y a dar prioridades, de esa fecha a la actualidad los horarios largos han sido la característica principal de este quehacer periodístico, lo cual resulta ya una costumbre que ofrece posibilidades de aprendizaje enormes.

Dos años como editor en jefe. Exposiciones, congresos, conferencias, varios viajes en el interior del país y una experiencia periodística en el extranjero, fue el resultado de la planeación, motivación personal y deseo de hacer las cosas. El propósito siempre fue el mismo: ser objetivo y oportuno en el contenido de los artículos.

Frankfort, Alemania, fue la ciudad que me acogió para cubrir la exposición más importante en el ámbito internacional en textiles para el hogar "Heim.Textil", que se realiza año con año en el centro ferial más grande y con mayor tradición del mundo la *Messe Frankfurt*.

Experiencia internacional

En esta profesión nunca se sabe cuándo vendrán los frutos del trabajo; así sin esperar nada a cambio se dieron las cosas, sin considerarlo llegó vía fax la invitación a mi nombre para cubrir este evento con todos los gastos pagados por los organizadores de la *Messe Frankfurt*.

Posteriormente la Cámara México-Alemana de Comercio e Industria (Camexa) se puso en contacto conmigo para solicitar mis datos personales y hacer las reservaciones correspondientes de transporte y hospedaje en esa ciudad europea, en la que estuve los siete días de duración de la exposición.

La Cámara me informó que los organizadores de este evento analizaron el contenido de "Vesti-Noticias" y decidieron hacer la invitación a la revista como único medio informativo mexicano que estaría en ese lugar para cubrir periodísticamente la muestra de textiles para el hogar y los eventos que en ella se realizaran; además de la participación de una delegación mexicana de empresarios, hecho relevante porque por primera vez México asistió a un evento de esta naturaleza.

Cada año la *Messe Frankfurt* invita a la "Heim-Textil" a los reporteros de todo el mundo que hayan cubierto diversas actividades comerciales de Alemania, en esa ocasión "Vesti-Noticias" fue el único medio de Latinoamérica que asistió a la exposición, de acuerdo a las palabras que me expresó la encargada de prensa del evento al tiempo de felicitarme por el contenido de la publicación, en la que yo era editor en jefe.

Si cubrir periodísticamente un suceso internacional que se desarrolla en el lugar de origen del informador representa todo un reto, realizar esta misma tarea fuera del país tiene doble mérito porque el reportero tiene que enfrentarse a diferentes obstáculos que inician con el idioma y continúan con los estilos diferentes de vida.

Así es, el poco manejo del inglés fue el principal problema al que me enfrenté; sin embargo, puedo afirmar que los conocimientos básicos que adquirí en la escuela me ayudaron a sortear las dificultades del idioma para realizar la labor periodística.

HEIMTEXTIL

International Fachmesse für Heim- und Hausbedarf
International Trade Fair for home and household textiles
Salon International des Textiles d'Aménagement et de Maison



Messe Frankfurt GmbH - Postfach 15 02 10 - D-6000 Frankfurt 1

To the
international journalists

*Carlos Tellez
Vorotki*

Messe Frankfurt GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
D-6000 Frankfurt 1
Telefon: (0 59) 75 75 - 0
Telex: 4 1555 messe d
Fernfax: 989 715 Messe ff
Telefax: (0 59) 75 75 - 64 23
Box = 21879 *

Mr./Zust. No. Schreiben vom: Mitteil. Datum: Telefon: Telefax: 75 75 - 65 09

Ladies and Gentlemen,

It is our pleasure to offer you a cordial welcome to the 1993 Heimtextil in Frankfurt am Main. With well over 2,200 exhibitors from around 55 countries, the fair is fully booked up and you are sure to be dashing from one press appointment to the next over the next few days.

Should you nevertheless be able to find a little time, we warmly invite you to a cup of tea/coffee or a soft drink in our Press Centre ('Torhaus', level 4) and to the 'Happy Hour' every evening. You will also find information material and photographs on the Heimtextil. Should you still be without a press ticket, you can also obtain one there.

Those of you who arrive on 12 January, 1993, can collect a ticket to the evening's 'Trend Soirée' at the entrance to the 'Kongresshalle' (from 6.15 p.m.).

We are looking forward to seeing you and remain,

Yours faithfully,
Heimtextil Press Team

Astrid Bujara
Astrid Bujara

Heike Meub
Heike Meub

Enclosures:
Tea/coffee voucher
Heimtextil Timer
Press dates at the Heimtextil
Happy Hour ticket

3301-0100010002



Bank für Sozialleistungen
Kto. Nr. 26 701 (BLZ 500 500 00)

Deutsche Kredit AG Pfm
Kto. Nr. 26 84008 (BLZ 500 700 10)

Heimtextil Frankfurt
Postfach 15 02 10 - D-6000 Frankfurt 1

Deutscher Bank AG Pfm
Kto. Nr. 3 600 288 (BLZ 500 500 00)

Commerzbank AG Pfm
Kto. Nr. 40 05 705 21 (BLZ 500 400 00)

Postsparkasse Pfm
Kto. Nr. 2 50 00 00 00 (BLZ 500 00 00 00)

Kongresshalle Frankfurt am Main W19 8040
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Oberbürgermeister Andreas von Schöner
Gesamtdirektion:
Erika Marlow (Vorsitzende)
Dr. Hans Dietrich
Edgar Gies

A través de esta carta los organizadores de la Messe Frankfurt me dieron la bienvenida al momento de registrarme en el hotel de esa ciudad alemana.

Compartir experiencias con reporteros de otros continentes es verdaderamente una retroalimentación, todos los días nos reuníamos durante el *happy hour*, con el propósito no sólo de comentar sobre la exposición, sino también de otros temas de interés para los medios en que colaborábamos, a fin de enriquecer el contenido de los mismos.

En este viaje pude comprobar, incluso desde que abordé el avión, que el inglés es el idioma universal y que sin importar el lugar de origen todos los asistentes al evento se comunicaban en esta lengua. Ciertamente es sorprendente constatar que los europeos, en su mayoría, dominan por lo menos dos idiomas.

Durante mi formación académica cursé hasta el 5° nivel de posesión de inglés por convicción propia, la escuela sólo exigía para completar los créditos escolares dos comprensiones, que podían ser de inglés, francés o italiano, valió la pena el esfuerzo.

Formación académica más iniciativa propia

Si bien es cierto que la universidad brinda una formación que facilita a sus egresados incorporarse al mercado laboral, también es innegable que estos conocimientos adquiridos sólo son la base del desarrollo profesional.

Lo anterior lo pude constatar personalmente desde el momento que ingresé al sector productivo; por un tiempo sentí que lo sabía todo para realizar cualquier actividad relacionada con mi profesión, pero cuando traté de describir los avances tecnológicos, mediante reportajes o notas informativas me percaté que no sabía ni por dónde iniciar mi redacción.

Ciertamente no tenía los elementos necesarios para poder interpretar un lenguaje especializado y traducirlo a un público lector que podría ser conocedor o simplemente estar interesado en el tema.

La falta del dominio de otra lengua y conocimientos técnicos para elaborar de mejor manera mis informes periodísticos, fueron los principales obstáculos que en un principio limitaron mi ejercicio profesional.

Sé que uno mismo es quien tiene que tomar la iniciativa de actualizarse, pero considero que también es responsabilidad de la institución de educación superior enfatizar al estudiante la importancia de cursar la posesión de cualquier idioma y al acreditarlo ofrecer cursos de perfeccionamiento del mismo, aunque éstos tengan algún costo, cualquier precio será barato si se aprovechan los conocimientos.

En un mundo en el que la tecnología ocupa un papel cada vez más destacado, las periodistas debemos estar preparados para intermediar entre los especialistas y el público no especializado.

Por todo ello, considero relevante la necesidad de que las universidades formadoras de los futuros profesionales de la información incluyan en sus planes y programas de estudio nuevas asignaturas; podrían ser optativas, que faciliten a sus estudiantes aprender a traducir el lenguaje de las innovaciones tecnológicas al de los medios de comunicación, a fin de que los responsables de la generación de estos adelantos difundan su trabajo a la sociedad, esto es crear materias de especialización periodística, como: divulgación de la ciencia y periodismo científico y tecnológico, entre otras.

Código de ética

Para todos es sabido que algunos reporteros reciben canonjías que ofrecen las fuentes que cubren ¿bajo qué criterios podía uno recibirlas? La norma en Publi-News Latinoamericano consistía en aceptar cualquier cosa mientras la pudieras consumir en el mismo sitio.

Es decir, podías consentir una comida, pero no una despensa alimenticia. Podías aceptar una botella de vino que acompañara la comida, pero no un galón. Además, podías agradecer el pago de transporte o entrada para tener acceso a lugares de interés.

¿Qué tanto afectaba estas dádivas la integridad del reportero? Esta pregunta realmente nadie la consideraba porque todo mundo sabía que en la práctica los directores no cumplían “al pie de la letra” este reglamento, eran ellos los más socorridos con estas cortesías, que al final de todo resultaban un agasajo para el paladar y un estímulo al trabajo realizado.

Para mí estaba más que claro que aceptar este tipo de amabilidades no comprometía mi independencia e integridad como persona y reportero. Siempre traté de conducirme de manera recta y honesta, sin utilizar mi posición en las revistas para obtener un mejor trato en materia de bienes y servicios.

Los presentes de escaso valor como plumas, llaveros, corbatas, cinturones o los regalos inesperados como pasteles de cumpleaños o arreglos de flores, boletos para alguna función de espectáculos podrían ser aceptados, aunque siempre se recomendaba evitarlo o desalentarlo en lo posible.

De la máquina de escribir a la computadora

Las nuevas tecnologías nuevamente frente a mí. Parecía que esta era la mejor bienvenida que me ofrecía mi primer trabajo. Después de nueve meses de haber ingresado a Publi-News Latinoamericana, la empresa decidió modernizarse, dejaba a un lado las máquinas de escribir por equipos de cómputo.

Una vez más se presentaba un nuevo obstáculo: no conocía el manejo adecuado de estas herramientas, siendo franco ni siquiera sabía cómo se prendían, por supuesto que las conocía y había escuchado para qué servían, pero nunca había tenido una en mis manos.

La resistencia al cambio estuvo presente hasta que descubrí todas las bondades que me ofrecían estas máquinas, hoy puedo decir que son el gran aliado como medio para realizar nuestro trabajo con mayor rapidez, diseño y limpieza.

Aprender el uso de la computadora era una decisión personal para estar al día, el futuro para esos equipos apuntaba como una necesidad real para entrar a la modernización de los medios de comunicación y poder competir en lo que se le denomina “era tecnológica”.

Decidir aprender a manejar la computadora, fue la mejor opción que tomé para “agarrar al toro por los cuernos” y hacer frente a estos avances. Actualmente este instrumento resulta por un lado, la herramienta de comunicación que conecta al reportero con la redacción del medio y por otro una fuente de información importante, mediante el Internet.

CAPÍTULO II

De reportero a candidato

Después de dejar por voluntad propia la actividad reporteril que realicé en Publi-News Latinoamericana, el futuro laboral que vislumbraba era incierto. Uno nunca sabe con precisión qué sucederá mañana. Lo único real para mí era que me encontraba sin trabajo y con esperanzas de volver hacer lo que más me gusta: reportear, a pesar de que es una actividad muy absorbente que demanda pasión, compromiso y tiempo.

Encontrar el nuevo giro laboral que me permitiera satisfacer mis aspiraciones profesionales, fue mi meta principal en ese momento. Mí futuro era incierto, nadie podía —ni yo mismo— asegurar que el día de mañana regresaría a alguna oficina de prensa, ni siquiera si encontraría trabajo en cualquier otra rama de la comunicación.

Mi posición de desempleado, formar parte de las estadísticas nacionales de la gente sin ingresos me colocó en una situación vulnerable que por un momento me hizo despreciar la actividad a la que posteriormente me dedicaría por varios años.

Pasaron semanas, incluso meses y no llegaba alguna respuesta satisfactoria a mis expectativas laborales, a pesar de que busqué insistentemente donde creí encontrarla; la desesperación y la necesidad de estar ocupado en algo que me hiciera sentir nuevamente una persona productiva me llevó a aceptar la propuesta que me hicieron mis vecinos: postularme como candidato a consejero vecinal.

Sabía que este reto me permitiría poner en práctica los conocimientos académicos adquiridos en lo que antes era la ENEP hoy FES, básicamente los de propaganda y publicidad, aunque no percibiría centavo alguno durante esta nueva actividad.

En este reporte no trato de definir el campo ni las técnicas de la propaganda y la publicidad; sí mencionaré que la propaganda influye en casi todos los rincones de la vida social. Puede ser empleada en múltiples sentidos, como relación de poder entre grupos, como forma de consenso entre las comunidades o en la venta de ideas políticas a un público determinado, entre muchas otras cosas.

Este último uso de la propaganda fue el que más me interesó para emprender la campaña electoral. Sabía que tenía los elementos y desarrollo de habilidades que me había ofrecido la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva y los podría aplicar en estas elecciones.

Analiqué la situación; los recursos económicos para la ejecución de la campaña eran limitados y esto me hacía dudar, pero a pesar de lo que implica carecer de recursos decidí registrarme como candidato a consejero ciudadano. Sabía que tenía las ideas y que podría obtener un buen resultado.

A pesar de que mis adversarios contaban con un presupuesto adecuado, yo estaba seguro que esto no garantizaría la efectividad de su campaña. Convencido de lo que refieren expertos en propaganda y publicidad, de que el factor de mayor importancia para lograr buenos resultados en una contienda política es el contenido del mensaje, presté más atención a este tópico para que fuera claro, sencillo, ordenado y que incluyera un toque de ética; es decir, que promoviera el bienestar de la sociedad, mediante la satisfacción de las necesidades de la ciudadanía.

El primer requisito para obtener la candidatura fue contar con el apoyo mínimo del cuatro por ciento de los ciudadanos empadronados en mi área vecinal (600 firmas de vecinos mayores de 18 años).

A partir de ese momento comencé a tocar puerta por puerta para recopilar las firmas. Cuando empezó mi campaña electoral aproveché la oportunidad para invitar a la persona que me otorgó su confianza a través de su rúbrica a sumarse a mi equipo.

En un principio el grupo de trabajo que conformaba mi equipo eran sólo seis vecinos que a pesar de su inquietud y ganas no tenían la menor idea de lo que vendría después de la obtención de estas firmas.

Los demás requisitos fueron: ser ciudadano del Distrito Federal con residencia en el área vecinal de la delegación correspondiente cuando menos dos años antes de la elección, no tener antecedentes penales por delito intencional alguno y no ser servidor público de confianza de la delegación correspondiente.

¿En qué consistió el proceso electoral?

Antes que todo describiré el novedoso proceso electoral local, que por primera ocasión realizamos los habitantes de la Ciudad de México para elegir a los consejeros vecinales de manera directa y secreta el 12 de noviembre de 1995.

La elección fue organizada y vigilada fundamentalmente por las personas mayores de 18 años, con la participación de partidos políticos y autoridades, a fin de consolidar la integración de un consejo de ciudadanos en cada una de las delegaciones políticas del Distrito Federal.

Los consejos de ciudadanos fueron órganos de representación vecinal y de participación ciudadana orientados a la democratización de la administración pública, los cuales iniciaron su operación en cada una de las 16 delegaciones en el mes de diciembre de 1995.

En esa primera ocasión se eligieron 365 consejeros, uno por cada área vecinal en las que está dividido el Distrito Federal, correspondiendo un mínimo de 15 a las delegaciones menos pobladas como Milpa Alta y Cuajimalpa y un máximo de 42 a las demarcaciones más pobladas como Iztapalapa.

Los consejeros vecinales, entre otras facultades, aprobaron, supervisaron y evaluaron los programas operativos anuales delegacionales. Me refiero a este hecho en pasado porque sólo tuvieron una vigencia de un año ocho meses.

En este periodo formularon propuestas para la mayoría de los servicios públicos que otorga las delegaciones, presentaron y dieron seguimiento a las denuncias contra funcionarios públicos de las demarcaciones políticas. Además, podían realizar gestiones de forma individual ante los delegados para la atención de necesidades inmediatas de su área vecinal.

Sus principales obligaciones fueron representar los intereses de los vecinos en su delegación e intervenir en la aprobación, vigilancia y evaluación del programa operativo anual.

También, presentar propuestas sobre demandas de los vecinos relacionadas con la calidad de los servicios públicos; informar de su actuación en audiencia pública en su área vecinal y participar en grupos de carácter permanente que dieron seguimiento a los asuntos de seguridad pública y protección civil, uso del suelo, educación, recreación, deporte, esparcimiento, limpia, agua potable, equipamiento urbano, gestoría y quejas.

Se les denomina áreas vecinales a un conjunto de colonias que forman parte de las delegaciones, con similitudes geográficas, históricas y culturales. Para cada una de ellas era necesario elegir un consejero ciudadano.

En estas elecciones participaron las personas mayores de 18 años residentes del DF que así lo decidieron y que además estaban inscritos en el padrón electoral y contaban con su credencial para votar con fotografía el día de las elecciones.

Planeación de la campaña

Las campañas de los candidatos a consejeros ciudadanos se desarrollaron en una demarcación de un área vecinal, por lo que como aspirante a este cargo de representación social —en coordinación con mi equipo de trabajo— diseñé una estrategia de campaña.

El planteamiento de esta acción fue conocer las condiciones sociopolíticas del entorno, trazar los objetivos, definir acciones a realizar y funciones a cumplir, dar forma a la estructura operativa de la misma, asignar responsabilidades para tener mayor certeza de resultados favorables.

La planeación fue necesaria porque permitió ordenar y organizar todo el trabajo que implica este proceso, el cual siguiendo los pasos ya mencionados resultó consistente, funcional, eficiente y profesional.

El principal objetivo fue persuadir a la población para lograr su preferencia, por lo que incluí en la campaña funciones básicas de: publicidad, propaganda, promoción del candidato y relaciones públicas.

Investigar para ganar

El convencimiento de los ciudadanos no es tarea fácil, se requiere conocer a fondo las motivaciones de cada uno de los segmentos que integran la población.

Como primer paso reconocí la necesidad de elaborar un diagnóstico a partir de las condiciones políticas, sociales y de resultados electorales en mi área vecinal que me permitiera conocer el perfil demográfico, sociopolítico y electoral del entorno donde vivo.

Para conocer y satisfacer las expectativas y necesidades de los habitantes de área vecinal, a los que dirigiría la campaña, realicé un análisis de los siguientes elementos: medio ambiente externo, incluyó situación geográfica, actividades económicas de la región, ingresos, cultura, valores, costumbres, hábitos, preferencias, creencias, situación política y religión; características de la población, tales como grupos de edad y socioeconómicos, orígenes étnicos, estilo de vida, educación y visión de la vida; y el mercado electoral, a fin de conocer su comportamiento con base en elecciones anteriores.

Parte de esta información la conseguí en la Fundación “Arturo Rosenblueth”, que días antes se publicó con el nombre de “Sistema de Información de la Ciudad de México”, la cual contenía datos sobre población por sexo y edad, actividad económica, niveles de ingreso, migración, escolaridad, vivienda y servicios básicos.

El documento incluía referencias muy completas tanto de las delegaciones políticas como de cada una de la totalidad de las colonias que integran el Distrito Federal.

La búsqueda de mayores antecedentes me permitió realizar encuestas a mis vecinos, a fin de conocer sus opiniones sobre los problemas que les afectaban directamente, así como sobre la imagen que ellos tenían de la actuación del gobierno.

Esta acción, además de facilitar la retroalimentación constante con los vecinos, me brindó la posibilidad de mejorar continuamente y a la población le permitió percatarse de que yo como candidato mostraba y tenía interés genuino de servir.

Los problemas manifestados en la encuesta fueron: desempleo, salario, seguridad, contaminación, transporte y corrupción, entre otros.

Con estos resultados obtuve un marco global del diagnóstico vecinal, lo cual me permitió conocer mejor a los potenciales votantes y una visión general de mis adversarios. Además, me facilitó plantear propuestas alternativas en cuanto a seguridad pública, protección civil, alumbrado público, limpia, agua potable, pavimento y bacheo, parques y jardines; recreación, esparcimiento, cultura y deporte; obras públicas; uso del suelo, asentamientos irregulares; servicios comunitarios; servicio social; mercados y tianguis; comerciantes ambulantes; prostitución y vialidad.

La elaboración de propuestas alternativas, sobre la problemática general y particular, se centró en plantear la necesidad de la participación ciudadana como elemento decisivo en la solución de estas problemáticas. Dicha participación fue, al mismo tiempo, el catalizador que dio vida, fuerza y acción a mi campaña.

En general, puedo afirmar que esta primera etapa me sirvió para diseñar un plan estratégico de campaña crítico, objetivo y propositivo; de contenido y no de “bla”, “bla”, “bla” o mejor dicho de mucho rollo y poca acción, como hasta la fecha continúan haciéndolo muchos partidos y funcionarios políticos.

Incluso con la información obtenida me percaté de la necesidad de hacer un diagnóstico de las condiciones en las que se encontraban los diversos niveles de organización social que fueron el soporte operativo de las campañas.

No podía hacer a un lado un análisis de las relaciones políticas que se dan en estas instancias organizativas, aunque se dijo mucho que este proceso electoral no permitía la participación de los partidos políticos, que era una elección vecinal alejada de cualquier interés partidista.

Estrategia de campaña

Luego de investigar y analizar las variables y restricciones que con toda posibilidad influirían en el proceso de campaña, diseñé la estrategia de la misma, necesaria para establecer los objetivos, orientar y conducir las acciones, a fin de lograr que se cumplieran dichas metas.

Para conformar el diseño de la campaña no sólo me limité a definir la situación del entorno y las necesidades del ciudadano, también investigué cuáles eran las fortalezas y debilidades de la oposición: nivel de competencia, imagen, índice de crecimiento y liderazgo.

Elementos de planeación para la estrategia de campaña

Resultó necesario realizar una investigación de los intereses políticos que caracterizaron a la elección, para con ello determinar los elementos a considerar en el diseño de la estrategia de campaña.

En este proceso de integración de los consejos ciudadanos, el gobierno y el partido oficial de ese momento (PRI) implementaron un operativo territorial para continuar con el control político de la región estratégica del Distrito Federal.

Fue el PRI quien aprobó por sí sólo la anticonstitucional Ley de Participación Ciudadana, limitó la actuación abierta del resto de los partidos políticos. Los requisitos permitían que éstos buscaran, apoyaran y promovieran a candidatos militantes, lo que no aprobó era que fueran presentados e hicieron campaña como candidatos de partido.

“Truco con maña” resultó esta maniobra política impuesta por el PRI para encubrir su propia crisis como partido de estado y el deterioro de su imagen; bajo estas circunstancias este partido no quiso competir abiertamente contra la oposición y enfrentar una demanda en este proceso electoral en la Ciudad de México.

La mencionada Ley de Participación Ciudadana también ignoró la presencia de una multiplicidad de organizaciones ciudadanas y civiles que mantienen una activa participación en la ciudad.

Así el gobierno y el partido oficial no sólo buscaron excluir a los partidos políticos de este proceso y desconocer la existencia de las organizaciones ciudadanas y civiles, con el propósito de no enfrentarlos en campañas. También pretendieron que las fórmulas opositoras hiciéramos campañas dispersas, desorganizadas, aisladas en cada área vecinal y sin recursos, al no contar formalmente con soportes organizativos y propagandísticos de partido o de organización ciudadana.

El principal propósito de todo ello, fue aislar a las fórmulas opositoras y, con el uso de todo un aparato estatal y delegacional, arrollarlas.

Política de los actores

La idea de describir brevemente a los principales actores que ejercieron de alguna manera presión a los que nos manejamos como candidatos independientes tiene el propósito de mostrar los tiempos políticos por los que atravesaba el Distrito Federal.

Partido Revolucionario Institucional (PRI)

La elección representó una oportunidad para ganar posiciones para estar en ventaja de cara a las elecciones de 1997 y arribar en mejores condiciones al relevo presidencial que ya desde ese entonces se dejaba oler, las elecciones del 2000.

En el año de 1995, fecha en que se realizó este proceso, el partido que en ese momento tenía el poder estaba en un abismo de credibilidad de los ciudadanos no sólo del Distrito Federal sino también de las entidades federativas.

Entre otras cosas fue notorio percibir los conflictos entre salinistas y zedillistas y la crisis económica como origen de un mal gobierno asociado con el PRI; todo ello y más obligó al Revolucionario Institucional a ocultar su participación abierta en este proceso, a fin de evitar más derrotas electorales en una región estratégica y así continuar con el control del poder en la capital del país.

El Departamento del Distrito Federal y las delegaciones políticas

En coordinación o no con el partido oficial, que en esos entonces era el PRI, los grupos de poder que por muchos años permanecieron en la administración pública del DF también promovieron candidaturas, a las que invirtieron recursos públicos del Programa de Mejoramiento Urbano y usaron a quienes fungieron como presidentes de manzana y de colonia para promover el voto.

El objetivo, de estos grupos de poder, fue mantener el control administrativo y político en las delegaciones; fueron piezas claves para la vigilancia sobre los consejos ciudadanos por la experiencia que tenían en la administración pública, el manejo de la información y sus nexos con el PRI.

Partido Acción Nacional (PAN)

Para el Partido Acción Nacional estas elecciones representaron la posibilidad de sumar un eslabón más a su cadena de triunfos electorales alcanzados en aquel tiempo. Desde entonces, este partido ya vislumbraba importantes logros como las elecciones federales de 1997, lo cual los colocaría en una mejor perspectiva político electoral para acceder al poder nacional en el año 2000.

El PAN hizo lo posible para dar a conocer abiertamente que en este proceso participó como partido, como alternativa de poder, a través de la organización "Acción vecinal", a la que se asociaba con la imagen de Clouthier.

Esta decisión tenía su propia lógica, el PAN empezaba a ganar espacios políticos, por lo que sus dirigentes consideraron no ocultar al partido y sí mostrarlo como alternativa de poder. La idea fue decirle a la población que votar por los candidatos de "Acción vecinal" representaba elegir a un candidato de Acción Nacional.

Partido de la Revolución Democrática (PRD)

Para el Partido de la Revolución Democrática este momento histórico que vivió el Distrito Federal representó la mejor oportunidad para apoyar a los candidatos contrarios al PRI y al PAN, a fin de empezar a construir la plataforma de arranque para las elecciones de jefe de gobierno del Distrito Federal que se realizaron en 1997.

Las elecciones representaron un medio para que este partido diera continuidad a la presentación de alternativa de cambio para la Nación, toda vez que ya se había consolidado plenamente como la tercera fuerza política nacional y su prioridad, para ese entonces, era lograr el mayor número de simpatizantes.

Para este partido la democracia es una de sus normas internas y su principio político fundamental, es decir su compromiso primordial es con la democracia y con el respeto a los derechos de la persona, del ciudadano y de la sociedad.

El partido es laico y plural y está fundado en el respeto a la libertad de creencias personales de sus afiliados; nadie podrá ser discriminado por razones de sexo, raza, creencias populares, estado civil, edad, condición económica social o cultural, lugar de residencia o por cualquier otra razón que afecte sus derechos civiles.

Con estas bases el PRD ofreció asesoría político electoral a todos los candidatos que comulgaban con estos principios ideológicos sin importar si estaban afiliados o no afiliados al partido; los apoyos se brindaron a través de la organización social "Movimiento Ciudadano".

Otras organizaciones

Redes y Comités de Ciudadanos fue otro de los grupos que tenía que considerarse para saber cómo actuar durante el proceso electoral. El grupo estaba conformado por 20 organizaciones, entre las que destacaban Alianza Cívica, Unión Vecinal Independiente y la Asociación Mexicana para la Defensa del Equilibrio Ecológico. No podía dejar a un lado a Fuerza Ciudadana, integrada por grupos ligados a Democracia 2000, del PRI; ni tampoco a la Coordinación Ciudadana que agrupaba a organizaciones no gubernamentales como: Presencia Ciudadana Mexicana, Asociación Nacional Cívica Femenina, Unión Nacional de Padres de Familia, Comisión Mexicana de Derechos Humanos y Centro Cívico Solidaridad.

También participamos los candidatos sin partido, que seguramente representamos un número importante de aspirantes registrados, que no estuvimos bajo el control de algún partido político ni tampoco de alguna organización alterna.

Metas de campaña

Los ejes de impulso de todo el esfuerzo que desarrollé en esta competencia fueron las metas que diseñé, como:

Derrotar al candidato oficialista apoyado por el PRI y por los grupos de poder de las delegaciones políticas y el Departamento del Distrito Federal.

- Ganar la elección.
- Ganar el voto de los abstencionistas y consolidar el voto de los simpatizantes.
- Lograr el reconocimiento oficial del triunfo, mediante la defensa del voto.
- Desarrollar una táctica de campaña para lograr las metas.

- Identificar organizaciones sociales con deseos de promover un cambio en la comunidad que estuvieran desinteresadas en participar con cualquier partido político.

- Tener representantes en todas y cada una de las mesas directivas de casilla.

Tácticas de campaña

Aquí me referiré a las actividades específicas y concretas que permitieron el desarrollo y el logro de los objetivos. La definición de las tácticas a implementar dependió de la estrategia y de las condiciones mismas de la campaña, así como de la situación política.

Para establecer esta tarea establecí seis áreas fundamentales: organización, agenda, actividades, comunicación, propaganda y finanzas.

- Organización para conformar un grupo de colaboradores comprometidos en todas las acciones que involucraron la contienda, a fin de sumarlos a determinadas tareas; es decir, una organización que me permitiera tener la estructura mínima necesaria para operar la campaña.

Esta estructura permitió la creación de un comité de campaña integrado por vecinos de diversos puntos del área vecinal y coordinado por mí mismo -porque así me lo solicitó el equipo de trabajo- fue la base mínima para promoción del voto.

Ante el aparato estatal y delegacional al que me enfrentaría resultaba indispensable la organización de la lluvia de ideas que aportaban cada una de las personas que participaron conmigo. En este momento comprendí que una campaña desorganizada y aislada resultaría débil; me correspondía principalmente su planeación, porque era la única persona que tenía conocimientos académicos sobre propaganda y publicidad, por lo que decidí

“echar rienda suelta” a todo lo aprendido en la escuela y leído en los libros para enfrentar el reto.

- Agendar las actividades planeadas en consideración de los tiempos de arranque y cierre de campaña, me permitió estar holgado de presiones y cumplir con las tareas planeadas. La programación de eventos comprendió la planeación, calendarización y ubicación de actos proselitistas que se realizaron a lo largo de la campaña.

- Actividades como visitas domiciliarias a los vecinos, diseño y rotulación de las bardas propagandísticas, elaboración de material impreso, volanteo, reuniones grupales con la comunidad, levantamiento de encuestas, voceo, búsqueda de espacios en medios de comunicación, fueron las actividades que realicé para cumplir con los objetivos señalados.

- Comunicación dirigida a los integrantes de mi área vecinal para plantear los problemas críticos del entorno y las posibles soluciones.

En las visitas domiciliarias y encuentros en la calle con el ciudadano, de acuerdo al tiempo disponible y tipo de interlocutor a convencer, resultó conveniente reducir los temas generales con el objeto de dedicarle más tiempo al convencimiento, mediante el manejo de la problemática del área vecinal, a la definición de funciones del consejero ciudadano –la mayoría las desconocían- y a las soluciones planteadas para cada problemática particular.

- Propaganda de la imagen que los ciudadanos querían o demandaban que tuviera el candidato a consejero ciudadano, quien los representaría y sería una figura para gestionar con la autoridad correspondiente problemas de la comunidad.

Las principales características que debía reunir el candidato idóneo, de acuerdo a encuestas aplicadas a vecinos, eran: honrado, honesto, respetable, y no conflictivo; responsable y trabajador; preparado y con conocimientos de los problemas de la zona; inteligente y organizado; competente para la defensa de los derechos de los ciudadanos; atento y dispuesto para atender las demandas.

Ante este perfil deseado del candidato, retomé algunos elementos para diseñarme una imagen clara que me permitiera tener contacto directo con los votantes para poder vender mejor mis propuestas y conseguir el mayor número de adeptos que se identificarán con mi ideología y así sumar más votos en el momento de la elección.

Los elementos que retomé estuvieron enfocados en la imagen de un consejero que representaría, escucharía y atendería las demandas de los vecinos; trabajé un perfil de persona comprometida con los problemas de la ciudadanía, que en su momento sabría defender sus intereses; la imagen que diseñé fue de total independencia con respecto a las autoridades de la delegación política.

Además, retomé algunas cualidades o características de personalidad de todo líder político: confianza y autodominio, seguridad en sí mismo, sentido común, visión de futuro, optimismo, sinceridad, justicia y lealtad, sencillez y humildad e identidad nacional.

Con todo ello, ofrecí la posibilidad de cambio y de búsqueda de resoluciones a las demandas de la comunidad en coordinación con la participación ciudadana, por lo que retomé la imagen de una persona crítica y propositiva; es decir, hice a un lado la imagen tan gastada de un candidato politizado o partidista.

- Las finanzas de la campaña fueron administradas por alguien que se ganó la confianza y el respeto de los que conformábamos el equipo de trabajo. Resultó fundamental para hacer mejor gasto de lo que representó la contienda.

Ejecución de campaña

Poner en práctica lo planeado tuvo con antelación meses de trabajo. La primera tarea fue recopilar 600 firmas, a fin de presentar la solicitud de candidato a consejero ciudadano, que realicé durante 15 días a partir del 1 de agosto.

La verificación de identidad y residencia de los vecinos que me otorgaron su confianza a través de sus firmas, la realizó el Comité Delegacional del 20 de agosto al 9 de septiembre. Las autoridades electorales trabajaron en lo suyo y mientras aproveché para agradecer a las personas que me otorgaron su rúbrica: a las mujeres les otorgué personalmente una rosa envuelta en papel celofán con un moño y a los hombres simplemente extendí mi mano por su confianza.

Aunque en ese momento todavía no arrancaba la campaña, sabía que este detalle me permitía estar en contacto con mis vecinos para conocer sus necesidades y opiniones del resto de las personas que competirían por el mismo cargo.

La comunicación tiene como sustento el contacto directo con la gente, en este caso yo como emisor transmití un mensaje que me permitió estar en contacto con el receptor, es decir los vecinos, quienes también me externaron sus opiniones, lo cual facilitó que se diera una retroalimentación en beneficio de ambas partes.

Posteriormente, aprobados los requisitos para participar en el proceso electoral registré mi fórmula, integrada por un propietario y un suplente, el día 26 de septiembre fue el día clave. Este último trámite dio pauta para obtener la candidatura, la cual fue publicada cuatro días más tarde, al igual que la de todos los aspirantes que reunieron los requisitos en la *Gaceta Oficial del Departamento del Distrito Federal*.

A partir de esta fecha inicié la campaña electoral que concluyó el 9 de noviembre, tres días antes de la fecha de la elección. Los casi cuarenta días de actividad propagandística los aproveché al máximo. La campaña representó para mí un compromiso que asumí conscientemente a pesar de las limitaciones, ello quedó reflejado en el *slogan*⁴ de la campaña.

Para redactar esta frase que permitiera a la ciudadanía identificarme, retomé algunos conceptos de los autores del libro “Comunicación y mercadotecnia política”, de Rafael Reyes Arce y Lourdes Munch, quienes señalan que entre otras características la estructura del *slogan* es corta y con originalidad, lo cual permite cumplir su función: tener impacto en la sociedad al ser repetido o leído constantemente.

De esta forma “le solté la rienda” a mi creatividad para plasmar en pocas palabras mi forma de pensar y actuar, así como el interés de satisfacer las necesidades y expectativas de la ciudadanía, la frase que acompañó la campaña fue: “un compromiso bien pensado”.

La falta de recursos fue el principal obstáculo al que me enfrenté, el cual logré superar con la participación comprometida de la gente que inició la conformación del equipo de campaña, a la que se sumaron, paulatinamente más adeptos; pero también paulatinamente fueron alejándose algunos otros.

Los tres mil pesos que entregó el Comité Delegacional a todos los aspirantes a consejero ciudadano para arrancar y concluir la campaña, fue el principal capital con el que conté para la realización de la contienda.

Aquí el principal objetivo fue optimizar los recursos económicos, de tal manera que resultaran suficientes para producir material impreso a dos tintas (dípticos y pósters), rotular bardas y mantas, vocear con alta voz y sobre un vehículo en las avenidas principales mensajes que caracterizaron a mi campaña,

⁴ “La eficacia del *slogan* se fundamenta en el hecho de que es más fácil recordar una frase con sentido que una o varias palabras aisladas”. Reyes Arce Rafael, Munch Lourdes, *Comunicación y mercadotecnia política*, Editorial Limusa, México 1999, p.p 70.

adquirir papelería para levantar encuestas, alquilar sillas y bocinas, e incluso comprar galletas o cualquier otro tipo de bocadillos que ofrecí a los vecinos en diferentes reuniones.

El plan para iniciar ya estaba diseñado, sólo hacía falta que los candidatos de las cinco fórmulas contrincantes lo hicieran primero; la espera de que ellos arrancaran tuvo el propósito de darme idea de qué herramientas utilizarían y a qué partidos políticos representaban o percatarme si realmente eran independientes, como todos decían serlo.

Así fue, desde el inicio me di cuenta que a mis adversarios no les harían falta recursos económicos, toda vez que fue claro percatarse de los apoyos que les brindaron los partidos políticos: tres candidatos eran militantes del PRI, uno de ellos impulsado directamente por la delegación Iztacalco; el PRD y el PAN también tuvieron un representante, respectivamente, los cuales recibieron sobre todo asesoría del instituto político al que pertenecían.

Hubo candidatos que antes de iniciar la campaña indujeron el voto a su favor con dádivas que entregaron principalmente a amas de casa. No faltó quien entregó casa por casa un libro, alguien más regaló pintura para las banquetas, ropa deportiva, gorras, balones de futbol; en fin, cualquiera podría darse cuenta que esos recursos eran provenientes de fondos ajenos a los asignados legalmente.

Una vez realizado el diagnóstico que me permitiría conocer qué partido estaba detrás de cada candidato, me dediqué a poner en práctica lo planeado: lo más importante era entablar comunicación directa con los vecinos, de tal forma que fueron ellos mismos quienes me hicieran un planteamiento de sus problemas, necesidades y posibles soluciones.

La relación con los vecinos fue personal y verbal; estrategia que me permitió reafirmar lo establecido por los viejos patriarcas del estudio de esta

disciplina al referirse que para que se dé el proceso de comunicación se precisa la existencia de emisor y receptor.

El hecho de comunicar mis propuestas de manera directa me permitía conocer en ese momento cuál era el impacto que provocaba el mismo mensaje que manejé con la población, toda vez que éste adquiere implicaciones y significados según la situación –física, emocional, cognitiva, etcétera- de quien lo recibe.

Pero, surgió una interrogante ¿cómo mantener esa retroalimentación si la mayor parte de los votantes se mostraron apáticos a este proceso? El desinterés de la comunidad por elegir a representantes vecinales, fue la principal característica de la elección, por lo que el proceso electoral se volcó más complejo.

El reto era doble porque se trataba de competir con estructuras políticas ya consolidadas y motivar a la gente para que se involucrara en el proceso electoral. En su mayoría los ciudadanos se mostraron indiferentes con el argumento de que ya sabían que estas elecciones eran lo mismo que otras: “atole con el dedo”.

No había mucho que discutir, los vecinos se daban cuenta que una vez más estas elecciones tenían tintes políticos y que seguramente su voto sería persuadido por dádivas. Este contexto me permitió hacer un exhorto a la comunidad para que hicieran de su voto “un compromiso bien pensado”.

De esta forma proponía un convenio entre ambas partes candidato-vecinos que involucrara la responsabilidad correspondiente para mejorar nuestro entorno. No hice promesas de campaña, como todos los políticos, sino una invitación a trabajar conjuntamente en pro del bienestar social.

Mientras el resto de los candidatos contrataron a amas de casa y adolescentes para entregar propaganda en establecimientos y en cada uno de los hogares, yo lo hice personalmente casa por casa al tiempo de realizar un sondeo de las distintas necesidades de cada manzana o calle. Establecer un diálogo de persona a persona facilitó que se sumaran adeptos a la campaña, principalmente jóvenes que querían el cambio.


Otro mecanismo que me permitió interactuar con la gente para conocer su opinión sobre el proceso electoral e involucrarla en el mismo, fue la colocación de buzones en farmacias, tiendas, estéticas, recauderías y cocinas económicas, entre otros establecimientos comerciales.

“Buzón del Ciudadano”, fue el nombre que asigné a este instrumento de campaña que tuvo doble objetivo: conocer las demandas de los vecinos y medir su interés de participación en las mejoras de la comunidad.

Los buzones, acompañados de cuestionarios que permitían al interesado opinar, los rotulé con el nombre y número de mi fórmula, a fin de que la gente me identificara en las boletas electorales el día de la elección.

Los cuestionarios contenían cuatro preguntas de opción múltiple y una abierta que permitía conocer más a detalle la posición de la ciudadanía respecto a su comunidad. Hubo comentarios de todo tipo, desde los interesados en sugerir mejoras al entorno hasta las que se preocuparon –con un beso en la papeleta- por la imagen que manejé como consejero ciudadano.

El “Buzón del Ciudadano” siempre estuvo acompañado de una copia de entrevista que me realizó el periódico “La Jornada”, en la cual reiteré mi compromiso con el área vecinal y ventilé la participación de partidos políticos en el proceso electoral.

Víctor Ballinas  El coordinador del Comité Central organizador de las elecciones del 12 de noviembre, Carlos Martínez Assad, informó ayer que este será el proceso electoral que contará con la mayor vigilancia ciudadana, pues en cada una de las 10 mil 227 casillas habrá 20 personas en promedio —entre funcionarios de casilla, representantes de los partidos y de los candidatos—, que en total suman 204 mil 540 personas en las casillas.

A su vez, el Vocal Ejecutivo del Instituto Federal Electoral en el Distrito Federal (IFE-DF), José Manuel Gil Padilla, informó que el próximo 27 de octubre se entregarán las listas nominales por sección y por delegación a los partidos políticos para su verificación.

Gil Padilla señaló que ya se tienen completos a los 61 mil 362 funcionarios de casilla que se requieren para el desarrollo del proceso. Estos funcionarios, que fueron seleccionados por el método de insaculación, se distribuirán en cada casilla con tres titulares y tres suplentes.

El Vocal Ejecutivo del IFE-DF informó además en conferencia de prensa conjunta con el coordinador del Comité Central que se iniciará la segunda fase de capacitación,

■ El 27 de octubre el IFE entregará las listas nominales de votantes

Habrà gran vigilancia ciudadana en la elecci3n de consejeros: Martínez Assad

que tendrá una duraci3n de tres horas una sola vez por persona.

Ante las preguntas de los reporteros sobre la seguridad del proceso electoral, Gil Padilla explicó que "no se tiene contemplado la presencia del ejército. Si habrá en cambio vigilancia de la policía, será muy discreta y no estarán ubicados junto a las mesas receptoras de votaci3n, pero sí en lugares cercanos".

Además, añadió, el día de la votaci3n —el 12 de noviembre— habrá sobrevuelos en helicópteros en la ciudad para prevenir que no ocurran conflictos durante el desarrollo del proceso electoral.

Informó también que los comités delegacionales cuentan ya con los listados de los sitios donde se ubicarán las casillas por cada área vecinal. En los mercados, centros comerciales y oficinas públicas se exhibirán

las listas de la ubicaci3n de las casillas a partir del 25 de este mes, y el día 30 por ley se publicará en la *Gaceta Oficial* y en los diarios de mayor circulaci3n.

Asimismo, señaló que esas listas se volverán a publicar en los principales diarios los días 11 y 12 de noviembre "para que los ciudadanos tengan informaci3n de sus lugares de votaci3n".

El funcionario del IFE en el Distrito Federal reiteró que "desde la semana pasada en los Talleres Gráficos de la Naci3n hay vigilancia policíaca. En cada una de sus cuatro puertas hay patrullas y un agrupamiento está dentro de las instalaciones para custodiar el material electoral que se procesa en esos talleres".

Martínez Assad, por su parte, dijo en la conferencia conjunta que "se tienen registradas mil 494 fórmulas para consejeros

ciudadanos en las 365 áreas vecinales" —en promedio cuatro candidatos por cada una—, aunque hay cinco áreas con un solo candidato, y en otros hay entre nueve y siete aspirantes.

El coordinador del Comité Central dijo que se completó ya el total de los funcionarios de casilla que se requieren para el proceso electoral. "En un principio no había participaci3n, pero ya se cubrió el porcentaje que se requiere", asentó.

Martínez Assad señaló que, en lo que se refiere a la vigilancia del proceso, "deben ser los ciudadanos quienes vigilen el proceso. Creo que esta es una elecci3n muy vigilada —agregó— y además habrá vigilancia de la policía para garantizar que no haya incidentes violentos, robo de urnas y cosas de ese tipo".

■ Funcionarios menores hacen proselitismo: Bejarano

Piden al delegado en Xochimilco no apoyar a candidatos oficiales

Candidatos a consejeros ciudadanos de Xochimilco exigieron al delegado Alfredo de la Rosa el cese de acciones proselitistas en favor de los candidatos oficiales por parte de funcionarios de esa delegaci3n.

De la Rosa se comprometió a tratar el caso pero no a destituir de sus cargos a los funcionarios, a pesar de que el dirigente del Movimiento Ciudadano, René Bejarano, señaló que es una violaci3n a los procedimientos electorales.

Los candidatos dijeron al delegado que funcionarios menores, como Francisco Godoy y Pablo Vargas, se han dado a la tarea de hacer proselitismo en favor de los "candidatos del delegado", entre ellos el candidato Pruneda y Gast3n Lara, por lo que los contendientes exigieron la destituci3n de los empleados delegacionales.

Alfredo de la Rosa negó que existan candidatos "oficiales" a los que se les otorga apoyo económico, material o político, y se comprometió a dialogar con los funcionarios, pero no a destituirlos de sus plazas.

"Quien afirma que hay candidatos que el delegado impuso se está es poniendo a descalabro importantes; porque cada quien corre el riesgo de asumir y afrontar las consecuencias de sus declaraciones", apuntó Alfredo de la Rosa. Asimismo solicitó a quienes afirman que los funcionarios han incurrido en faltas, que le entreguen evidencias para poder actuar.

La delegaci3n señaló que las disposiciones respecto a la participaci3n de empleados en el proceso "han sido determinantes para mantenerse al margen, pero también debe comprenderse que en ocasiones es difícil que se abstengan de participar porque también son ciudadanos".

Sin embargo, Bejarano, advirtió que la direcci3n del Partido Revolucionario Institucional ha tomado la elecci3n de consejeros como un foro para ganar ventaja y asegurar posiciones en los comicios de 1997 y fortalecerse para las elecciones presidenciales del año 2000.

Precisó que además de las personas que están en coordinaci3n con el PRI, existen grupos de poder dentro de la administraci3n pública del Distrito Federal que se han dedicado a promover candidaturas a costa del presupuesto del Programa de Mejoramiento Urbano. Detalló que esos "grupos de poder" también han recurrido a quienes alguna vez fueron presidentes de manzana y de colonia para mantener el control de la

base popular, así como en el campo político y administrativo de cada delegaci3n.

"Las candidaturas de estos grupos de poder son piezas clave para la vigilancia sobre los Consejos de Ciudadanos, sobre todo por la experiencia que pueden tener en la administraci3n pública, el manejo de la informaci3n y sus nexos con el partido oficial", consideró Bejarano.

Los candidatos a consejeros unificaron el reclamo de que todos reciban el mismo trato por parte de la delegaci3n y exigieron honestidad a sus contendientes.

Provenientes de los pueblos y barrios de San Gregorio, San Juan de Minas, Chalmé, Ampliaci3n Tepepan, Ampliaci3n San Marcos, Tulyehualco, San Bartol3 Chico, San Mateo Jalpa y Sant3 Cruz Acapulca, entre otros, los candidatos solicitaron a la autoridad delegacional que cubra con los compromisos contraídos, "sin preferencias y sin hacer proselitismo".

"Asimismo, sugirieron que se pospongan los recorridos de las autoridades delegacionales y las obras cuya gesti3n pudiera adjudicarse algún candidato. El delegado en Xochimilco señaló que las reuniones de evaluaci3n con los colonos se suspendieron antes de iniciar las campañas, "precisamente para evitar malos entendidos", y en cuanto a las reuniones de seguridad pública y las brigadas de bienestar social, dijo que son de suma importancia para la ciudadanía y no serán suspendidas.

Lo que sí podemos hacer, dijo el delegado, es sugerirle a los candidatos que no hagan campañas en las zonas en las que estén trabajando las brigadas, y que no asistan a las reuniones de seguridad.

Los problemas que aquejan a los barrios y pueblos de Xochimilco tienen mucho en común. De acuerdo con las peticiones de los aspirantes a consejeros ciudadanos, en la mayor parte de las comunidades faltan servicios como alumbrado público, drenaje, agua potable y pavimentaci3n, además de vigilancia. Aunque tal vez los temas que más les preocupan son los concernientes a la tenencia de la tierra, escurriaci3n, la invasi3n de predios y la regularizaci3n de terrenos, en especial los de la gente que vive a la orilla del canal.

"Le recordamos señor delegado que si usted tiene buenas intenciones de trabajar, a lo mejor sus colaboradores no, y eso afecta su imagen", dijeron a Alfredo de la Rosa los candidatos. (Miriam Posada García)



Carlos Martínez Assad y José Manuel Gil Padilla, durante la conferencia de prensa del Comité Central para la integraci3n de los Consejos Ciudadanos. Foto: Ernesto Ramírez

■ Aspirantes independientes de la Agrícola Oriental

Llamán Téllez y Jiménez a no aceptar falsas promesas

Ni las ofertas para aliarse a partidos, ni las sugerencias para retirarse de la contienda hicieron cambiar el rumbo de la campaña de la fórmula Téllez-Jiménez. "Nosotros asumimos un compromiso bien pensado con nuestra comunidad, por eso nos mantenemos como candidatos independientes, porque nos interesa concientizar a los vecinos y no comprar su voto".

Carlos Téllez y Héctor Jiménez, habitantes durante más de 30 años de la zona poniente de la colonia Agrícola Oriental, se han dedicado a establecer comunicaci3n directa con sus vecinos, "porque el acercamiento con la gente nos enriquece, conocemos más a fondo la problemática del lugar y hay un intercambio de ideas".

Además, dijeron, ir de puerta en puerta es la mejor forma de que sepan quiénes somos y que nuestra candidatura es una propuesta joven para gente joven de ideas, acciones y espíritu. "Somos ganadores desde que logramos que la gente escuche nuestra propuesta de trabajo, porque los capitalinos no quieren saber nada de procesos electorales", dijo la pareja de la fórmula 0604.

Carlos Téllez precisó que durante la recolecci3n de firmas hubo personas que de manera contundente se negaron a darle la firma, por considerar que el proceso de

elecci3n de consejeros ciudadanos es "una nueva burla del gobierno".

Aseguraron que el proceso está viciado de origen, "pero aun así es un paso para la democratizaci3n de la ciudad", por eso no hemos regalado botes de leche ni intimidamos ni condicionamos la entrega de productos básicos a cambio del voto. "El nuestro es un compromiso bien pensado"; explicamos a la gente las funciones e importancia de los consejeros, los invitamos a votar y los alentamos para que no sean apáticos".

La propuesta de Héctor y Carlos no se basa sólo en promover servicios, arreglar calles o instalar luces. Por eso han realizado estudios sobre su área vecinal para definir prioridades y conocer la problemática real, para saber cuántos desempleados hay y que opciones existen para ofrecerles o qué se puede propiciar en conjunto.

La fórmula Téllez-Jiménez propone instalar buzones del ciudadano para conocer las inquietudes y propuestas de los vecinos de la Agrícola Oriental. Y llaman a los ciudadanos a asumir un compromiso bien pensado para exigir sus derechos y terminar con las dádivas oficiales y falsas promesas de gente con intereses particulares. (Miriam Posada García.)

Las propuestas de mi campaña llamaron la atenci3n de Miriam Posada García, reportera de "La Jornada" y publicó una entrevista que me realizó conjuntamente con mi suplente

Llamán Téllez y Jiménez a no aceptar falsas promesas

Ni las ofertas para aliarse a partidos, ni las sugerencias para retirarse de la contienda hicieron cambiar el rumbo de la campaña de la fórmula Téllez-Jiménez. "Nosotros asumimos un compromiso bien pensado con nuestra comunidad, por eso nos mantenemos como candidatos independientes, porque nos interesa concientizar a los vecinos y no comprar su voto".

Carlos Téllez y Héctor Jiménez, habitantes durante más de 30 años de la zona poniente de la colonia Agrícola Oriental, se han dedicado a entablar comunicación directa con sus vecinos, "porque el acercamiento con la gente nos enriquece, conocemos más a fondo la problemática del lugar y hay un intercambio de ideas".

Además, dijeron, ir de puerta en puerta es la mejor forma de que sepan quiénes somos y que nuestra candidatura es una propuesta joven para gente joven de ideas, acciones y espíritu. "Somos ganadores desde que logramos que la gente escuche nuestra propuesta de trabajo, porque los capitalinos no quieren saber nada de procesos electorales", dijo la pareja de la fórmula 0604.

Carlos Téllez precisó que durante la recolección de firmas hubo personas que de manera contundente se negaron a darles la firma, por considerar que el proceso de

elección de consejeros ciudadanos es "una nueva burla del gobierno".

Aseguraron que el proceso está viciado de origen, "pero aun así es un paso para la democratización de la ciudad", por eso no hemos caído en las viejas prácticas partidistas, no regalamos botes de leche ni intimidamos ni condicionamos la entrega de productos básicos a cambio del voto. "El nuestro es un compromiso bien pensado"; explicamos a la gente las funciones e importancia de los consejeros, los invitamos a votar y los alentamos para que no sean apáticos".

La propuesta de Héctor y Carlos no se basa sólo en prometer servicios, arreglar calles o instalar luces. Por eso han realizado estudios sobre su área vecinal para definir prioridades y conocer la problemática real, para saber cuántos desempleados hay y que opciones existen para ofrecerles o qué se puede propiciar en conjunto.

La fórmula Téllez-Jiménez propone instalar *buzones del ciudadano* para conocer las inquietudes y propuestas de los vecinos de la Agrícola Oriental. Y llaman a los ciudadanos a asumir un compromiso bien pensado para exigir sus derechos y terminar con las dádivas oficiales y falsas promesas de gente con intereses particulares. (Miriam Posada García.)

Nota publicada por "La Jornada", destaca mi participación como candidato independiente en esta contienda electoral

"En el amor y en la guerra todo se vale", nunca había dado tanta importancia a este refrán como ahora. El hecho de que el periódico antes mencionado publicara mi entrevista dio pauta para que los vecinos especularan que atrás de mi campaña estaba algún partido político, porque argumentaban "esa nota fue pagada".

Por supuesto que la decisión de mostrar el recorte de periódico estuvo bien pensado. Aunque era arma de doble filo, representaba para mí la oportunidad de mostrar ante los vecinos: un candidato con propuestas reales que logró captar la atención de uno de los medios impresos con mayor número de lectores críticos.

El perifoneo también estuvo presente en mi campaña como una herramienta más para hacer llegar a la gente mis propuestas. Un mensaje breve y preciso acompañado de una melodía grata para los oídos, caracterizó a la comunicación que circuló durante 15 días por todo el perímetro de mi área vecinal.

Además, recurrí a Seymour Chwast -maestro del diseño gráfico nacido en 1931 en la ciudad de New York- y a mi imaginación y creatividad para llamar la atención de peatones y automovilistas que transitaban por las avenidas que albergaron parte de mi propaganda, la cual plasmé en bardas o paredes de casas o negocios.

El concepto de estos espacios fue distinto al de mis adversarios; ellos diseñaron las tradicionales bardas políticas; dieron apariencia de que se trataba de una elección para diputados e incluso para elegir al Presidente de la República. Lo cual representó para mí una oportunidad, toda vez que los futuros votantes no querían saber nada de personajes políticos confiaban en que ésta era una elección entre vecinos.

Las bardas fueron rotuladas con el número de la fórmula que representé, el slogan y un dibujo representativo de los tres principales problemas que preocupaban a la comunidad vecinal -a la fecha siguen siendo prioritarios- seguridad, educación y ecología.

Para ilustrar, lo que fueron mis promesas de campaña: “por una mejor seguridad”, “por una mejor educación” y “por una mejor ecología”, en las bardas realicé dibujos alusivos a estos tres temas.

Para plasmar el tópico de la seguridad que mejor que emplear la imagen tridimensional que diseñó Chwast para plasmar un policía que sus hombros reflejan las animadas calles de una ciudad tranquila y segura; su cuello, las banquetas por donde se pasean niños y adultos; su rostro serio y con los ojos bien abiertos está representado por un edificio.



Una de las bardas de campaña que hizo referencia a la principal demanda de los vecinos: la seguridad. En ella plasmé la imagen de un policía como símbolo de la vigilancia

La imagen tuvo gran impacto, ésta poseía gran expresividad, no sólo en las personas en edad de votar, sino también en los niños que diario transitaban frente a ella para llegar a su destino final, la escuela. “El policía está representado como símbolo de la vigilancia y también como un hombre cercano a los ciudadanos, que lleva sobre sus hombros la responsabilidad y los problemas de la vida diaria de un barrio”⁵.

La ilustración correspondiente a “por una mejor educación” estuvo representada por la mano extendida de un bebé tratando de alcanzar un dado, que en cada una de sus caras albergó una de las primeras letras del abecedario. Puño largo, dedos regordetes y cortos, con relación a la palma de la mano, y uñas que apenas se dejaban entrever fue la imagen que acompañó a la segunda promesa de campaña.

⁵ “Curso de Diseño Gráfico” Vol. VIII Los grandes maestros del diseño gráfico, pág. 17. 1991 Educar Cultural Recreativa, Santa Fe de Bogotá, Colombia.

A la frase “por una mejor ecología” la acompañé con la imagen de un tallo largo forrado con varias hojas que surgía de una maceta y que en su parte superior sostenía un “botón” medio abierto que permitía apreciar que de ahí brotaría una flor.

Fueron tres los logotipos que caracterizaron mi campaña. Con el *slogan* y los tres símbolos ya mencionados logré que la gente me identificara mejor que a mis adversarios.

Variedad de colores dieron vida a estas tres imágenes, además del especial toque de creatividad, para llamar la atención de quienes transitaban y deambularon frente al policía, la mano del bebé y la planta verde de un solo tallo y flor. Para su elaboración recurrí al arte gráfico, con el fin de lograr una representación visual del mensaje.

Con el propósito de generar en la ciudadanía una imagen de unidad, utilicé los mismos colores, tipos de letras y diseño en los materiales que llevan impresos los logotipos y *slogan* de campaña.

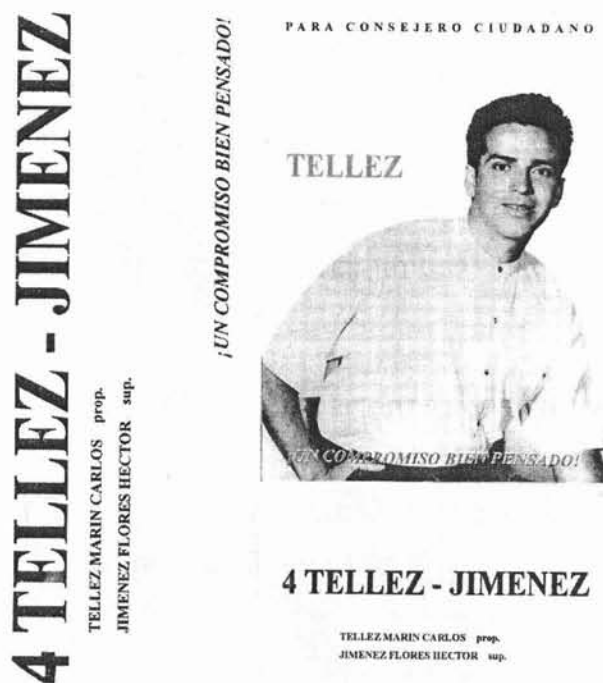
Además de las bardas propagandísticas también recurrí como ya lo mencioné a la elaboración de dípticos y pósters que incluían una fotografía mía, la cual resultó una herramienta efectiva en este proceso de comunicación, ya que me favoreció y ésta fue el punto central del material impreso.

El objetivo, mostrar al público receptor una imagen de candidato con aspecto juvenil, sencillo, sin poses ni barreras, algo diferente a lo que los otros candidatos realizaron. Para fortalecer esta imagen la vestimenta estuvo exenta de saco y corbata, así como de un rostro solemne.

El díptico fue mi folleto de presentación, mediante el cual plasmé parte de lo que serían mis propuestas de trabajo. Cuidé detalladamente su redacción y diseño, siempre con el único y principal fin de presentar una imagen del candidato positiva.

El texto que acompañó al díptico fue elaborado en términos claros, sencillos, directos y accesibles, con gran conocimiento y sensibilidad acerca de los valores y necesidades de la población; es decir un contenido enfocado totalmente a convencer a la ciudadanía.

Para armonizar con el colorido que caracterizó a las bardas y para continuar dándole ese sello de distinción a mi fórmula, el material impreso que utilicé lo imprimí en dos tintas; el impacto no se hizo esperar, el público juvenil se identificó conmigo y empezaron a sumarse al equipo de trabajo.



Díptico de campaña que utilicé para dar a conocer una imagen de un candidato a consejero joven. Al frente incluí una fotografía mía y el número de la fórmula que representaba, en el adverso reiteré la fórmula de mi campaña y el slogan de la misma.

APRECIABLES VECINOS:

Debido a las reformas políticas que se han venido realizando en el Distrito Federal para contar con una nueva forma de gobierno, se ha abierto la posibilidad real de participación de los ciudadanos.

Es tiempo de participar! Desde nuestra área vecinal demos al Distrito Federal una nueva fisonomía:

☞ Alejados de intereses partidistas.

☞ No a las ambiciones de individuos y/o grupos.

☞ Rechazo a las falsas promesas y a la demagogia.

Los ciudadanos demostraremos que podemos conformar un verdadero Consejo Vecinal, solidario, con identidad, donde el Consejero, en tanto representante, se someta al consenso de sus miembros, es decir, de todos los vecinos.

Nuestro Compromiso como consejeros ciudadanos será el de dar garantías a las demandas, exigencias y expectativas de todos los vecinos que conformamos el área 04.

Que éstas se conviertan en realidades al formar parte de los programas de gobierno, leyes y normas, pero sobre todo en acciones inmediatas para el beneficio de la comunidad vecinal. Y no en posturas de falsa modestia, de dádivas o favores de individuos que, después del proceso electoral, solo ellos ganan, menoscabando utilidades o aumentando costas de poder.

Todos queremos que la inseguridad desaparezca, pero nosotros no aceptamos que sea a través de razas ni abusos de autoridad.

Todos queremos que el vandalismo, la drogadicción y el robo desaparezcan, pero nosotros no aceptamos que sea con la represión ni el autoritarismo; sino con la existencia de oportunidades de atención y desarrollo a niños y jóvenes a través de talleres, centros recreativos y de cultura, clínicas de salud y espacios de participación artística y social.

No permitamos, apreciable vecino, que intereses ajenos atenten contra el beneficio de nuestra comunidad. Que el voto sea...

¡UN COMPROMISO BIEN PENSADO!

ATTE.

SUS VECINOS CANDIDATOS A CONSEJEROS CIUDADANOS


Carlos Téllez Marín
Propietario
Ret. 2 de Sur 12 No. 87


Héctor Jiménez Flores
Suplente
Sur 12 No. 523

Contenido del interior del díptico, mediante el cual mostré mi postura como candidato interesado en las necesidades vecinales ajeno a todo partido político.

Estas fueron mis herramientas empleadas para tratar de derrocar a cinco contrincantes, quienes además de utilizar estos mismos recursos, pero de diferente manera, llevaron a cabo en espacios públicos eventos artísticos para captar la atención de los vecinos.

Por supuesto, el candidato oficial de la delegación política hizo uso de los recursos de esta demarcación y los cortes de cabello, revisión médica y dental, así como oportunidades de empleo, entre otros estuvieron presentes de manera gratuita durante su contienda.

De igual forma, en el cierre de campaña mis adversarios “ echaron la casa por la ventana” hasta regalaron lo que no tenían; para ellos era el momento de consolidar lo realizado, por lo que no escatimarían en recursos.

Dos candidatos realizaron este acto en un salón de fiestas con cena y baile; dos más efectuaron un evento con animadores y artistas; el quinto contrincante se sumó a la fórmula de un candidato del área vecinal aledaña y realizaron un acto masivo.

La respuesta de este último magno evento era de imaginarse, fue obvia: el grupo musical los “Pasteles Verdes”, encabezó la gran fiesta, además se repartieron balones profesionales de futbol durante la celebración.

Efectivamente, la contienda representó para mí una guerra a ganar que en sus últimos días requirió sumar mayores esfuerzos para lograr lo deseado, toda vez que el interés del público en una campaña generalmente alcanza su auge hacia el final de la misma y por lo tanto se maximiza el tamaño de la audiencia en los cierres de campaña.

Mientras mis adversarios realizaban grandes eventos para concluir sus actividades propagandísticas, me di a la tarea de realizar un sondeo casa por casa para conocer la opinión de los vecinos sobre estos eventos, a los que asistieron un considerable número de “acarreados”.

“Siempre es lo mismo”, “quieren llamar la atención de cualquier forma”, “queremos algo diferente”, éstas fueron las principales expresiones de los vecinos, quienes empezaban a relacionar en ese momento a los candidatos con un partido político.

Ante esta situación, decidí no llevar a cabo algún acto masivo que se prestara para que la gente me relacionara con intereses partidistas; mi estrategia de cierre de campaña cambió y aproveché para seguir con el supuesto sondeo y conocer qué opinaban los vecinos de los candidatos.

Supuesto sondeo, porque en realidad el objetivo era hablar de la fórmula número 4, la cual representé; es decir, la intención fue que a través de un grupo de jóvenes -que se hicieron pasar como estudiantes de la carrera de Comunicación-, los vecinos conocieran más del candidato que no compró el voto con dádivas falsas y que tampoco realizó promesas inalcanzables, del candidato comprometido sólo con su área vecinal.

Con esta acción, que reforzó el trabajo realizado durante los días de campaña, concluí la ardua labor de tratar de influir en la decisión de las personas para que votaran por mi fórmula.

Defensa del voto

La tarea no concluyó con el cierre de campaña, ahora seguía lo más importante: la defensa del voto en las urnas electorales el día de las elecciones. Para llevar a cabo esta acción brindé capacitación a los integrantes de mi equipo, a fin de que participaran en las mesas receptoras de votación como representantes de mi fórmula y cuidaran que el proceso electoral se efectuara en un marco de transparencia y legalidad.

Dos representantes por candidato o partido político -quienes tuvieron facultad para recibir la votación y realizar su escrutinio y cómputo- fue el número de personas que participaron en las mesas receptoras de votación, además de algunos ciudadanos interesados en atestiguar la transparencia de las elecciones.

La capacitación que recibió mi equipo de trabajo un día antes de las votaciones fue crucial, toda vez que en este proceso se presentan viejas prácticas ya conocidas por todos los ciudadanos, como: la votación de muertos, el acarreo, la inducción del voto durante la formación y posibles disturbios en las casillas, entre otros.

El propósito de brindar asesoría a la gente que me representaría fue concientizarlos de la importancia de fungir como autoridades electorales con la responsabilidad a su cargo de: respetar y hacer respetar la libertad y efectividad del sufragio, garantizar el secreto del voto y asegurar la autenticidad del escrutinio y cómputo.

La jornada electoral culminó en la mesa receptora de la votación, por lo que resultó importante capacitar a la gente.

¿Cómo estaban conformadas y cómo operaron las mesas receptoras de la votación?

Son órganos electorales integrados por ciudadanos. Cada mesa receptora nombró a un jefe, un vocal designado y dos vocales, cada uno de estos últimos asignó también a un suplente.

Todos ellos instalaron por la mañana y clausuraron por la tarde la mesa receptora de la votación, la recepción de votos, el escrutinio y cómputo de los mismos, la integración de los expedientes de la elección.

El jefe de la mesa presidió los trabajos, veló por el cumplimiento de las disposiciones legales contenidas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) y de la Ley de Participación Ciudadana, durante la jornada electoral; además recibió del Comité Delegacional la documentación, los materiales electorales y útiles de la mesa receptora de la votación.

Fue el encargado de solicitar al elector su identificación con fotografía para votar y entregó las papeletas de votación; vigiló el orden de la mesa y sus inmediaciones, con el auxilio de la fuerza pública si esto fuese necesario; realizó conjuntamente con el vocal designado, los dos vocales y los representantes de los candidatos o partidos políticos, el escrutinio y cómputo de la elección, para posteriormente publicar los resultados de la elección y turnar oportunamente al Comité Delegacional el paquete con el expediente de la mesa receptora.

Correspondió al vocal designado levantar las actas de la mesa receptora de votación y entregar al finalizar del horario de las votaciones, copia de éstas a los representantes de candidatos y partidos políticos presentes; contó, durante la instalación de la mesa las papeletas recibidas para la elección, comprobó que el nombre del elector apareciera en la lista nominal; recibió escritos de protesta de los representantes de los candidatos y partidos políticos y firmó de recibido.

Los representantes de los partidos políticos y de los candidatos observaron y vigilaron el cumplimiento de las disposiciones legales durante el desarrollo de la elección.

En este lapso, recibieron copia legible de las actas de instalación, cierre de votación y final del escrutinio; presentaron escritos con incidentes ocurridos durante la votación, así como escritos de protesta al término del escrutinio y cómputo; acompañaron al jefe de la mesa al Comité Delegacional correspondiente, para entregar la documentación y el expediente electoral; firmaron todas las actas que se levantaron y pueden hacerlo bajo protesta con mención de la causa que lo había motivado.

Resultados de la contienda electoral

Finalmente los tres candidatos, apoyados por la delegación y por el partido oficial de ese entonces (PRI), cerraron filas a favor de la fórmula número 1, quien obtuvo el mayor número de votos.

Efectivamente, las irregularidades no estuvieron exentas de la contienda; anomalías que por supuesto, quedaron registradas para posteriormente apelar ante el Comité Delegacional y ante las autoridades que no supieron dar respuesta a las demandas de tres fórmulas que con “los pelos en la mano” nos presentamos para impugnar los hechos.

Con una diferencia mínima de votos, la fórmula que representé fue la que estuvo más cercana de la ganadora; un segundo lugar demostró que una campaña propagandística bien pensada arroja mejores resultados que las prácticas tradicionales tan desgastadas para persuadir el voto.

COMISION DE REPRESENTANTES DE LOS CONSEJOS DE CIUDADANOS

MESA RECEPTORA DE LA VOTACION RESULTADOS

DISTRITO FEDERAL	AREA VECINAL (CON NUMERO) <u>06-07</u>	MESA RECEPTORA DE LA
DELEGACION <u>TETACALCO</u>	SECCION (CON NUMERO) <u>1803</u>	NUMERO: <u>186</u>
		TIPO: <u>R</u>

VOTOS OBTENIDOS		
FORMULA	(CON NUMERO)	(CON LETRA)
1a	12	DIEZ Y DOS
2a	10	DIEZ
3a	26	VEINTESIS
4a	7	SEIS
5a		
6a		
7a		
8a		
9a		
10a		
11a		
12a		
13a		
14a		
15a		
16a		
17a		
18a		
19a		
20a		
21a		
22a		
23a		
24a		
25a		
26a		
27a		
28a		
29a		
30a		
31a		
32a		
33a		
34a		
35a		
36a		
37a		
38a		
39a		
40a		
41a		
42a		
43a		
44a		
45a		
46a		
47a		
48a		
49a		
50a		
51a		
52a		
53a		
54a		
55a		
56a		
57a		
58a		
59a		
60a		
61a		
62a		
63a		
64a		
65a		
66a		
67a		
68a		
69a		
70a		
71a		
72a		
73a		
74a		
75a		
76a		
77a		
78a		
79a		
80a		
81a		
82a		
83a		
84a		
85a		
86a		
87a		
88a		
89a		
90a		
91a		
92a		
93a		
94a		
95a		
96a		
97a		
98a		
99a		
100a		

MESA RECEPTORA DE LA VOTACION

JEFE DE MESA BRISATO ESCOBAR

PRIMER VOCAL ALFARO MARTINEZ PINALES

SEGUNDO VOCAL GARCIA ELIAS HILANDI

REPRESENTANTES DE LOS PARTIDOS POLITICOS ANTE MESA RECEPTORA DE LA VOTACION

PARTIDO	NOMBRE	FIRMA	NOMBRE
	<u>GONZALEZ CARLOS</u>	<u>[Firma]</u>	<u>PREVEDO ALBERTO</u>
	<u>GONZALEZ CARLOS</u>	<u>[Firma]</u>	<u>VATORALDO</u>

REPRESENTANTES DE CANDIDATOS ANTE MESA RECEPTORA DE LA VOTACION

DELEGACION	(CON NUMERO) <u>06-04</u>	NUMERO: <u>18</u>
<u>TETACALCO</u>	SECCION (CON NUMERO) <u>1863</u>	TIPO: <u>C</u>

VOTOS OBTENIDOS		
FORMULA	(CON NUMERO)	(CON LETRA)
1a	10	DIEZ
2a	10	DIEZ Y CINCO
3a	20	VEINTE
4a	01	UNO
5a		
6a		
7a		
8a		
9a		
10a		
11a		
12a		
13a		
14a		
15a		
16a		
17a		
18a		
19a		
20a		
21a		
22a		
23a		
24a		
25a		
26a		
27a		
28a		
29a		
30a		
31a		
32a		
33a		
34a		
35a		
36a		
37a		
38a		
39a		
40a		
41a		
42a		
43a		
44a		
45a		
46a		
47a		
48a		
49a		
50a		
51a		
52a		
53a		
54a		
55a		
56a		
57a		
58a		
59a		
60a		
61a		
62a		
63a		
64a		
65a		
66a		
67a		
68a		
69a		
70a		
71a		
72a		
73a		
74a		
75a		
76a		
77a		
78a		
79a		
80a		
81a		
82a		
83a		
84a		
85a		
86a		
87a		
88a		
89a		
90a		
91a		
92a		
93a		
94a		
95a		
96a		
97a		
98a		
99a		
100a		

MESA RECEPTORA DE LA VOTACION

JEFE DE MESA JARA CASTILLO

PRIMER VOCAL HERNANDEZ LUIS

SEGUNDO VOCAL HERNANDEZ NGILIN GUADALUPE

REPRESENTANTES DE LOS PARTIDOS POLITICOS ANTE MESA RECEPTORA DE LA VOTACION

PARTIDO	NOMBRE	FIRMA	NOMBRE
	<u>[Firma]</u>	<u>[Firma]</u>	<u>[Firma]</u>
	<u>[Firma]</u>	<u>[Firma]</u>	<u>[Firma]</u>

REPRESENTANTES DE CANDIDATOS ANTE MESA RECEPTORA DE LA VOTACION

En estas actas se aprecia los resultados de dos de las casillas del área vecinal por la que contendí. La fórmula 1 fue la que en total tuvo más votos, seguida por la fórmula 4, la cual representé



JEFATURA DEL DEPARTAMENTO
DEL DISTRITO FEDERAL
MÉXICO

**CARLOS TELLEZ MARIN
PRESENTE**

Estimado amigo:

Ahora que el proceso de integración de los Consejos de Ciudadanos ha llegado a la fase de entrega de los Certificados de Elección, quiero hacer un reconocimiento a su valiosa participación en este nuevo paso en la búsqueda de mejores formas de representación ciudadana, que coadyuven a solucionar los problemas que afectan la vida cotidiana de los capitalinos.

El perfeccionamiento de la democracia es compromiso de todos los actores sociales. Por ello, su participación y la de más de un millón de ciudadanos que apoyaron con sus votos a los candidatos que compitieron en esta elección, nos obliga a todos en el empeño común de alcanzar condiciones de vida más dignas para sus habitantes.

La tarea de encontrar las soluciones que mejor respondan a las demandas más sentidas de la población no admite dilación y requiere del compromiso solidario de cada uno. En la consecución de este objetivo todos tenemos cabida y no existe contribución pequeña. Por eso, estoy seguro que su vocación de servicio y conocimiento de la problemática que aqueja a su área vecinal, serán de gran ayuda en la realización de estos propósitos.

Cordialmente


Lic. Oscar Espinosa Villarreal

El entonces regente del Distrito Federal, Oscar Espinosa Villarreal, reconoció mi labor en esta contienda a través de esta carta que me dirigió días después de conocer los resultados.

CAPÍTULO III

Incursión en Comunicación Social de la Secretaría de Educación Pública

Un poco de historia de la SEP

A principios del siglo XVIII comenzaron a llegar a México ideas liberales gestadas en Europa, que cimentaron las bases de la historia moderna de la educación.

En los años de 1821 a 1836 por primera vez un ministerio se encargó de la educación pública, fue la Secretaría de Estado y del Despacho de Relaciones Exteriores e Interiores, a éste le siguió el Ministerio del Interior, que además del ramo de Instrucción Pública se encargaba de los negocios eclesiásticos y de justicia.

Con el triunfo del proyecto liberal de 1867, el gobierno de Benito Juárez estructura la Secretaría de Estado y del Despacho de Justicia e Instrucción Pública y siguiendo el espíritu de las Leyes de Reforma le otorga a la enseñanza pública el carácter de laica, gratuita y obligatoria. Con este nombre aunque (redefiniendo) constantemente sus funciones y actividades, el ministerio se ocupó de la educación en México hasta el año de 1905.

En el régimen porfirista se crea la Secretaría de Instrucción Pública y Bellas Artes y fue la primera dependencia que tuvo la única responsabilidad de atender la educación de los mexicanos, desligada del ramo de justicia o de cualquier otro.

Con los cambios gestados mediante el proceso revolucionario, se plantea la creación de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y es el 25 de septiembre de 1921 cuando surge y cuatro días después aparece publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el decreto correspondiente. El 12 de octubre del mismo año José Vasconcelos asume la titularidad de la naciente dependencia.

"...Hace un año se creó esta dependencia, sus funciones: impartir las primeras letras y los conocimientos básicos, así como difundir la cultura nacional e internacional entre todos los mexicanos..." dijo José Vasconcelos en su discurso inaugural.

En 1922 se creó el reglamento de la SEP, en el cual se contempla la formación de un departamento de prensa cuyo principal objetivo es producir la información que se solicite tanto del país como del extranjero en materia de educación.

Con el transcurso de los años y de acuerdo a las necesidades de la Secretaría para difundir objetivos y acciones concernientes a la educación, dicho departamento evolucionó en función de sus propias necesidades. En 1938 se le denominó sección de Información Periodística del Departamento de Publicidad.

Es en 1994 cuando dicho departamento toma el nombre de Unidad de Comunicación Social, su principal objetivo era conducir los sistemas de información y difusión de las actividades de la SEP, con el fin de difundir en la sociedad los avances alcanzados en el sector.

La función de la Unidad de Comunicación Social es informar a la opinión pública y a los medios de comunicación acerca de los asuntos que son de competencia de la SEP, así como difundir los objetivos, programas y acciones de la dependencia y organizar reuniones conferencias, exposiciones, seminarios y otros actos que contribuyan al mejor desempeño de sus atribuciones y tareas.

También compete a este departamento la evaluación de la información difundida en los medios de comunicación referentes al sector educativo y su reflejo en la calidad de la imagen pública de la dependencia. Coordinar la prestación de los servicios de orientación e información al público de la secretaría, con énfasis en aquellos que redundan en el mejoramiento de la cobertura y la calidad de los servicios.

Además, debe promover la coordinación y apoyar las actividades de comunicación social de los órganos y entidades del sector educativo nacional, así como compilar y distribuir entre los servidores públicos de la Secretaría la información publicada y difundida en los medios de comunicación.

Aunado a todo ello, diseña y produce materiales informativos y de difusión para radio, televisión y medios impresos, y gestiona, regula y promueve la transmisión en medios electrónicos de materiales informativos y de difusión de la SEP.

Comunicación Social de la SEP

Llegar a la Secretaría de Educación Pública y permanecer ahí durante seis años no fue nada fácil, tuvo sus vaivenes. Pero también resultó difícil decirle adiós a esta institución que me permitió ampliar y adquirir experiencia en el área que me formé.

Uno nunca sabe en qué momento los conocimientos adquiridos nos sacarán de apuros, lo cierto es que en mi primera entrevista me preguntaron que si había laborado en el sector gubernamental, mi respuesta fue negativa, pero argumenté que mi Servicio Social lo había realizado en el Departamento de Presa para los Estados, en la que en ese entonces era la Secretaría de Programación y Presupuesto.

Este argumento interesó al entrevistador para continuar con la sesión de preguntas y respuestas: “¿realizabas análisis de contenido? ¿presentabas informe mensual?”. A todo respondí que sí y luego de un breve silencio me dijo “en este momento las vacantes para reportero y analista de información están ocupadas, pero tengo algo para ti, nos hablamos la próxima semana”.

Mi percepción fue que a quien me entrevistó no le interesaba mi perfil profesional, porque durante los 10 minutos que duró nuestra charla se mostró inquieto, con la mente en otra parte, contestó el teléfono como en cinco ocasiones, su secretaria lo interrumpió un par de veces, en fin parecía que no tenía el tiempo para atender mi solicitud de empleo.

A pesar de como se dieron las cosas en esa primera entrevista insistí a la semana siguiente, como lo acordamos. Las cosas se repitieron casi de la misma forma, nada más que ahora por teléfono: después de siete intentos para comunicarme con él tomó la llamada y me dijo "no tengo nada para ti, pero llámame la próxima semana, tengo que colgar porque tengo otra llamada".

Esta situación se repitió durante dos meses, -en este lapso colaboraba para el órgano informativo del World Trade Center, Ciudad de México. Semana tras semana llamaba un tanto desmotivado porque nunca había una explicación o una respuesta definitiva, siempre fue difícil comunicarme y cuando lo conseguía en menos de 30 segundos la respuesta se repetía, "hablamos la próxima semana".

"El que persevera alcanza", reza el refrán y a mí me hizo justicia este dicho tan conocido, un buen día a las 22:00 horas me llamaron y me dijeron que me presentara al día siguiente a las 6:00 horas en el Departamento de Monitorio que ahí me aplicarían un examen de conocimientos.

En ese momento no visualicé la oportunidad que se presentaba, sólo traté de dormir relajado porque tendría que madrugar al día siguiente a las 5:00 de la mañana. Llegué puntual a mi cita, me aplicaron un examen de redacción y luego de revisarlo me dijeron que estaría a prueba.

Después de dos entrevistas estuve 15 días a prueba en el Departamento de Monitoreo. En este mismo lapso también desfilaron otros seis colegas que querían ocupar el puesto vacante de Jefe de Departamento de Monitoreo, afortunadamente fui yo quien corrió con mayor suerte.

Durante los días que estuve a prueba me percaté que la batalla por la vacante sería dura. Hubo quienes lo intentaron cuatro días, después les daban las gracias y diplomáticamente les decían que no reunían los requisitos. En algún momento pensé que esta mala noticia también la recibiría; sin embargo, toda mi atención estaba puesta en ocupar la plaza.

Luego de las dos semanas llegó el contrato y el comentario de parte de quien sería mi primer jefe en esta institución: “lo importante no es llegar, sino mantenerte, espero que dueres lo suficiente y para eso tienes que echarle todas las ganas del mundo porque cualquier error por mínimo que éste sea, te vas”.

No sabía cómo interpretar esta explicación, si como felicitación o como advertencia. Más tarde lograría entender que la responsabilidad asumida era de vital importancia, toda vez que mantenía informada a la directora general de Comunicación Social de manera oportuna sobre el manejo informativo que los medios electrónicos daban al sector educativo.

Monitoreo de la noticia

Efectivamente, mi labor diaria consistía en vigilar las transmisiones de noticiarios de radio y televisión, con el propósito de mantener informados a funcionarios de la SEP acerca de los asuntos relacionados con el sector educativo, así como de lo más sobresaliente en el ámbito político-social del país.

Mi horario de trabajo era corrido, de las 6:00 a las 15:00 horas, en ocasiones se extendía de acuerdo al panorama informativo que manejaban los medios electrónicos; en ese lapso era el responsable de elaborar, editar y distribuir avances y síntesis de la información captada para distribuirla a las diversas áreas de la Secretaría.

Este seguimiento noticioso permite conocer el manejo informativo que realizan los noticiarios de radio y televisión sobre la información emitida por la SEP a través de boletines, conferencias de prensa, seminarios, entrevistas y otros actos institucionales; además de verificar su oportuna difusión en los medios electrónicos.

También monitoreaba las reacciones y opiniones —positivas o negativas— que vertían a los medios de comunicación, especialistas, organizaciones, funcionarios e instituciones sobre el quehacer o los sucesos educativos, lo cual facilitaba conocer al momento la opinión pública de los diferentes sectores que integran la sociedad.

Un ejemplo claro de ello son las tradicionales marchas de maestros de todo el país que se realizan año con año en el mes de mayo en la Ciudad de México, con el propósito de demandar incremento salarial y mejores prestaciones laborales. Durante estas movilizaciones los medios de comunicación están pendientes de los mentores desde que llegan hasta el momento en que se regresan a su lugar de origen.

En el lapso que pernotan los docentes en el Distrito Federal participan en las negociaciones diferentes instancias gubernamentales, mismas que dan a conocer su posición a la prensa. Los noticiarios de radio son quienes informan, casi en el momento de los hechos, los pronunciamientos de los funcionarios y docentes.

De aquí la importancia de monitorear, toda vez que permitía a los responsables de cuidar la imagen de la SEP estar informados, así como a los funcionarios que conducen las políticas educativas, a fin de que conjuntamente realizaran estrategias que permitieran aclarar y corregir las falsas ideas de que la SEP rechazaba un aumento salarial para los maestros de México.

Al momento de que algún noticiario mencionara algún hecho o comentario en contra del sector educativo, mi labor era avisar de manera personal, por teléfono o por radio localizador a la titular de Comunicación Social de lo mencionado. Detallando el nombre del noticiario, conductor y/o reportero, así como la hora en la que el comentario estuvo al aire, además de un análisis del tono en que se manejó dicha información.

Posteriormente, procedía a realizar la versión estenográfica (transcripción textual del comentario, nota informativa, entrevista o reportaje), la cual se repartía a los directores y subdirectores de información y difusión, quienes realizaban el análisis de contenido de la misma para posteriormente planear en coordinación con la titular del área la estrategia a seguir que les permitiera contrarrestar la información negativa dada a conocer.

La oportunidad de enterar a la responsable de Comunicación Social del tratamiento periodístico que los medios electrónicos daban a un hecho del sector educativo permitía la petición del derecho de réplica en el mismo noticiario para explicar de mejor manera los acontecimientos.

Pero no sólo me encargué de monitorear las notas "golpeadoras", también realicé el mismo procedimiento para toda aquella información relacionada con el sector educativo nacional y lo más sobresaliente del ámbito político, económico y social del país.

Mi trabajo no concluía al entregar la versión estenográfica, al término del horario de los noticiarios concentraba esta información en un banco de datos para su fácil y rápida consulta; asimismo, realizaba un concentrado de audio o video para tener la evidencia y usarla en el momento indicado.

Reportero de la SEP

Luego de un año de monitorear en radio y televisión el material informativo sobre el quehacer y deber de la SEP, llegó la propuesta de cambiar de área dentro de la misma Dirección General de Comunicación Social.

La oferta laboral consistió principalmente en elaborar comunicados de prensa sobre los asuntos de competencia de la Secretaría, para lo cual atendí las reuniones de trabajo, ceremonias y actos especiales que realizó no sólo la dependencia, sino también los órganos y entidades del sector educativo.



El entonces Secretario de Educación Pública, Miguel Limón Rojas, me saluda frente a reporteros de la fuente educativa, luego de una conferencia de prensa.

Este cambio de área me permitió regresar a la actividad reporteril, sólo que ahora en el sector gubernamental, lo que representó dar un tratamiento especial a la información recabada para elaborar boletines de prensa. De tal forma que permitiera informar de manera breve y clara a los reporteros de la fuente educativa sobre el acontecer del sector responsable de impartir educación a millones de mexicanos que cursan preescolar, primaria, secundaria, bachillerato, licenciatura o algún posgrado.

La redacción de los boletines de prensa era concisa e incluía cabeza de la nota y dos balazos; su extensión no rebasaba las dos cuartillas y media, y siempre se acompañaba de fotografías y su correspondiente pie de foto.

Ahora los consumidores de mi trabajo serían los representantes de los medios de comunicación, quienes a su vez retomarían los comunicados de prensa para mantener informada a la sociedad sobre los objetivos, programas y acciones emprendidas por la SEP.



En este momento asisto la petición de representantes de medios de comunicación: entrevistar al entonces Subsecretario de Planeación y Coordinación de la SEP, Carlos Mancera Corcuera.

La información que contenían los boletines de prensa, reportajes y artículos de fondo que realicé en mi nuevo puesto como Jefe del Departamento de Información, la recabé en giras de trabajo entrevistas, conferencias de prensa del Secretario y servidores públicos de mandos superiores de la dependencia, y mediante investigación documental.

También realicé versiones estenográficas; es decir, la transcripción de discursos, conferencias y entrevistas de funcionarios, para entregarla posteriormente con oportunidad a los reporteros, a fin de agilizar y facilitar su labor periodística.

El material informativo que redacté era supervisado por la Dirección de Información, para posteriormente transmitirlo por el Sistema Inmediato de Comunicación de Notimex y distribuirlo a través del fax a los diversos medios de comunicación de la Ciudad de México y a los representantes de la Secretaría en los estados de la República, con el propósito de garantizar la mayor cobertura posible.



En la administración del gobierno federal pasada, también asistí al Subsecretario de Educación Superior e Investigación Científica, Daniel Reséndiz Núñez, ante representantes de los medios de comunicación

En esta labor de atender las solicitudes de los reporteros relativas a información generada por la Dependencia, participábamos una cadena de personas coordinadamente y que iban desde el reportero y fotógrafo, -quienes éramos los responsables de la información documental y gráfica, respectivamente- hasta los choferes que distribuyen estos materiales en cada una de las oficinas de periódicos, radiodifusoras y estaciones de televisión ubicadas en el Distrito Federal.

Por supuesto que corresponde al Director de Información organizar, coordinar y supervisar la elaboración y distribución de los comunicados de prensa, al tiempo de promover y estrechar las relaciones con funcionarios, articulistas, editorialistas y columnistas de los distintos medios de comunicación, así como con los diferentes grupos y asociaciones de periodistas.

La prontitud en la entrega de los boletines de prensa a representantes de medios de comunicación fue una característica principal que consideraba al elaborarlos, toda vez que si estos materiales se entregaban a los diarios después de las 15:00 horas, difícilmente consideraban un espacio en sus secciones.

Si por alguna circunstancia un reportero de radio no asistía a los actos convocados por la SEP o llegaba con retraso, mi función también consistió en pasarle audio de las palabras del funcionario, a fin de que tuviera la evidencia del evento y transmitiera su nota informativa.

Describir la labor que realicé en esta área me resulta difícil, porque no sólo traté de tener a tiempo el comunicado de prensa, sino también de resolver los múltiples problemas a los que se enfrenta un reportero para realizar su trabajo sin importar el lugar o ciudad donde se encuentre.

Mencionó lo anterior porque una gira de trabajo representaba viajar con un día de anticipación a la comunidad donde se efectuaría el hecho noticioso, con el propósito de supervisar los tiempos de recorrido que realizaría el funcionario, conocer la situación política del estado, ciudad o municipio y ubicar el sitio desde donde se enviaría la información.

No hay un manual de giras de trabajo que explique cuáles son los pasos que deben seguirse, pero lo que sí resultó un requisito fue: ir al aeropuerto a la hora de llegada del funcionario para asegurar que no lo entrevistaran reporteros de la entidad, caminar con discreción lo más cerca posible de él durante el recorrido que realizaba, a fin de estar listos con grabadora en mano por si fuera entrevistado "chacaleado" y enviar lo más pronto posible el boletín de prensa.

En ocasiones, en el lugar donde se llevó a cabo el acto, establecí relaciones públicas con los reporteros para coordinar y promover una rueda de prensa que permitiera al funcionario explicar con más precisión el motivo principal de su visita y acercarlo con los representantes de los medios de comunicación y propiciar una relación cordial.

Cuando las giras de trabajo del titular de la SEP eran de más de dos días, mi actividad comenzaba a las 5:30 de la mañana frente a un fax en espera de recibir por este aparato electrónico la carpeta de recortes de las notas informativas más destacadas del día de los diarios de circulación nacional, que realiza el departamento de Síntesis Informativa (Comunicación Social, de la misma dependencia).

Paralelamente a esta actividad, también de madrugada adquirí los principales periódicos de la entidad en la que me encontraba para, de igual forma, elaborar una carpeta del acontecer periodístico seccionada por temas: presidencia, educación y tópicos en general.

Ambas carpetas informativas las hice llegar a más tardar a las 6:00 horas a la habitación del funcionario, con el propósito de que a la hora del desayuno leyera este material, a fin de que estuviera informado del acontecer estatal, nacional e internacional.

En ocasiones especiales, cuando los medios de comunicación buscan la declaración o comentarios de los funcionarios y esto podría comprometerlo, mi labor no sólo consistió en enterar al representante de la SEP del posible tema de interés de los reporteros, sino que además le informé de la ruta, accesos o salidas que deberían seguir para no enfrentarse a las cámaras de televisión, micrófonos y grabadoras.

En situaciones políticas difíciles entre la SEP y autoridades de diferentes órganos de gobierno me hice pasar como reportero de algún medio informativo, en conferencias de prensa, para saber la postura que tomaría la contraparte ante tal o cuál problemática, y justo en ese preciso momento informarle telefónicamente al Director General de Comunicación Social, quien a su vez comentaba los hechos al titular de la SEP para que este último orientara de mejor manera su estrategia política ante el conflicto.

Lograr el acceso a estos actos implicó el riesgo de ser descubierto ante la prensa y que este incidente apareciera publicado o comentado en los medios de comunicación, de tal manera que se hiciera creer a la opinión pública que la SEP fomentaba el espionaje político.

Hay quienes comentan “un reportero sin suerte, no es reportero” y en mi caso puedo decir que la suerte me acompañó, porque no fui descubierto ante estas situaciones que pusieron en peligro no sólo mi integridad física, sino además la imagen de la institución responsable de impartir educación en México.

Considero que la suerte está de nuestro lado cuando las cosas se hacen con voluntad y audacia, es decir cuando uno la busca. A veces conseguir determinada información requiere de valentía y coraje, sin que esto signifique que el miedo no esté presente. Admito que a pesar de la aparente seguridad que demostré en estos actos, siempre estuve nervioso de ser reconocido.

También me hice pasar por profesor de educación básica en marchas de maestros, como padre de familia en manifestaciones de inconformes al examen único de admisión al bachillerato de la zona metropolitana; como docente universitario en plantones de sindicatos universitarios, a fin de tener información de primera mano para determinar los planes de comunicación que realizó la SEP en su momento.



En las tradicionales marchas magisteriales, que cada año realizan maestros de todo el país en demanda de incremento salarial, me hice pasar como reportero de algún medio informativo, a fin de tener información de primera mano

En mi paso por esta Secretaría, también acompañé a funcionarios a noticiarios de radio y televisión, donde fueron entrevistados sobre determinado tema. En el caso de la televisión, mi labor consistió en cuidar siempre y a cada momento la imagen pública de los titulares del ramo, mediante señales –atrás de cámara- les daba indicaciones: hablar más pausado y claro, no llevarse las manos a la cara, tomar una postura recta, entre otros detalles.

En materia de contenido informativo le pasaba tarjetas al funcionario con datos precisos y exactos del tema que abordaba; a pesar de que ya lo sabían, no resultó de más reiterarles que ante una pregunta comprometedor, lo mejor era responder con habilidad –aunque no se aclarara la pregunta- y cambiar el tema de tal forma que el entrevistado se interesará más por la segunda parte del comentario del funcionario y abundará más sobre esto.

Acompañar a los funcionarios durante entrevistas con medios de comunicación, les permitía tener mayor confianza, pues les informaba cuál era el principal objetivo de la plática y de la relación que se tenía con el medio.

Participé también en campañas de difusión de los libros de texto gratuitos para educación básica y en la promoción de las universidades tecnológicas. El propósito, informar que en cada ciclo escolar los libros estarían en los pupitres de los niños del país desde el primer día de clases, y que los jóvenes interesados en cursar estudios intensivos de educación superior, podrían hacerlo en estas nuevas casas de estudio con la garantía de que al término de sus estudios encontrarían trabajo en un lapso no mayor de tres a seis meses en el área de su conocimiento, respectivamente.



En gira de trabajo por el estado de Coahuila con el Secretario de Educación Pública, Reyes Tamez Guerra, también coordiné “chacaleos” con reporteros de la entidad

La Internet y las oficinas de prensa

El uso de esta herramienta electrónica permitió la entrega de mis boletines con oportunidad cuando me encontraba de gira de trabajo en cualquier punto de la República Mexicana y la conexión directa con la oficina de prensa de la SEP.

En cuestión de segundos, a veces minutos, la información periodística que envié a través de mi correo electrónico la recibió la Dirección General de Comunicación Social, para revisar el contenido, aplicarle correcciones y posteriormente repartir el comunicado a los medios de comunicación.

A mi llegada como reportero a la Dirección de Información la oficina no contaba con Internet, realmente se dificultaba el envío de la información, de tal manera que ésta en ocasiones no llegaba en el momento propicio para ser distribuida a los reporteros de la fuente.

Recuerdo que en las giras de trabajo la forma de enviar el boletín de prensa era mediante el fax, el material fotográfico se mandaba a través de la línea aérea que tuviera el vuelo más próximo a la Ciudad de México; al aeropuerto del Distrito Federal llegaba un trabajador de la SEP para recoger los rollos fotográficos y

posteriormente revelarlos manualmente, lo cual se llevaba hasta más de medio día y difícilmente los medios publicaban alguna de estas fotografías.

El desarrollo de la red de redes en apenas una década, permitió que la labor periodística que realicé en las giras de trabajo estuviera en la oficina central en tan sólo unos minutos después de consumarse el hecho noticioso, a pesar de que aún existen poblaciones o ciudades del país donde este medio electrónico es prácticamente inexistente o representa un privilegio para algunos grupos de personas de la región.

Lo primero que quería saber al llegar al lugar en donde se realizaría el evento era si tendríamos una computadora con acceso a Internet, porque de lo contrario debería buscar el sitio más próximo que contara con este adelanto de la información, para programar mis tiempos y asegurar que el boletín que redactaría llegara a su destino en tiempo y forma, con sus respectivas fotografías de los hechos.

Siempre trabajé en equipo con los diferentes fotógrafos que me asignaban, mientras ellos llevaban sus rollos a revelar yo le “pegaba al teclado de la computadora” para elaborar el boletín. Cuando teníamos las fotos ya en nuestras manos procedíamos a escanearlas, posteriormente las guardábamos en un archivo y así poderlas mandar vía Internet paralelamente con el trabajo previamente redactado.

Constantemente se presentan innovaciones en la nueva era de la información, con estos avances llegó la cámara fotográfica digital, la cual facilitó su trabajo a los responsables de tomar gráficas, ya que con este desarrollo tecnológico se evitó el proceso de revelado y escaneo de la foto para poderla enviar. Hoy sólo toman sus placas y posteriormente conectan la cámara a la computadora para enviar su trabajo.

La Internet también resultó para mí un espacio de consulta, que utilicé a través de las páginas *web* para verificar datos, cifras o fechas que incluí como parte del contenido de comunicados de prensa. Además, también resultó un medio de expresión que me permitió conocer la opinión o necesidades de información de mi jefe, mediante el *messenger*, con respecto a la nota informativa que previamente le había enviado.

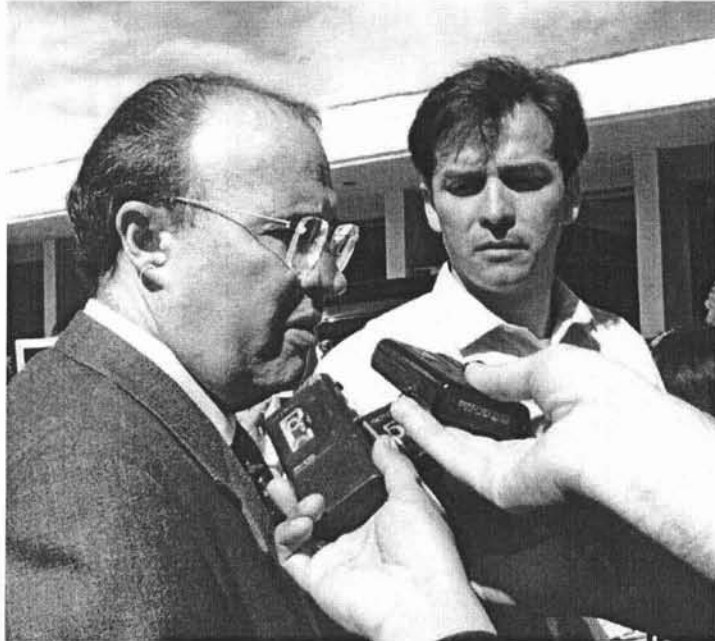
En las ciudades más importantes del país me resultaba fácil encontrar oficinas o establecimientos comerciales con acceso a Internet, lo complicado radicaba cuando me encontraba en comunidades apartadas de las grandes urbes en las cuales sólo la presidencia o escuela del municipio contaba con este desarrollo tecnológico característico de las innovaciones del siglo XX, el cual ocupa un espacio propio al lado de los medios de comunicación tradicionales.

Como quiera que sea la Internet es parte de la vida contemporánea y su aún insuficiente cobertura es uno de los principales retos que deben atender algunas oficinas de prensa en donde el desarrollo de esta carretera de la información ha sido incipiente.

Para el personal que integran las oficinas de prensa también representa un desafío de capacitación la era tecnológica, ya que el mundo de las nuevas tecnologías es un gran aliado como medio que facilita y agiliza el envío de la información a los reporteros y/o jefes de información de periódicos y noticiarios de radio y televisión.

Lo cierto es que no todos saben operar estos equipos, aun cuando hayan cursado una carrera universitaria y de nada sirve contar con estas herramientas si no se les da el uso adecuado.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA



Al Subsecretario de Educación Superior e Investigación Científica, Julio Rubio Oca, lo acompañé a sus giras de trabajo en los dos últimos años que laboré en la SEP, a fin de difundir el quehacer educativo

Durante mi ejercicio profesional he sido testigo de los diferentes medios que los reporteros han utilizado para transmitir la información a la redacción: teléfono, teletipo y fax. Actualmente, la gran mayoría lo hace por Internet, la herramienta más ágil y rápida.

La Internet ha revolucionado las expectativas y la práctica de transmisión de toda clase de datos, lo cual representa en la actualidad uno de las herramientas más dinámicas con las que puede contar un reportero.

Mi experiencia en televisión

Fui de los primeros integrantes del Noticiero SEP. Programa semanal que se transmite los sábados por Canal 22 y en un principio se retransmitía entre semana por Televisa, TV Azteca y Canal 11, con el propósito de tener cobertura nacional del acontecer educativo.



Notciario-SEP informa sobre el sector educativo nacional, por lo que realicé entrevistas a funcionarios, investigué sobre temas especiales y visité diversas escuelas para conocer opiniones de estudiantes, docentes y directivos

La grabación del noticiario, de 27 minutos de duración, era semanal, por lo que sólo podía participar con una o dos notas, lo cual resultó relajante toda vez que tenía tiempo para reportear el tema que me asignaban, contrario a la redacción de boletines que tenía que elaborar al momento.

Para ser aceptado en esta práctica del periodismo realicé un *casting* en un foro de televisión del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), ante productores, conductores, camarógrafos y técnicos.

Hasta este momento no había estado profesionalmente frente a luces y cámaras de televisión, las cuales imponen a cualquier persona por primera vez. Las ganas y la inquietud de incursionar en otra faceta de hacer periodismo me motivaron para controlar mi nerviosismo a los reflectores para formar parte de este espacio televisivo.

En un principio todo me resultó diferente, desde dar indicaciones al camarógrafo, hasta la grabación de la “voz en off” o el propio “stand”, que con tanta naturalidad hacen los reporteros de la pantalla chica.

Esta mínima experiencia me sirvió para confirmar que lo mío es la prensa escrita, además me percaté de que cuento con experiencia y conocimientos adecuados para desempeñarme en cualquier otra rama del periodismo. Lo importante es estar abierto a los nuevos retos y aceptar los cambios con responsabilidad, a fin de que éstos se conviertan en nuevas oportunidades de crecimiento.

Consideraciones

He querido narrar más de una década de experiencia profesional: seis como reportero y editor, seis más en una oficina de prensa gubernamental, donde también ejercí el quehacer periodístico desde un enfoque institucional; en este mismo periodo también puse en práctica los conocimientos académicos que adquirí en mi paso por la FES Aragón, al participar en una elección vecinal de consejero ciudadano, para lo cual retomé conceptos de publicidad y propaganda.



A lo largo del ejercicio profesional del periodismo he conocido a destacadas personalidades nacionales e internacionales de diferentes ámbitos

A la fecha, mi desempeño laboral va más allá de 12 años constantes de estar en contacto con la actividad reporteril; sin embargo, sólo esta parte de mi vida profesional plasmo en este trabajo porque es la que me ha permitido consolidar las bases para continuar en esta carrera, que cuando la inicié no sabía hacia dónde me dirigía y que en la actualidad puedo afirmar que cada día que pasa se incrementa la pasión por esta profesión que acertadamente elegí.

En paralelo al ejercicio de la profesión, el tema de la actualización ha estado presente en mi desarrollo como persona y como profesional de la comunicación; actualización que me brinda herramientas para trabajar con mayor seguridad en mi labor cotidiana e incrementa el gusto por mi trabajo.

Es cierto, durante este tiempo no todo ha sido “gloria”, en algunas ocasiones traté de “tirar la toalla” por circunstancias adversas que viví en el ámbito laboral y personal. Durante esas eventualidades sentí que se me “caía el mundo”, no encontraba una posible solución a esos problemas, que aminoraban en la medida que los enfrentaba con absoluta conciencia de que brincar obstáculos es parte de la vida para llegar al final de la meta.

Estos sucesos, que en ocasiones consideramos como “mala suerte”, se han presentado aislada o en ocasiones con frecuencia a lo largo de mi vida. En un principio, tal vez el miedo a enfrentarlos hacía que los evadiera sin encontrar una respuesta satisfactoria, hoy cuando se presenta esta “mala racha” analizo las cosas detenidamente, para ocuparme de la situación porque para todo hay una solución, excepto —como dicen algunas personas mayores— para la muerte.

El crecimiento espiritual, personal y profesional logrado a través del constante ejercicio de mi profesión, representa una enorme satisfacción y motivación a continuar con ese espíritu inquieto de seguir adelante que me permite ser cada día un mejor ser humano con aciertos y errores, dispuesto a disfrutar la oportunidad de vivir.

Cerrar esta historia de mi vida sin antes reconocer el esfuerzo de los profesores que me prepararon a largo de los cuatro años de carrera profesional para poder enfrentar los desafíos laborales y de la propia vida, sería una narración incompleta sin actores principales.

De igual forma, quiero reconocer a quienes al frente de la jefatura de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva estuvieron “correteándome”, a fin de concluir esta modalidad de informe de desempeño profesional para obtener, por fin, el título de licenciatura.